

Watson 119 N

SUSTAINABLE
CHOICES W

**屈臣氏推出可持續產品
締造更美好世界**



SUSTAINABLE

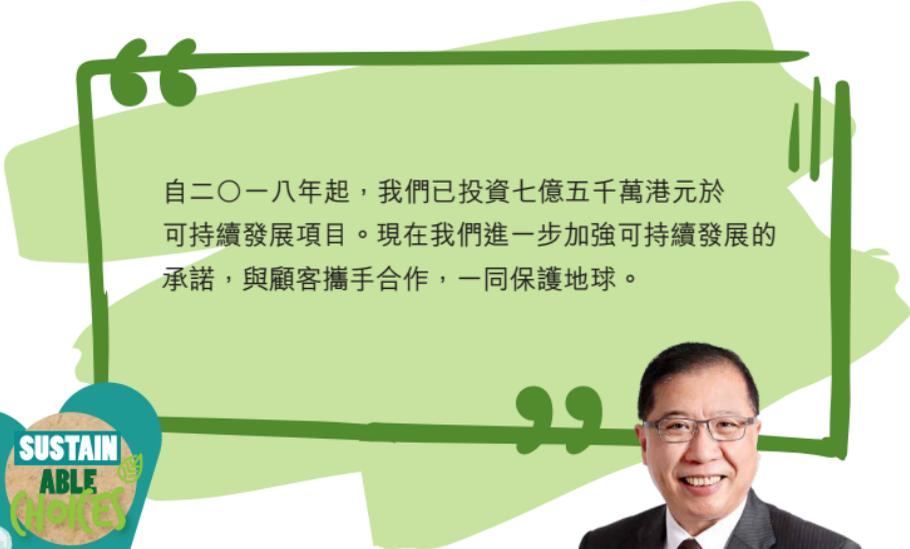
CHOICES

**屈臣氏推出可持續產品
締造更美好世界**



屈臣氏集團十分重視可持續發展，並相信這能為我們的業務及持份者締造可持續的未來。

有見及此，集團旗下的保健及美容旗艦品牌屈臣氏加強對氣候變化的承諾，提供種類繁多的可持續產品，鼓勵顧客與我們一同攜手減少碳排放，目標是抵銷超過二千公噸的二氧化碳（CO₂）排放。



自二〇一八年起，我們已投資七億五千萬港元於可持續發展項目。現在我們進一步加強可持續發展的承諾，與顧客攜手合作，一同保護地球。



黎啟明
屈臣氏集團
集團董事總經理

刻不容緩

氣候變化問題日益嚴重，保護地球實在刻不容緩；同時，越來越多顧客關注氣候問題，並意識到企業及消費者在可持續發展中所扮演的角色。

除了照顧皮膚、頭髮及身體的需要外，顧客在購物時，亦希望能為守護地球出一分力，當中年輕顧客特別重視可持續發展的議題。

德勤發布的《二〇二一年可持續發展與消費者行為報告》顯示，百分之三十二的消費者正實踐可持續的生活，百分之六十一的消費者更表示他們已經減少使用塑膠。

與此同時，埃森哲的研究進一步顯示，疫情令許多人重新思考人生的優先次序。二〇二〇年四月，百分之四十五的消費者表示他們作出更多可持續的選擇，而此數字在短短八個月後已飆升至百分之六十六。



推出可持續產品

屈臣氏推出的可持續產品，幫助具環保意識的顧客更輕易活出可持續的生活，並找到他們所需的產品。

屈臣氏藉此希望鼓勵更多人為自己及他人做正確及可持續的選擇，一起締造可持續發展的未來。

現在顧客能在屈臣氏店舖輕易找到環保產品，而電子商店更設有可持續產品專區，令顧客能夠迅速找到屈臣氏提供的所有可持續產品。

自推出以來，電子商店可持續產品的轉化率有所提升，我們深信這將為集團線下及線上(O+O)零售帶來可觀的增長。



可持續產品分為四個類別：



屈臣氏的 Clean Beauty 品牌採用可靠的成分保護顧客，並為環境及社會帶來效益



推出補充裝及環保補充站，讓顧客能夠持續使用原本的容器，減少浪費



選用環保紙張、可持續棕櫚油，或減少非配方產品的塑膠成分



積極減少使用塑膠物料包裝，採用再生塑膠或可持續環保紙

邁向可持續發展目標

為進一步鼓勵顧客選擇可持續產品，屈臣氏承諾捐出部分收益支持碳排放抵銷項目。每售出一件可持續產品便直接幫助減低溫室氣體排放，同時改善世界各地人們的生活及未來。

屈臣氏正與氣候保護組織ClimatePartner合作，支持其森林保護及潔淨海洋計劃。

森林及海洋是重要的碳儲存庫以及動物的棲息地，直接或間接地為無數人提供生計。海洋儲存四分之一來自大氣層的二氧化碳，亦吸收高達百分之九十三來自溫室效應的熱能。清潔的森林及海洋可以保護生物多樣性，並有助減輕氣候變化的影響。



DO
TOGETHER
TO OFFSET
CO₂
EMISSIONS!

與顧客懷著共同使命

屈臣氏不僅是保健美容零售商，更身肩社會責任。作為亞洲領先的零售品牌之一，屈臣氏深受顧客的喜愛和信賴，更運用品牌的影響力鼓勵顧客作出改變，從而締造一個可持續的世界。

教育對於鼓勵顧客改變生活方式亦相當重要。屈臣氏每逢星期一透過社交媒體推出 Good Academy，提高顧客的環保意識並鼓勵他們實踐可持續的生活方式。屈臣氏透過提供有關氣候變化及可持續發展的最新資訊，實踐社會願景，讓顧客「Look Good. Do Good. Feel Great.」，變得更健康、更美麗。

[立即觀看短片!](#)

屈臣氏集團成立一百八十年，行善的精神早已成為我們的基因。展望未來，我們承諾繼續保護生態環境，推動可持續發展，把這份精神延續下去。

黎啟明
屈臣氏集團
集團董事總經理



全為了您

Kruidvat推出一系列令肌膚煥然一新的 Soul Secrets 產品。全新的沐浴系列以愛、活力和平衡為主題，產品推出時，品牌更向美容記者送上驚喜禮物。此外，Trekpleister每月向員工送上一款自家品牌產品，讓他們試用過後向顧客分享用家體驗。



真我本色

Superdrug推出了Shades of You活動，承諾為顧客提供多元化的產品選擇。品牌致力搜尋適合不同膚色的美妝產品，並推出提倡共融的產品系列。此外，Savers與寶潔公司攜手合作，推出全新獨家產品 Fairy Rose Gold Washing-up Liquid 洗潔精，並配合數碼行銷及社交媒體宣傳策略。



兩代相連

The Perfume Shop 推出父親節活動，邀請化妝達人 Beth Gallagher 為兒童化妝。活動鼓勵兒童扮演父親，再噴上父親最喜歡的香水，讓他們無論外表或感覺都活像自己的父親，留下有趣的共同回憶。

THE PERFUME SHOP



立即觀看短片!



世上之最

ICI PARIS XL 為比利時的美妝愛好者搜羅源源不絕的全新獨家品牌，確保他們可以從世界各地的優質品牌中揀選合適產品。這些品牌包括 GloWish by HUDA Beauty、Morphe、IT Cosmetics、AM Cosmetics、Armani Beauty 及 Pat McGrath。在荷蘭，ICI PARIS XL 推出 Kissing Day 活動，為顧客提供唇部產品的特別優惠，並在社交媒體發布護理貼士。

ICI PARIS XL

無限可能

中國屈臣氏無縫結合社交媒體及實體活動的宣傳效果，為顧客創造創新有趣的互動體驗。品牌參加了微博於北京舉辦的 I DO 動漫嘉年華，鼓勵年輕顧客體驗主題區及直播工作室。此外，屈臣氏亦宣布邀請人氣女星擔任Makeup Miracle 眉筆的新任代言人。



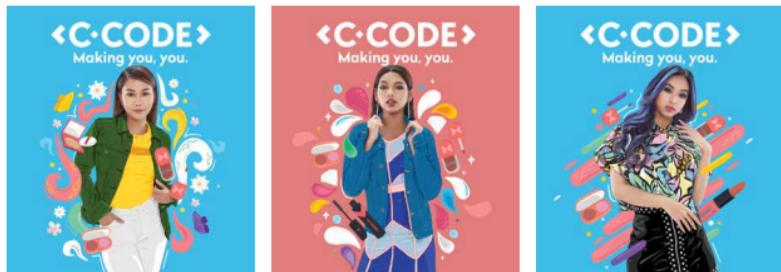
賦活年輕

香港屈臣氏邀請藝人鄭丹瑞出任樂加欣的最新代言人，推廣從源頭對抗衰老的品牌承諾，加強知名度。此外，樂加欣在新加坡屈臣氏甫推出即在當地引起熱潮，近日更推出全新的 TRU NIAGEN Beauty 美容保健品，找來網絡紅人宣傳產品特色。



美麗不設限

馬來西亞屈臣氏與人氣女子組合DOLLA展開合作，邀請她們成為獨家品牌C.Code化妝品的代言人。DOLLA活潑可愛的形象，與C.Code的品牌理念不謀而合。品牌鼓勵顧客勇於建立自我形象，成為理想中的自己。



以愛同行

印尼屈臣氏透過 Powered by Love 活動傳遞愛。屈臣氏一直由心出發，關愛顧客，透過改善店舖環境、服務以至企業社會責任活動，時刻緊貼他們的需要，充分展現品牌對顧客、社區及地球的愛。此外，台灣屈臣氏與全家便利店合作，為會員提供優惠券，成功創造銷售佳績，為合作打響頭炮。



熱賣推薦

菲律賓屈臣氏與母親群組Smart Parenting Mom Village合作，向會員提供屈臣氏嬰兒紙尿片，並在網上廣告中引用她們對產品的真實評語。該群組以千禧世代的年輕母親為主，她們以第一身用家評語加強產品宣傳，吸引顧客選用自家品牌產品，成功在當地掀起網上熱話。




呵護備至

泰國屈臣氏在去年的M.A.S.K.活動取得空前成功，今年再接再厲推出第二階段活動，協助他們尋找適合自己肌膚的產品，建立簡單又有效的在家護膚程序。與此同時，土耳其屈臣氏透過多媒體宣傳計劃推廣全新的屈臣氏卸妝潔膚水，引起網上熱話，在短短兩個半月已售出超過二萬六千五百支！



新鮮即送

香港百佳超級市場與外送服務供應商戶戶送合作，擴充生活百貨送遞服務。現時，戶戶送的上門送遞服務已涵蓋至百佳、FUSION、INTERNATIONAL及TASTE五十家分店，為顧客運送過千款貨品。顧客最快只需三十分鐘便可以輕鬆收到林林總總的超市新鮮食品及雜貨，滿足生活所需。

PARKNSHOP



更多禮遇

豐澤夥拍人氣偶像193@ERROR在感恩節活動推出一系列驚喜禮遇，包括快閃優惠及O+O線下及線上電子禮券。顧客更可投票選出他們的心水產品，有機會獲得電子商店獨家產品。此外，豐澤旺角分店現時設有蘋果授權的維修中心，技術人員已接受專業培訓，所有產品均會使用原廠零件。

豐澤 FORTRESS

貼心服務

為慶祝父親節，屈臣氏酒窖推出一項酒樽個人化服務，為一眾父親送上別出心裁的高心禮物。顧客購買美酒作為父親節禮物時，品牌會安排西洋書法家在酒瓶上寫下每位幸福父親的名字，令每份禮物變得獨一無二。

Watson's Wine



夏日滿FUN

屈臣氏蘇打水聯乘人氣虛擬偶像，為香港顧客在今個夏天透過全新的Watson's X-Soda系列，帶來耳目一新的時令口味，包括椰林飄香及荔枝馬天尼雞尾酒風味蘇打水，全部均零糖、零脂肪及零卡路里，僅含0.5%的酒精濃度。此外，適逢屈臣氏集團一百八十周年誌慶，品牌重新推出「哥喇」及「白檸」，讓不同年齡層的香港顧客都能重新體驗風靡一時的屈臣氏汽水系列！

Watson's.

Congratulations!



屈臣氏集團

國際商業大獎 - 全球新型冠狀病毒應對大獎
(最具價值企業回應) - 史蒂夫銀獎

(史蒂夫獎主辦)

賽馬會齡活城市計劃齡活協作大獎 - 優異獎

(香港賽馬會慈善信託基金主辦)



屈臣氏集團

PARKNSHOP

豐澤 FORTRESS

watsons

watsons water
堅持·突破

賽馬會齡活城市計劃標誌

(香港賽馬會慈善信託基金主辦)

PARKNSHOP

香港

香港十大最具影響力品牌

(Ipsos主辦)

watsons

香港

香港二十五大最具影響力品牌

(Ipsos主辦)

國際

二〇二一亞洲零售大獎

- 年度最佳保健及美容零售商 - 亞洲
- 年度最佳社會企業責任
- 年度最佳市場策劃

(Retail Asia主辦)

中國

京東618周年慶 - 十佳全渠道合作伙伴

(京東主辦)

第十二屆虎嘯獎直播營銷金獎

(虎嘯獎委員會主辦)

二〇二一上海國際廣告獎電商直播類 - 金獎

(上海國際廣告節組委會主辦)

第五屆阿拉丁神燈獎

- 最佳電商小程序
- 最佳品牌企業小程序
- 最佳工具內容小程序

(阿拉丁指數主辦)

新加坡

二〇二一亞洲零售大獎

- 年度最佳保健及美容零售商 - 新加坡
- 年度最佳店舖設計 - 新加坡

(Retail Asia主辦)

菲律賓

二〇二一亞洲零售大獎

- 年度最佳保健及美容零售商 - 菲律賓
- 年度最佳市場策劃 - 菲律賓 (Stay Strong, Stay Beautiful計劃)

(Retail Asia主辦)

土耳其

卓越顧客服務成就獎 - 鑽石大獎(彩妝連鎖店類別)

(Sikayetvar.com主辦)

六月及七月新店開幕



全新的屈臣氏 x Marionnaud概念店已於上海萬達廣場隆重開幕，為顧客提供一個時尚及新穎的美妝體驗店，方便他們試用不同的彩妝產品及香水



中國屈臣氏開設六十一家新店，為顧客帶來無縫的線下及線上購物體驗



泰國屈臣氏分別在曼谷及董里府開設三家和一家新店



印尼屈臣氏於雅加達 Citra Garden Street開設全新的屈臣氏藥房



馬來西亞屈臣氏在柔佛、森美蘭及雪蘭莪開設四家新店

六月及七月新店開幕



The Perfume Shop於愛丁堡St. James Quarter開設環保概念店，店內設有一棵以回收香水樽裝飾的樹木。顧客只需將用完的香水樽帶到店內回收，即可獲得優惠券

新店開張



Superdrug於英國蘇格蘭、譚沃思及南約克郡開設三家新店



Kruidvat於比利時尼諾夫、佩爾特及滑鐵盧開設三家新店，又於荷蘭萊克開設一家新店



ICI PARIS XL於荷蘭格羅寧根省開設一間新店



Savers於英國戈斯波特開設新店



“一名殘疾人士來到店舖向我們求助，但他只會說越南語，因此，我們運用網上翻譯工具與他溝通並盡力了解他的情況。最後我為他致電緊急熱線，讓他得到所需的醫療協助。即使我們沒有共通的語言，亦可以表達我們對顧客的關懷。”

黎靜婷
香港百佳超級市場
店舖經理

“我很高興能幫助顧客解決問題。猶記得一名女士來到店舖時眼泛淚光，原來她深受產後脫髮之苦。我建議她嘗試使用一款護髮產品，而我自己亦是忠實用家。不久之後，我們在另一家店舖相遇，她很高興脫髮問題得到改善，並向我送贈朱古力以表謝意！”

Elvita Martinsone
拉脫維亞Drogas
銷售顧問





“ ”

在集團工作，最令我高興的是公司十分樂意聽取我們的意見，讓我工作充滿動力！

Summer Tan

新加坡屈臣氏
電子商貿經理



“ ”

我喜歡為顧客帶來超越他們期望的服務，提供專業的健康建議，助他們活得更精彩！

Pakkamon Sawasdecha

泰國屈臣氏
藥劑師



“ ”

我十分享受與我的團隊共事，
我們合作無間，令工作充滿
意義！

James Ashforth

歐洲eLab
電子商貿主管



“ ”

感謝集團讓我接觸保健及美容
零售業務的顧客關係管理，並與
各大品牌合作，讓我獲益良多！

Sarah Cartmell

DataLab
高級顧客關係管理經理



以愛改變世界

屈臣氏集團全球可持續發展委員會於七月十九至二十日舉辦以「為世界帶來改變」為題的可持續發展網絡研討會，鼓勵參加者積極在每個營運市場，攜手以愛帶動改變和創新，讓世界變得更美好。



我們的策略重點：



社區關懷

- 在疫情期間支援社區
- 與微笑行動合作，於 2030 年前贊助 10,000 次手術



顧客關係

- 顧客愈來愈重視道德消費
- 提供更多可持續產品以滿足顧客需求



關顧員工

- 以推廣精神健康為首要任務
- 建造一個讓員工感到被重視和支持的工作環境



生態環境

- 應對氣候變化
- 促進循環經濟
- 提供更多可持續產品

可持續發展對屈臣氏集團的意義？

可持續發展不是市場推廣，是一個企業策略；更不是門面功夫，而是需要多方面認真思考如何運用我們及業務的影響力為營運市場帶來正面的改變。

一方面，可持續發展是一個複雜、難以解釋的議題；另一方面，它只是一個簡單的商業公式：

快樂的員工 + 快樂的顧客 = 快樂的業務 = 快樂的持份者 😊

如何實踐可持續發展？

可持續發展是需要與眾多持份者一同建立的生態系統。單憑一己之力，無法完成。我們必需與供應商、回收商、綠色團體、還有員工和顧客通力合力，缺一不可。所以請您立刻起動，積極物色合作夥伴，鼓勵顧客一同參與。集團每年與數十億顧客緊密聯繫，我們有責任分享知識，為顧客提供更多選擇，讓他們活出可持續的生活，並且關懷社區，例如與微笑行動合作，支持笑亮童心計劃。

要為世界帶來改變，我們扮演的角色相當重要，究竟是「引領改變」還是「順應需求」，必需作出抉擇。此外，我們還要化被動為主動，積極擔當領導的角色，而不只是回應社會需要。大家每一天的努力都非常重要，讓我們上下一心，攜手合作，以屈臣氏集團強大的影響力成就更多，共同創造可持續發展的美好將來！



倪文玲

屈臣氏集團全球可持續發展委員會主席
屈臣氏集團首席營運總監及集團(亞洲及歐洲)行政總裁

體壇精英

每年一度的香港青年體壇盛事**屈臣氏集團香港學生運動員獎**今年首次以網上頒獎典禮的形式，嘉許一眾在「疫境」下仍努力不懈、繼續秉持「Yes I can! 我敢創未來！」精神的傑出學生運動員。獎項今年嘉許八百八十三位傑出學生運動員，參與的中學、小學及特殊學校佔全港學校數目超過八成半。是次頒獎禮更在網上社交平台同步直播，讓得獎者的親友可同時參與，見證得獎學生運動員獲獎時刻。

大會邀得已獲取東京殘疾人奧運會參賽資格的香港輪椅羽毛球運動員陳浩源先生與一眾得獎學生分享他自交通意外康復後，憑著飛凡的毅力，成為代表香港獲獎無數的輪椅羽毛球運動員，創造更精彩人生的奮鬥故事。啟發學生培養正面及堅毅的意志，敢於追尋夢想！



▶ 觀看活動花絮!



屈臣氏集團首席營運總監及屈臣氏(亞洲及歐洲)行政總裁倪文玲(左)及香港精英運動員協會主席陳念慈, BEM, JP(右)一同主禮網上頒獎典禮

挑戰自我

香港屈臣氏義工隊與慈善機構凝動香港體育基金合辦首個線下及線上慈善活動#GetActive波比跳挑戰，邀請學生及屈臣氏的同事連續三天挑戰波比跳！另外，豐澤與青年成就香港部舉辦綠色智慧零售創意大賽，鼓勵大學生為未來開發創新、可持續發展的零售解決方案。



立即觀看短片!



讓世界變得更美

Superdrug以Doing Good Feels Super為計劃主題，教育顧客回收產品包裝，建立可持續的生活。品牌舉辦了一場網上分享會，邀請名人分享他們如何將環保元素加入日常的美妝習慣。另外，Kruidvat發表最新的社會企業責任報告。與二〇一五年相比，品牌去年成功減少百分之五十的二氧化碳排放，更在五百九十九家店舖裝設LED節能照明系統。

Superdrug ☆ Kruidvat

分享美麗及快樂

@Marionnaud

Marionnaud以Share Beauty Spread Joy 作為品牌的社會願景，一直以來致力為顧客提供最優越的顧客體驗，盡力為員工帶來更多啟發和靈感，同時亦伸出援手關懷社區。此外，品牌時刻以愛護地球為出發點，與顧客攜手創造一個美麗、可持續發展的世界。



立即觀看短片!



魅力秀髮

@奧地利

奧地利 Marionnaud推出的全新護髮品牌 Elénature 和 The Insider，照顧顧客不同的需要。無論顧客擁有一頭捲髮或長直秀髮，髮質屬乾性還是油性，Marionnaud 都有合適的產品幫助他們塑造理想造型。

會員專享

@瑞士

瑞士Marionnaud為慶祝重新推出的忠實會員計劃，特別推出多項精選優惠及禮品。全新的會員計劃設有不同會員級別，為顧客提供豐富的獎賞優惠。



熱烈關注

@意大利

意大利 Marionnaud近日推出護膚品牌 My Clarins的一系列主要由花、植物及水果製成的純素護膚品。品牌更邀請了一眾網絡紅人參與宣傳計劃，示範將 My Clarins 的產品加入日常護膚程序。

我問你答

1. 列出四個屈臣氏可持續產品類別。
2. 屈臣氏重新推出甚麼飲品來慶祝集團成立一百八十周年？
3. 今年的屈臣氏集團香港學生運動員獎共有多少位得獎學生？

超級大獎 (1)
即影即有相機



金獎 (1)
體脂計



銀獎 (4)
屈臣氏可持續產品套裝



第一一八期答案

- 1) 屈動每個更好
- 2) 三百萬
- 3) 網購店取時段 / 個人諮詢服務

超級大獎 (充電便攜式攪拌杯)

姓名	公司及部門
Winnie Tong	屈臣氏集團國際採購部

金獎 (智能運動啞鈴)

姓名	公司及部門
Chansida Lukarang	泰國屈臣氏店舖發展部

銀獎 (零食禮盒)

姓名	公司及部門
Chloe Cheung	百佳超級市場貿易部

截止日期：二〇二一年九月三十日

要贏取豐富的獎品，現在只需把你的答案連同聯絡資料傳送至 WatsOn@aswatson.com

屈臣氏集團

屈臣氏集團起源於一八四一年，時至今日，集團已成為全球最大的國際保健美容零售商，業務遍佈全球二十七個市場。

集團旗下經營超過一萬六千二百家零售商店，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十四萬名員工，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、基建以及電訊等四項核心業務。

編輯委員會

顧問：黎啟明

主編：倪文玲

統籌部門：

- 集團公關部
- 集團人力資源部
- 屈臣氏國際
- 歐洲保健及美容產品部
- 高級香水及化妝品部
- 製造部
- 集團可持續發展委員會及千禧世代企業社會責任委員會

出版：屈臣氏集團

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@aswatson.com

© 屈臣氏集團 • 版權所有



長江和記實業成員