



Wats⁹⁴N

慶祝屈臣氏集團175周年
多年來不斷為顧客帶來更多



屈臣氏集團

175 周年紀念

· 1841年創立 ·

寰宇快訊



P.3



P.9



P.10





P.15



特別版
Halloweer

P.16



P.7



P.14

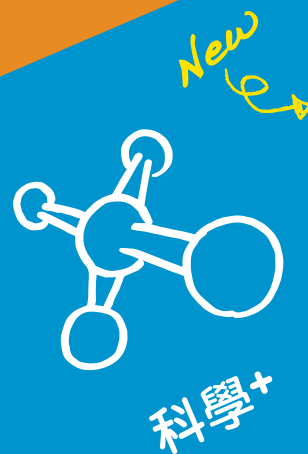




我們的目標

令每一位顧客會心微笑

全新DNA



過去一百七十五年，**屈臣氏集團**不斷努力為顧客、業務夥伴、員工及社區帶來更多。今年集團一百七十五周年誌慶，我們重新塑造集團的DNA，將**創新**加入現有四個核心價值－熱誠、承諾、團隊合作及科學。我們必須更精明地工作，透過創新的思維或工作方法，創造更大的價值，取得更佳成果。

同時，我們亦重新制定了集團的目標－**令每一位顧客會心微笑**。我們努力不懈地為顧客帶來微笑，以創新零售概念，為全球顧客提供物超所值的多元化保健及美容產品和優質的服務，從而提升顧客的生活質素。



屈臣氏集團全球第

12,000

家零售店於銅鑼灣開幕





屈臣氏集團董事總經理黎啟明於屈臣氏香港旗艦店開幕禮上表示能成功突破全球一萬二千家零售店鋪這個重要的里程碑，有賴超過一萬二千名香港員工的努力及顧客的長期支持。



長江和記實業集團聯席董事總經理兼副主席李澤鉅先生於屈臣氏香港旗艦店開幕活動上，即場購買了兩款加拿大AG「楓之寶」保健產品——健目藍莓4000及強心奧米加3魚油丸。

屈臣氏集團於八月十一日邁進業務新里程，位於銅鑼灣恩平道的屈臣氏香港旗艦店正式開幕，標誌著集團全球零售店總數突破一萬二千家。新開幕的旗艦店樓高三層，面積逾八千平方呎，是屈臣氏在香港面積最大的店鋪。

男士護理專區及健康測試等。其他服務還包括駐店藥劑師及美容顧問，以及首度於店內設置的育嬰室及手機充電站等客戶服務，十分全面。



作為一站式健與美專門店，店內提供超過八千三百款產品，集合八百四十個健與美品牌，當中二百五十個更是獨家品牌；特色主題包括：有機天然護膚品、醫學美肌、嬰兒護理專區、



屈臣氏香港旗艦店開幕禮上，長江和記實業集團聯席董事總經理兼副主席李澤鉅（中）聯同屈臣氏集團董事總經理黎啟明（左二）、屈臣氏集團首席營運總監倪文玲（右二）屈臣氏總經理張慧屏（左一）及屈臣氏香港旗艦店店長張繼民（右一）共同主持剪綵儀式。







屈臣氏集團董事總經理黎啟明（右四）、屈臣氏集團首席營運總監倪文玲（右五）、Superdrug董事總經理Peter Macnab（左四）及一眾管理層於Superdrug Lakeside店舖共同慶祝集團全球會員數目累積超過1億



屈臣氏集團的全球零售業務於十一月二十三日達重要里程碑，全球第一億名會員於英國Superdrug成功登記成為會員，令集團全球會員數目累積超過1億。

為紀念集團這個重要的里程碑，Superdrug Lakeside店舖舉行盛大慶祝活動。集團董事總經理黎啟明更特意前往英國出席活動，並親身恭賀第一億名會員，意義非凡。



歡欣跨越四十載！

荷蘭最受歡迎的藥房**Kruidvat**為慶祝四十周年誌慶，最近舉行「尊貴粉絲購物節」，為顧客提供精彩優惠。超過五千名顧客在Facebook分享他們鍾情Kruidvat的原因，當中十四位獲選成為活動模特兒。今次社交媒體活動成功為Kruidvat增添一萬三千位Facebook粉絲。



獨家優惠

Trekpleister推出別開生面的「會員優惠」活動，以獎賞忠誠顧客。會員每消費十歐元，即可獲得硬幣一個；集齊十個，即可在下次購物時享折扣優惠。活動使用錢箱作標誌，以加強Trekpleister作為社區藥房，提供價廉物美的貨品。





Drogas 百科全書

Drogas自九月開始推出網上健康美容百科，作為Build Drogas Yourself計劃的一環。顧客既可在網站了解Drogas店內發售的健康美容產品的成份，亦可提出仍未列入百科的成份，增加產品知識。

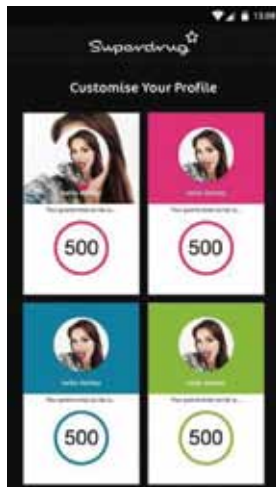
Drogas

銷情熾熱

YouTube紅人Zoella去年九月推出首個美容系列Zoella Beauty，刷新Superdrug的銷售紀錄。現在，她的新產品更令其品牌成為英國最熱門的美容品牌之一。為了宣傳新系列，Zoella更親臨Superdrug門市，與數以百計前來搶購新產品的粉絲見面。

Superdrug ☆





會員尊享

Superdrug推出首個為會員而設的應用程式，透過手機提供現時Health & Beautycard的所有優惠，令會員享有真正互動的購物體驗。在會員走入商店時，應用程式會即時通知會員現有的優惠及推廣，會員亦可使用應用程式查閱積分。Superdrug現也為愛爾蘭共和國的顧客提供國際送貨服務。

Superdrug



聖誕來了！

十月，The Perfume Shop在倫敦舉行大受歡迎的聖誕傳媒活動，以繽紛燦爛的燈飾作佈置。The Perfume Shop向在場過百名記者和博客介紹多款香水，由設計師品牌到獨家品牌，都應有盡有，為他們的聖誕禮物專欄帶來不少靈感。

THE PERFUME SHOP





不一樣的美

世界各地追求與眾不同的愛美人士都很喜愛來自美國的創新化妝品牌Urban Decay。早於二十年前，當主流美容市場仍局限於粉紅色、紅色和米白色時，這個品牌早已踏出大膽一步，推出紫色和綠色甲油。

ICI PARIS XL欣然宣佈Urban Decay產品現於其店鋪發售。若您喜歡嘗試新事物，敢於塑造奪目妝容，Urban Decay就最適合您！

ICI PARIS XL



泰國



台灣



watsons

實至名歸

「屈臣氏健康美麗大賞」頒獎典禮乃亞洲區合作夥伴最熱切期待的年度盛事。今年，區內各地都舉行了星光熠熠的頒獎禮，在表揚合作夥伴的傑出表現之餘，更藉此與他們建立更密切的關係。

中國



中國屈臣氏及中國百佳超級市場行政總裁Christian Nothhaft（前排中間）主持「屈臣氏健康美麗大賞」頒獎儀式

馬來西亞





香港屈臣氏的「健康美麗大賞」頒獎禮以「皇室花園」為主題，悉心打造繽紛萬千的花花世界，讓嘉賓們嘆為觀止。當晚共頒發超過二百個獎項，以表揚傑出的保健美容產品與品牌；代言人周柏豪和香港名歌星許志安更為一眾貴賓帶來精彩表演。

中國屈臣氏的「健康美麗大賞」頒獎禮以「為美麗點贊」為主題，將藝術表演與數碼元素完美融合。活動的精彩照片及最新消息，均即時透過社交媒體與大眾分享。

台灣屈臣氏的頒獎禮，為所有嘉賓帶來璀璨耀目的華麗盛宴。從佈置、獎座、證書、頒贈儀式到「魔鏡觸控屏」，典禮上每個環節都與「星光燦爛」的主題互相呼應。大會特別請來一位爵士歌手為大家深情獻唱，將宴會推上高潮。

在新加坡屈臣氏的典禮上，來賓們度過了歡欣美妙的一晚。當晚更破天荒頒發多達二百四十六個獎項，以表揚各位表現傑出的得獎者。為配合「華麗閃爍」的主題，入場走廊以燈飾布置成童話王國一般，到場來賓無不為之讚嘆。



馬來西亞屈臣氏的典禮從古羅馬帝國取得靈感，以「屈臣氏帝國—進軍世界」為主題。當晚重點環節包括一眾紅星的精彩演出。活動新增設「會員最愛品牌大獎」，由屈臣氏貴賓卡會員投票選出得獎者。

菲律賓屈臣氏的典禮以「耀目、華麗、光榮」為主題，會場到處耀目華麗，嘉賓們悉心作出最閃爍打扮。菲律賓屈臣氏在典禮上表揚於產品質素及銷售方面都同樣表現出色的供應商。

泰國屈臣氏在「健康美麗大賞」頒獎禮上表揚年內表現最出色的產品。今年的主題是「Great Gatsby」的大亨時代。名歌星Peter Corp Dyrendal獻唱他的首本名曲，為一眾來賓帶來驚喜。



馬來西亞及印尼屈臣氏董事總經理Kulvinder Birring在發表開幕致辭時歡迎各位來賓及供應商蒞臨頒獎禮



皇牌產品

中國屈臣氏重新推出骨膠原滋潤系列。該系列能滋潤肌膚，令肌膚加倍緊緻年輕。在產品發佈會上，中國屈臣氏欣然宣佈，產品由香港人氣歌手兼演員薛凱琪擔任新代言人。形象健康、時尚優雅的薛凱琪更在活動上大談護膚心得。



策略性合作

中國屈臣氏宣佈與騰訊微信合作，推出國內最完善及方便的微信手機版會員咭，成為第一家推出多功能騰訊微信會員咭的大型連鎖零售商。透過微信的平台，把線上及線下的會員服務完美結合，滿足年輕消費者的需求。中國屈臣氏及騰訊微信是次合作開拓了中國手機版會員咭的無限潛力。



蛋黃哥登場！

日本人氣卡通人物蛋黃哥近日成為香港屈臣氏的換購活動主角。顧客凡於門市及電子商店消費，即可透過易賞錢咭獲得蛋黃哥電子印花，以換領各款可愛的限量版蛋黃哥精品，包括行李箱、馬克杯、雨傘和購物袋。顧客對蛋黃哥精品愛不釋手，活動獲得空前成功！



LINE禮品小舖

十月，**台灣屈臣氏**與人氣通訊程式LINE合作推出禮品小舖，讓顧客以嶄新的方式在屈臣氏選購禮物給親朋摯友。顧客只要透過手機瀏覽屈臣氏LINE禮品店，選購貨品後，收件人會收到禮物條碼，並可到門市換領禮品。



watsons X LINE 禮品小舖 正式開張

想要龐大、免免等LINE明星偶像，送禮傳遞心意嗎？
屈臣氏送禮無國界 給家人朋友無限驚喜！

如何送禮

- 1 打開LINE → 其他 → 屈臣氏禮品小舖 →
- 2 挑選禮物 →
- 3 選擇收禮者
- 4 確認購買資訊並結帳
- 5 完成



節省更多！

泰國屈臣氏最近推出「Bank of Beauty」活動，讓顧客有機會賺取禮券。顧客可到屈臣氏門市，使用禮券購買貼有特別標籤的貨品。活動更得到當地名人大力支持，在曼谷中心商業區向顧客大派禮券。



新加坡大日子

新加坡屈臣氏的屈臣氏蒸餾水推出新包裝，特別加入兩款全新限量版設計，以慶祝新加坡獨立50周年。兩款設計皆由新加坡屈臣氏構思而成，利用「家」和「歷史」的主題慶祝新加坡的重要里程碑。兩款瓶裝水在屈臣氏門市及電子商店均有發售。



姊妹淘

馬來西亞屈臣氏最近邀請五百位嘉賓、傳媒及瘋狂粉絲到吉隆坡Sunway Pyramid商場，與香港明星作近距離接觸，慶祝由Pure Beauty贊助的資訊娛樂節目「姊妹淘」啟播。



Lipstick
FESTIVAL



唇膏狂熱

一枝紅色的唇膏可以提高女性的自信心，令她們看起來神采飛揚。七月，菲律賓屈臣氏的愛美人士都蜂擁至SM Makati的分店，慶祝國際唇膏日。現場有頂級化妝品牌提供唇部化妝服務和低至五折的優惠，讓顧客瞭解唇膏顏色的最新潮流，並找到切合自己性格和心情的唇膏顏色。



綠色生活

為回饋屈臣氏蒸餾水的粉絲，顧客凡購買瓶裝水，即有機會贏取「屈臣氏蒸餾水呈獻：新城堅持追夢 Go Green音樂會」門票，演出單位包括香港流行歌手及韓國流行組合N-Sonic。音樂會更向觀眾宣揚環保塑膠瓶的訊息。

Watsons Water



智能電話 貼心服務

前知名體育主播伍家謙近日為豐澤拍攝一輯動感十足的微電影及網路爆紅影片。片中伍家謙起勁奔跑，拼命保護他的智能電話，藉此展示豐澤最新的智能電話。網絡爆紅影片推廣豐澤最受歡迎的手機Trade-in服務及電話資料轉移服務，讓顧客更加安心無憂。

豐澤 FORTRESS

特別版 HallowWeek

狂歡萬聖節

為慶祝萬聖節，菓汁先生與網絡人氣插畫家阿塗合作，為各款主要口味炮製搶眼的萬聖節包裝和詼諧標語。菓汁先生更邀請顧客參加萬聖節 Facebook遊戲，為各標語創作下聯。

菓汁先生



空前成功

恭喜屈臣氏集團和旗下品牌！

品牌形象



A.S. Watson Group

watsons

香港、馬來西亞、菲律賓

二〇一五年Retail Asia亞太區
最佳零售五百強大獎——十大零售商
(Retail Asia Publishing主辦)



中國

功勳零售企業
(《南方都市報》主辦)



watsons

中國

亞洲第一個人護理店/ 藥房品牌
《Campaign 亞太區》二〇一四年
「亞洲一千最佳品牌」調查
(《Campaign 亞太區》主辦)



watsons

新加坡

二〇一五年亞洲最具影響力品牌——
最佳個人護理專門店及會員計劃
(Brand Alliance主辦)

watsons

PARKnSHOP

豐澤 FORTRESS

Watson's Wine

香港

學習型企業獎
(香港工業專業評審局主辦)

watsons

菲律賓

PANata品牌整合策劃大獎 (品牌建立)
(菲律賓廣告協會主辦)

watsons

泰國

超級品牌
(泰國超級品牌主辦)

watsons

烏克蘭

二〇一五年人力資源品牌第三位
(HeadHunter主辦)

Superdrug

英國

國際零售店協會大獎
(國際零售店協會主辦)

Kruidvat

荷蘭

荷蘭最佳零售商

ICI PARIS XL

比利時

二〇一五年至二〇一六年最佳零售商 (香水組別)

盧森堡

二〇一五年至二〇一六年最佳零售商
(Q&A Research & Consultancy主辦)

顧客關係管理



watsons

馬來西亞

- 二〇一五年顧客忠誠及參與度大獎
最佳綜合市場推廣活動 — 金獎
- 二〇一五年顧客忠誠及參與度大獎
最佳會員咭體驗 — 銅獎
- 二〇一五年顧客忠誠及參與度大獎
最佳會員咭會員計劃 — 銅獎
- 二〇一五年最佳市場推廣大獎
最佳顧客忠誠度 — 銀獎
(《MARKETING》雜誌主辦)

watsons

台灣

二〇一五年《天下》數位生活大調查購買生活用品類冠軍
(《天下雜誌》主辦)

電子商貿



A.S. Watson Group

香港

二〇一五ECR供應鏈金環獎 —
最佳數碼營銷公司
(香港貨品編碼協會主辦)

watsons

香港

二〇一四年至二〇一五年Yahoo感情品牌
大獎 — 名人/代言人組別
(雅虎香港主辦)



ICI PARIS XL

比利時

荷蘭

二〇一五年至二〇一六年最佳網上香水商店
(Q&A Research & Consultancy主辦)

市場營銷



watsons

馬來西亞

- 二〇一五年最佳市場推廣大獎
最佳顧客市場推廣 — 金獎
- 二〇一五年最佳市場推廣大獎
最佳顧客參與度 — 金獎
- 二〇一五年最佳市場推廣大獎
最佳女性顧客推廣大獎 — 銅獎
(《MARKETING》雜誌主辦)



watsons

香港

二〇一五年國際商業獎
全年最佳市場推廣及網上活動 — 銅獎
(The Stevie® Awards主辦)

watsons

馬來西亞

二〇一五亞洲龍璽獎最佳創新構思或概念 — 銀獎
(亞洲市場推廣大獎主辦)

產品



watsons

馬來西亞

- Cosmopolitan編輯精選最佳CC Cream — Pure Beauty CC Cream
- Cosmopolitan編輯精選最佳洗髮及護髮乳 — HAIR PRO by Watsons 熱能修護洗髮及護髮系列
(《Cosmopolitan》主辦)



watsons

馬來西亞

- CLEO美白大獎最佳美白沐浴露 — Naturals by Watsons法國血橙沐浴露
- CLEO Beauty Hall Of Fame最佳潔膚卸妝棉 — Pure Beauty 紅石榴抗氧化潔膚卸妝棉
- CLEO Beauty Hall Of Fame最佳抗皺身體精華 — H Bella by Watsons玫瑰莓果甜心滋潤護膚乳
- CLEO Beauty Hall Of Fame最佳熱能修護產品 — HAIR PRO 熱能修護護髮精華乳



新加坡

二〇一五年Cleo Beauty Hall of Fame — 最佳50元以下日霜

泰國

- CLEO Beauty Hall of Fame最佳家居染髮產品 — OZAWAKEI by Watsons (二〇一五年)
- CLEO Beauty Hall of Fame最佳卸妝水產品 — Dermaction Plus 防敏感卸妝水 (二〇一五年)
- CLEO Beauty Hall of Fame最佳受損秀髮修護產品 — Hair Pro by Watsons熱能修護護髮乳 (二〇一五年)
- CLEO Beauty Hall of Fame最佳頭髮定型產品 — Hair Pro by Watsons 熱能修護髮妝水 (二〇一五年)
(《CLEO》雜誌主辦)



Superdrug ☆

- 最佳染髮新產品 (金獎) — Superdrug Hair Chalk Sprays
- 最佳自家品牌新產品 (銅獎) — Superdrug Clearly Youthful Range
(Pure Beauty Awards 二〇一五主辦)

watsons

新加坡

最佳美容產品二〇一五年 — Naturals by Watsons玫瑰果油潤手霜
(《Style》雜誌主辦)

watsons

馬來西亞

- EH! 美容大獎最佳身體磨砂 — Naturals by Watsons法國血橙身體磨砂
- EH! 美容大獎最佳眼霜 — Pure Beauty紅蔘肽緊緻活膚眼霜
(《EH!》雜誌主辦)

watsons

馬來西亞

- FEMALE美容大獎最佳美白潤膚露 — Pure Beauty全效淨白煥彩日霜
- FEMALE美容大獎最佳敏感肌溫和爽膚露 — Skin Advanced白金舒潤水凝爽膚啫喱
- FEMALE美容大獎最佳身體磨砂產品 — Naturals by Watsons法國血橙身體磨砂
(《FEMALE》雜誌主辦)

企業社會責任獎項

屈臣氏集團及其品牌在企業社會責任方面的共同努力廣獲認同



亞洲企業社會責任翹楚

第五屆亞洲企業社會責任大獎頒獎典禮在澳門舉行，以表揚亞洲各地最佳履行企業社會責任的企業。**屈臣氏集團**在社會關懷組別獲獎，**香港百佳超級市場**則奪得綠色領袖組別獎，而**菲律賓屈臣氏**則為健康推廣組別的得獎者。獎項嘉許屈臣氏集團和其業務單位對企業社會責任的熱誠，並共同努力，務求為社會作出更大貢獻。



A.S. Watson Group 香港

環球愛心企業標誌及綠色辦公室標誌
(世界綠色組織及聯合國千年發展目標主辦)



watsons 香港

人才企業嘉許獎
(僱員再培訓局主辦)



watsons 台灣

• 節能典範標準企業
(中華民國經濟部主辦)
• 「臺灣服務業大評鑑」一銅獎 (連鎖藥局/ 藥妝店)
(《工商時報》主辦)



watsons 新加坡

新加坡零售商協會超級星獎
(新加坡零售協會主辦)



Superdrug

年度店舖顧客服務獎
(《Retail Week》顧客體驗大獎主辦)



watsons 馬來西亞

二〇一五年市場推廣大獎最佳社區服務活動一銅獎
(《MARKETING》雜誌主辦)

新店開張



Superdrug

位於Superdrug布里斯托機場的全新店鋪隆重揭幕，佔地一千五百七十五平方呎。這家於機場禁區的新店，以相宜價格提供各種優質保健美容產品，是旅客登機前選購旅行必需品的首選。新店裝修現代時尚，服務每年六百三十萬名旅客



Superdrug的Wellbeing概念店已擴充至沃特福德高街、萊斯特和亞伯丁。走創新時尚格調的Wellbeing概念店以客為先，令保健護理產品更便宜、大眾化及方便購買



為慶祝第一千一百家分店在荷蘭斯赫弗寧恩開張並回饋社區，Kruidvat為一間當地慈善機構舉行一分鐘慈善狂歡購物活動



Savers在英國開設十家新店，提供優質產品；店內職員不單友善且知識豐富，店內裝潢更是簡約時尚



Rossmann在波蘭Sukcesja商場開設第一千零四十四家分店，為顧客帶來琳瑯滿目的優質產品，還有無與倫比的購物體驗



為慶祝里加和阿利圖斯新店開張，Drogas的顧客可於店內享有特別優惠和產品折扣



烏克蘭屈臣氏

烏克蘭屈臣氏在利維夫市的King Cross Leopolis商場開設第四百家分店。新店不單提供一般產品，亦提供造型課程和產品試用。該店設計新穎，共分為四個主題空間：讓顧客試用最新甲油的美甲區；為顧客提供髮型及化妝意見的造型區；還有護理區和兒童區



新店開張



屈臣氏集團董事總經理黎啟明（中間）、集團首席營運總監倪文玲（左五）及豐澤總經理區文慧（右四）主持開幕禮

豐澤

豐澤一直致力追求卓越創新，除了引入各國著名電器品牌，和最新尖端電子產品及影音器材外，在銅鑼灣時代廣場正式開幕的全新旗艦店，展示多達二千三百款產品，亦加入細心體貼的個人化元素，以時尚休閒設計配合高端優質的設施，為追求生活品味的顧客帶來自在的購物享受，和一站式互動購物新體驗。旗艦店的創作概念來自大都會的理想生活態度，希望為顧客建構一個多姿多彩的數碼樂園，為繁忙的生活帶來驚喜！



台灣屈臣氏首家保健概念店的裝修加入綠色方塊等清新的室內設計元素。該店不單提供全面的健康產品，並設有藥劑師櫃台，為顧客提供專業可靠的健康諮詢



中國屈臣氏在武漢開設當地第三百家分店，並在福建和四川開設第一百家分店。為慶祝這個里程碑，中國屈臣氏舉辦了一連串慶祝活動，包括開幕典禮顧客獨家優惠



光輝跨越一百七十五載

適逢屈臣氏集團成立一百七十五周年，

今期WatsON專訪集團董事總經理黎啟明先生，細說這家既成功又歷史悠久的公司的歷史。

集團董事總經理黎啟明 回顧歷史並展望零售業前景

■ 一百七十五年對於營商來說是一段很長的時間，期間有數之不盡的零售商加入和退出。為甚麼屈臣氏集團至今仍然能保持長青？

沒錯，一百七十五年確實是一段很長的時間，現在的零售業市況跟公司成立初期時相比已經截然不同。若我們回顧一下集團創立的歷史，你會發現轉變有多大。

我們的第一家店舖在一八四一年開幕。店內的木櫃上放滿玻璃瓶，職員站在櫃檯後面服務顧客。經過了一段長時間，才出現自助式購物，而早期的店舖亦只是藥房，並非像現在那樣集保健與美容產品於一身。

至今我們仍然屹立不倒，全因為我們能夠與時並進。面對瞬息萬變的環境，我們堅持緊貼顧客的喜好，追求高質素產品和服務。

換言之，隨著第一家店舖發展到遍及全球的業務，我們要不斷調整策略及產品種類，超越顧客的期望。我們不斷拓展新市場及新業務，由最初只是一家藥房，後來發展至飲品以及其他業務，包括保健美容、洋酒、電子產品、超級市場，還有高級香水和化妝品。



能帶領集團走過這些歷史性時刻，我感到非常自豪。每十年，甚至是每一年，我們都面對著不同的挑戰和機遇。現在，零售業正處於一個特別的時代，我們站在實體零售和電子商貿的交叉點，這意味著現有的經營模式已不夠完善。我們需要跳出傳統框框，重新部署業務策略。

科技日新月異，同時不斷改善我們的生活，因此商店不能再只求銷售貨品。除了家和辦公室外，「第三空間」是一個舒適的地方，供人消遣、互動交流。零售商在第三空間的角色便是在愉快的環境下為顧客提供獨一無二的個人體驗，顧客考慮購物時，已並非單單著眼於產品種類和價格。我們正重新設計店舖，供顧客互動交流，令購物成為賞心樂事。他們自然願意駐足逗留，並再次光臨。

所以如果你問我，我們的業務在一百年後，甚至只是十年或二十年後會變成怎樣，我只可以說會跟現在有天淵之別，但可以肯定的是我們必定會一如以往走在世界級零售業務和卓越顧客服務的尖端。

■ 經過這麼多年，屈臣氏集團的業務變化甚大；你認為今天的屈臣氏集團跟最初第一家店舖有甚麼共通之處？

屈臣氏集團能如此成功，全因我們多年來一直堅持「顧客第一」的精神，所有業務都是建立在這個基礎及宗旨之上。

以往，一流的顧客服務就是在櫃檯後報以親切的笑容，細心聆聽顧客的需要，建議合適的產品。現在，微笑的力量同樣強大，但我們卻需要以全新的方式去聆聽和回應顧客的需要。





試想想在二十年前，有誰能夠想像到我們今天可以將個人化優惠傳送至顧客的流動電話，還有顧客只需安坐家中，輕鬆發一條訊息，我們就能解答他們的疑問？

藥劑師Alexander Skirving Watson在一八五八年加入集團，成為我們第一位店舖經理。集團從那時候開始迅速發展，並以他的名字來命名。這位啟蒙領袖把服務及與顧客之間的互動定為屈臣氏集團的核心價值。時至今日，我們仍然秉承這種精神來經營我們的業務。

當然，在總部空談優質服務並不難，但真正每日將集團願景付諸實踐的是我們一流的前線員工。他們的笑容、產品知識、對顧客的關懷，還有對細節一絲不苟的工作態度，正正就是單求銷售跟真正滿足顧客所需的分別。此外，我們還有一班幕後功臣默默耕耘，令集團運作順暢。

員工對我們來說至為重要，特別是零售業。零售業的成功不僅講求產品種類、價格、質素及可靠性，還有為顧客帶來與別不同的個人體驗。

多年來，全球的員工都緊守崗位，全力以赴，與我們一同成長。我謹此衷心感謝我們所有的現任和前任員工。

二〇一六年一百七十五周年的主題概念為「多一點，少一點」(One MORE One Less)，靈感來自屈臣氏集團的品牌承諾「我們為您帶來更多」，簡單地道出我們為人們帶來更美好的生活。我們每天以簡單的行動為顧客、業務夥伴、員工和社區帶來重要的改變。例如「多點笑臉，少點陌生」體現我們的服務承諾；「多點選擇，少點妥協」點出我們為顧客提供眾多選擇；而「多點合作，少點障礙」則強調我們無遠弗屆的網絡。

這個系列的海報反映了屈臣氏集團過去一百七十五年來的成功之道。
時至今日，這些原則繼續鞭策著集團邁步向前。





■ 屈臣氏集團現時的足跡已經遍及全球廿四個市場。究竟集團是如何擴展業務？以及集團如何將一個市場的成功模式有效地套用到另一市場呢？

我們的店舖從一家發展至一萬二千家，從地區小店發展成為全球企業。我們於香港創立，時至今日，集團仍然以香港為家。一九八一年，屈臣氏集團成為和記黃埔有限公司的全資附屬公司。八十年代末期，我們在區內進行大規模擴展，而旗艦品牌屈臣氏現已成為亞洲領先的保健美容零售商。

二〇〇〇年，我們透過收購英國保健美容連鎖店Savers進軍歐洲零售市場。現在，我們的保健美容、高級香水和化妝品業務在東歐和西歐市場擁有龐大的市場佔有率。亞洲和歐洲的業務發展迅速，令我們成為全球最大的保健美容零售商，達到規模經濟，為顧客帶來裨益。不過，我們亦一直努力確保，當顧客在街上看到我們的分店，甚至進內購物時，仍可感受到當地的地方色彩。

要做到這一點，我們要極之信賴地方管理團隊。我們的管理團隊來自超過一百個國家；他們十分了解他們所屬的市場，清楚顧客的需要，我們更賦予他們權力，可因應當地顧客需要而調整市場策略。

而維繫著不同店舖、品牌和市場，就是我們的DNA。集團的承諾「我們為您帶來更多」簡單有力地說明了我們的DNA。這承諾確立了我們的目標，代表著我們對顧客、員工、社區和持份者的承諾。「更多」意味著更多創新、熱誠、承諾、團隊合作和科學，是屈臣氏集團持續發展所需的五大致勝元素。二〇一六年，集團重新制定的目標－「令每一位顧客會心微笑」，正好提醒我們必須堅守這些原則，才能贏得顧客歡心。

為了實踐承諾，屈臣氏集團與國際投資公司淡馬錫締結策略聯盟，令淡馬錫間接持有屈臣氏集團的24.95%股權。此項投資反映淡馬錫對屈臣氏集團充滿信心，深信集團的零售業務具長遠增長潛力。

屈臣氏集團里程碑



1841

在香港成立

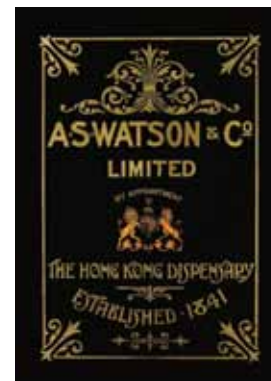


1903

創辦屈臣氏蒸餾水

1871

正式註冊為 A.S. Watson & Co. Ltd





1981

加盟和記黃埔有限公司



1990

豐澤加盟屈臣氏集團



2015

全球第一萬二千家零售店
在香港揭幕

1972

收購百佳超級市場



1987

在香港境外拓展業務



2000

足跡擴展至歐洲





■ 市場競爭激烈，顧客比以往更加重視產品價值。在此環境下，屈臣氏集團如何留住顧客？

能成為顧客最喜愛店舖，實在是我們的榮幸，因此我們不會將任何顧客的忠誠視為理所當然。我們會確保價格具競爭力，產品保持高質素，並提供令顧客滿意的產品及服務。這是集團一直堅守的宗旨。

不過，要鼓勵顧客繼續惠顧，我們必須與時並進，不斷為顧客帶來新產品。顧客知道每次光顧都會見到新產品、新優惠和耳目一新的購物環境。我們投放大量資源，確保我們能從世界各地搜羅最優質的品牌和產品，而且必須達到我們對品質、可靠性和超值的嚴格標準。顧客相信我們售賣的產品是最好的。

我們亦拓展電子商貿和流動電話商貿服務，讓顧客更快捷輕易選購並發現新產品。一年前，我們宣佈加快推行數碼及顧客關係管理策略，以迎合現今的顧客需要。

為支持業務發展，我們成立內部數碼團隊eLab，與各個業務單位緊密合作，協助他們發展電子商貿和流動電話商貿平台。這不但讓我們對顧客提供的服務更個人化，而且讓我們與全球最大供應商的合作變得更創新及有效。

回到顧客忠誠度這一點，我們認為建立顧客的忠誠度固然重要，但肯定和回饋他們亦不容忽視。我們必須讓顧客感受到，我們十分重視他們並積極與他們建立長遠的關係。

在二〇一一年，我們推行全球顧客關係管理策略，多年來我們已有不少品牌制定出成功的會員計劃。目前，我們全球會員計劃的人數已經突破一億。這項成就實在令人鼓舞，我們深感自豪。

對於顧客來說，最重要的是我們能提供個人化的產品及服務，我們清楚知道他們喜歡甚麼禮品，還會邀請會員出席他們喜歡的活動。要有效地做到這點，我們只需透過現今先進且便利的科技，便能了解顧客的購物習慣。

■ 屈臣氏集團的宗旨是甚麼？屈臣氏集團如何把這些理念應用到世界各地，並於日常營運中付諸實行？

我們從事的是與人有關的業務，要給予顧客最好的體驗，我們必須擁有最專業的員工，把集團的DNA帶到每一家分店，並積極實踐。我們全球有超過十二萬名僱員。為了鼓勵他們做到最好，我們致力讓他們享受工作並從中得到回報，以及協助他們發展自己的才能。

我們為員工提供多方面的培訓課程，並根據他們所屬的零售品牌或部門度身設計。除了協助他們培養實用的工作技巧外，我們亦鼓勵員工挑戰自我，發展個人潛能和強項，從而取得滿足感，例如參加社區活動和興趣班等等。

早前我曾提及到創新，我們今年格外努力，鼓勵所有員工勇於創新。我們鼓勵他們跳出傳統框框，重新思考自己的工作方式，與同事攜手合作，每天求進，讓工作變得更創新及精明。

市場競爭激烈，我們知道不能原地踏步。現時再沒有一個行業可以單靠一成不變的經營模式持續成功。如果明天要繼續成為最佳店舖，就必須要與時並進。

■ 除了為顧客帶來更多，屈臣氏集團如何為社區也帶來更多？

無論是哪一處，只要我們有能力令社區蓬勃發展，我們便會竭盡所能，做到最好。在不少集團經營的市場中，我們都是市場領先的零售商，而身為領導者便要肩負起服務社區的責任。

我們熱切期望能為人們的生活帶來正面的轉變：我們希望改善社區、生態環境、工作環境和市場關係，向有需要人士伸出援手，並帶來微笑。

我們所做的每件事都體現出我們對社區的承諾。我們在四年前成立了全球企業社會責任委員會，為集團訂立企業社會責任的優先項目，並設立匯報機制，確保我們能履行承諾。現在，我們在全球廿四個國際市場均設有當地企業社會責任委員會和大使。

我們亦建立了首個集團企業社會責任藍圖，列出五大關鍵項目，包括增加員工歸屬感、發展更多可持續產品、提升顧客滿意度及節約能源。

過去五年來，全球義工日一直是我們的年度盛事，我們同心合力，為世界各地的生態環境、住院病人、長者、兒童和弱勢社群出一分力。去年共有三十多個業務單位舉辦一百五十多項活動，超過一萬五千名員工參與並服務超過三萬人。這些只是單單一個計劃的成果！成績卓越，我們引以自豪。

適逢我們踏入一百七十五周年，我們希望藉此機會呼籲大家關心社會，隨著業務規模狀大，我們希望把集團創辦人的宗旨發揚光大。我們推出Project LOL公益計劃，透過三大服務範疇－健康、教育及關懷社區－幫助有需要人士。這項計劃令我們的周年誌慶更添意義；亦直接令我們社區的居民受惠，令世界變得更加美好。

最後，我謹此多謝所有熱心的員工，與集團一同服務社區。

我再強調一次，

全賴我們的員工將集團承諾付諸實踐，

每天代表集團為大家帶來更多。



我們的目的

令每一位顧客會心微笑。



我們的願景

成為領先全球，引領健康、美麗和時尚生活的零售業翹楚。



我們共同努力將集團發展至：

- 24個市場
- 13個品牌
- 120,000⁺名僱員
- 12,000⁺家分店
- 1億⁺名會員
- 15億⁺名顧客
- 3,000個城市

我們的DNA



熱誠⁺



承諾⁺



科學⁺



團隊合作⁺



創新⁺

我們為您 帶來更多



二〇一六年標誌著屈臣氏集團一百七十五周年誌慶。今年，我們重新塑造集團的DNA，將**創新**加入現有四個核心價值—**熱誠**、**承諾**、**團隊合作**及**科學**之中。這些都是屈臣氏集團的致勝關鍵。展望未來，我們必須繼續堅守這些原則，領導市場，繼續成為全球最大的保健美容零售商。我們亦重新制定了集團的目標—「令每一位顧客會心微笑」，這承諾正好提醒我們，為顧客提供愉快舒適的購物體驗乃非常重要的。



服務屈臣氏集團四十年

與集團一同成長

陳美玲是屈臣氏集團的長期服務員工。她在一九七〇年加入集團，現任國際採購部項目總監。

美玲四十五年前入職時剛剛大學畢業，開始尋找第一份工作。她還記得最初她希望找到一份離家不遠的好工作。「我住在北角，到屈臣氏辦公室只需步行五分鐘，但有趣的是，在我受聘後，我要到土瓜灣的屈臣氏工廠進行培訓，需要先坐巴士、渡輪，然後再步行，花上一小時時間！」

昔日，屈臣氏汽水是公司的主要的盈利來源，其次是蒸餾水和雪糕。「我沒有宗教信仰，但我記得那時我每晚都祈求好天氣！天氣非常重要，可以決定該年公司的盈虧。」

超市興起

七十年代初，屈臣氏集團收購了三家小型超市及兩家藥房，及後發展成為今天家喻戶曉的百佳超級市場和屈臣氏。當時有數家超市的競爭對手，但已是當時香港僅有的超市，只有非常富有的家庭和來港工作的外國人光顧，而本地人則通常愛到雜貨店、士多、米舖和濕貨市場。

美玲非常嚮往這種全新的購物方式，要求調職至百佳超級市場。「零售總監最初感到十分驚訝，因為當時在超市工作的女性都是收銀員。」她說道：「作為考驗，我獲委派由零開始建立新的採購部門。當時，一個二十多歲的女子要在一班經驗豐富的男士們中立足，是一項極大的挑戰。」

美玲見證著辦公室的重大轉變，還記得公司安裝的第一部電腦是一座龐大機器，鎖在保安森嚴的房間裏。自此，從八十年代開始，美玲見證著辦公室開始使用電腦，亦見證著業務走向國際化。

良朋摯友

美玲已數不清過去四十五年來曾經與多少同事共事。「我結交了很多好友，我很感激他們多年來對我的支持，現在我跟很多舊同事仍然有聯絡。」

她表示從來沒有打算在同一間公司工作這麼多年，一切都是順其自然。「這有點像人際關係，如果覺得開心滿足，又怎會想到要離開？我在這裏正是如此，屈臣氏集團是我的第二個家。事實上，我和同事相處的時間比在家的時間還要長！在屈臣氏集團工作是我一生中最快樂的日子。」



175 周年紀念

屈臣氏集團歷史



欣賞我們的
歷史插畫！

goo.gl/KZcAAB





勇於創新



創新絕對是企業未來成功與否的關鍵所在，而屈臣氏集團花了兩年時間制定一個培訓課程，目的是激發同事的創意。

為了配合集團剛推出的「創新DNA」，我們誠邀了全球最出色的員工加入集團創新團隊(GIT)，訓練他們的創新思維。

成員來自不同地區的市場，代表不同的零售品牌。他們聚首一堂，接受連串極具挑戰性的訓練，以助屈臣氏集團建立創新文化。

他們參與富啟發性的討論，引導他們突破固有思考模式。有些活動分區進行，有些則需整個團隊一同參與，互相交流意見和經驗。

集團人力資源總監（亞洲）劉美華表示，集團創新團隊旨在發掘及表揚公司內極具潛質的同事。「我們希望訓練一群優秀的經理，可與同事分享技巧和意見。集團創新團隊成員可了解更多公司的發展方向，擴闊人際網絡，接觸新思維，這將有助制定未來的發展方案。」



「集團創新團隊令我獲益良多，
因為它讓我有機會跟能幹的同事
一起創新。」

屈臣氏集團首席營運總監倪文玲（中間紅衣者）成立集團創新團隊並帶領他們進行個案及項目研究

美艷動人

今個冬天，Superdrug的B.推出全新產品，把胭脂及光影棒二合為一，引領彩妝新潮流。只需輕輕一抹，便能營造紅粉霏霏的雙頰，再用光影棒打亮顴骨，修飾面部輪廓。

B.亦推出全新的化妝掃清潔紙巾，讓大家輕鬆保持化妝掃乾淨衛生。這款清潔紙巾能有效卸除化妝掃及其他化妝工具上的油份、化妝品殘漬和污漬，簡單易用。一如其他B.的產品，新產品並無進行動物實驗，亦不含動物成份。

Superdrug★





淨白水嫩

泰國屈臣氏推出的H Bella by Watsons護膚系列，加入天然抗氧化成份，提升肌膚水份，令肌膚回復柔滑幼嫩。此系列共有四款配方可供選擇：馬鞭草及大麥芽、玫瑰及雜莓、士多啤梨及肉桂，以及指橙。產品適合所有肌膚類型，包括沐浴乳、身體磨砂、身體潤膚露、潤手霜及特效身體護膚精華。



我的產品

放鬆身心

是時候善待一下自己！Kruidvat推出Spa Secrets尊貴水療保健產品系列，靈感來自世界各地的傳統沐浴習俗。摩洛哥、日本和峇里系列分別採用摩洛哥美人、日本藝妓和峇里公主的護膚古方研製而成，成份滋潤，芳香四溢，讓您有五星級水療按摩的享受。





綻放閃爍光芒

BE為愛美人士和專業化妝師帶來喜訊。今個秋季推出的BE SPLENDID化妝系列魅力非凡，現於各ICI PARIS XL門市獨家發售。

系列靈感來自古董的華麗金銅色和巴洛克的典雅風格。每項產品均易於配搭，簡約時尚，散發讓人無法抗拒的魅力。無論是眼部、面部及唇部產品，皆屬必備之選，質感柔滑，色澤鮮明，為妝容添上閃爍的光澤，讓你展現最動人亮麗的一面。

ICI PARIS XL





清新解渴

香港屈臣氏飲品緊貼潮流，推出數款全新健康清新飲品。
if 100%椰青水來自泰國，百分百天然；if西班牙紅葡萄汁含有30%紅葡萄汁及蘆薈果肉。此外還有兩款來自台灣的「雙效茶」，有助阻隔脂肪，消解飯後油膩感。



粉嫩亮肌

屈臣氏推出的PINK by PURE BEAUTY將成為每位渴望擁有白裡透紅肌膚的女生的必備產品。產品使用獨有的韓國配方，結合粉紅花系複合精萃、阿爾卑斯玫瑰和其他天然美白成份，令肌膚淨白剔透，水潤亮澤。



Project



A.S. Watson

Health



Education



Caring
Community



Lots of Laugh, Lots of Love

屈臣氏集團創立於一八四一年，早於創業初期便贈醫施藥，一直致力回饋社會。為慶祝集團成立一百七十五周年，我們延續履行企業社會責任的精神，推出Project LOL公益計劃。計劃以「LOL」命名，我們希望為香港人帶來更多歡樂 (Lots of Laugh)、更多關愛 (Lots of Love)，在健康、教育及關懷社區三大範疇回饋本港社區，令香港成為充滿正能量的社會。

• 健康

集團非常重視大眾健康，善用國際保健零售商的優勢及資源，動員營養師、藥劑師及中醫，定期舉辦免費健康講座、檢查及諮詢等，照顧社會上有需要的一群。

• 教育

集團投放大量資源以支持本地青年培訓及體育發展，致力推廣積極及正面的人生觀，為香港注入正能量。我們同時支持環保活動，並持續向員工及客戶宣揚環保意識。

• 關懷社區

集團多年來一直熱心服務社區，鼓勵公司部門與地方團體合作，發展合乎社區需要的計劃；我們同時支持員工積極參與義工活動回饋社會。



社區情



了解更多

goo.gl/OpMvMn



累積受惠人數

140,000+



累積義工服務時數

TOTAL

30,000+



累積愛心營養飯盒 1,200,000+



機會難逢

三十名**屈臣氏集團**香港學生運動員獎得獎者參加了青島山東體育交流團。他們獲安排參觀訓練場館，一睹國家級運動員的訓練過程。交流團不僅令學生大開眼界，亦讓他們結交新朋友，學習人際溝通技巧。所有參加者都得到寶貴難忘的回憶。



為慈善身體力行

香港**屈臣氏**今年成為無國界醫生的救援伙伴。在「屈臣氏關愛無國界醫生慈善籌款行動」中，屈臣氏透過義賣慈善啤啤熊、迷你八達通以及在各分店內設置捐款收集箱等，成功為無國界醫生籌得超過三十九萬港元，支持無國界醫生的緊急救援工作。





長者購物日

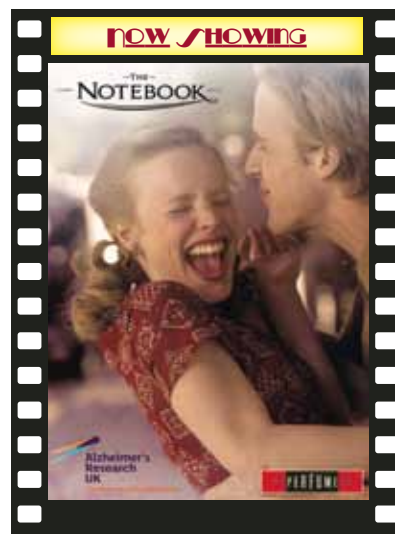
香港百佳超級市場義工隊再次聯同香港基督教女青年會合辦「關愛長者食物券—長者購物日」。活動於青衣長發邨百佳超級廣場舉行。當日約二十名義工與長者玩遊戲，協助他們用食物券換領食品及日用品，讓長者滿載而歸。



喚醒記憶的香氣

無法將氣味與記憶聯繫起來，是腦退化症的早期症狀。因此The Perfume Shop與Alzheimer's Research UK合作，於倫敦舉辦首個多重感官的放映會，播放感人肺腑的電影《忘了、忘不了》，為Alzheimer's Research UK籌款。電影播放期間，更於放映廳內散發特別研製的香氣，讓觀眾全情投入感人的電影情節。

THE PERFUME SHOP



我問你答

問：

- 1) 屈臣氏集團於哪一年成立？
- 2) 屈臣氏集團第一萬二千家店舖在哪裏開幕？
- 3) 屈臣氏集團最新推出的企業社會責任項目的名稱是甚麼？

超級大獎 (1)

Fitbit 智能運動手帶



贊助： 屈臣氏集團

金獎 (1)

三星智能運動手帶



贊助： 屈臣氏集團

銀獎 (2)

飛利浦藍芽喇叭



贊助： 屈臣氏集團

第93期答案

- 1) 荷蘭韋亨
- 2) 周柏豪
- 3) Walk for Millions, Gives our Smiles

超級大獎 (Speedo Aquashot 防水數碼相機)

姓名

公司及部門

1. 鄭國昇 屈臣氏蒸餾水財務部

金獎 (SONY 防水MP3)

姓名

公司及部門

1. 陳虹儒 台灣屈臣氏分店S0512
2. Laura Duijf 荷蘭 ICI PARIS XL 分店7123

銀獎 (屈臣氏電子血壓計)

姓名

公司及部門

1. 黎靈犀 中國屈臣氏全國營運發展部
2. 張穎雯 豐澤顧客服務部

網上遞交

截止日期：二〇一六年四月三十日

要贏取豐富的有獎遊戲獎品，現在只需把你的答案連同聯絡資料傳送至以下電郵地址：

WatsON@aswatson.com

或請將填妥之參加表格寄回：

香港新界沙田火炭禾寮坑路1-5號屈臣氏中心11樓

屈臣氏集團公共關係部收

員工姓名：_____ (英文) _____ (中文)

公司部門：_____

地址：_____

員工編號：_____ 聯絡電話：_____ 簽名：_____

A1：_____ A2：_____ A3：_____



瀕危物種的呼喚 帝國大廈上展現改變力量



一百年內，地球上50%的物種將會消失。為了喚醒人類對全球物種滅絕問題之關注，奧斯卡得獎導演Louie Psihoyos與美國多媒體科技公司Obscura合作，把瀕危動物的影像，投射到紐約帝國大廈的外牆上，綻放出「渴望改變」之光，視覺效果極具感染力，震撼全球。為支持是次醒覺行動，李嘉誠基金會會份參與贊助及統籌，並希望香港社會也能正視生物滅絕對人類的影響，提高生態保育意識。

紐約時間8月1日晚上9時，一隻巨大的「黑猩猩」爬上帝國大廈，兩旁有直昇機在盤旋，難道是「金剛」突襲紐約市？隨後，一幕幕活靈活現的動物影像，投射在帝國大廈南面外牆上，高達375呎，闊186呎，覆蓋33樓層之廣；在聳立的高樓上，已被射殺的獅子王塞西爾、雪豹、金獅狒猴等瀕危物種代表，趕在絕滅之前，以一雙充滿靈氣的眼睛，直視著我們；作出呼喚的，還有各瀕危海洋生物、哺乳類、爬行類及鳥類等物種。

策劃是次投影秀的Psihoyos先生，是著名紀錄片導演，早前拍攝的作品《競相滅絕》(Racing Extinction)，正正揭示了人類造成的全球物種滅絕問題，此片將於12月2日在《探索頻道》向全球220個國家和地區播放；Psihoyos先生希望透過投影秀和紀錄片播放，喚醒全球正視生物滅絕的問題，「任何人都有手機和電腦，都會知道今天的活動；要惹起關注，我們需要告訴全球百份之十的人口，投影秀加上紀錄片，我們應可達標，只要達到這個數字，就可作出關鍵的改變！」

然而，要在帝國大廈外場進行投影秀並不容易，因為紐約市對「大樓投影活動」有嚴格管制，經過三年的屢敗屢試，最後因為Psihoyos先生的理念得到各方支持，投影秀才獲准開綠燈；但他與負責投影技術的Obscura創辦人Travis Threlkel，只有四星期時間進行製作，極具挑戰性。幸然，Obscura一向關注全球問題，去年負責聯合國總部外牆的投影秀《保護我們的星球》，具有大型投影製作的經驗，故對今次帝國大廈的項目，相當有信心。Obscura與基金會合作無間，汕頭大學新體育館的360度高清屏幕及今年畢業禮的製作，正是由Obscura負責。



LI KA SHING FOUNDATION
李嘉誠基金會

屈臣氏集團

屈臣氏集團起源於一八四一年，時至今日，集團已成為國際性的零售及製造業機構，業務遍佈全球二十四個市場。

集團旗下經營超過一萬二千家零售商店，種類包括保健及美容產品、高級香水及化妝品、食品、電子產品、電器及高級洋酒。

此外，集團亦是歷史悠久的飲品生產商，製造一系列瓶裝水、果汁、汽水及茶類飲品，並透過其國際洋酒批發商及代理商，銷售世界優質名酒。

屈臣氏集團聘用超過十二萬名員工，是業務遍佈全球的大型跨國綜合企業長江和記實業有限公司的成員。長江和記業務遍及超過五十個國家，經營港口及相關服務、零售、基建、能源以及電訊等五項核心業務。

編輯委員會

顧問：黎啟明

主編：倪文玲

委員：

- 集團總部：Clare Forrester 彭秀群 李民漢
 - 保健及美容產品部 (亞洲及中歐)：Nuanphan Pat Jayanama 徐安利 Matt Walburn Jose Mes
 - 高級香水及化妝部 (歐洲)：Michelle D'vaz Marjolein Geenjaar
 - 製造部：蕭健敏
 - 香港零售：鄧惠儀 陳瑞賢 李亦珧
- 設計：黃家騏 朱熙麟

出版：屈臣氏零售(香港)有限公司
香港新界沙田火炭禾寮坑路1-5號屈臣氏中心
網址：www.aswatson.com
電郵：WatsON@asw.com.hk
© 屈臣氏集團 • 版權所有

此刊物以環保紙印製