

Watson¹¹⁴N

屈臣氏連續十二年
蟬聯亞洲第一品牌美譽





屈臣氏連續十二年 蟬聯亞洲第一品牌美譽

屈臣氏今年再度榮獲亞洲第一個人護理品牌*的殊榮，標誌著品牌連續第十二年獲獎，再次證明品牌在亞洲保健美容零售市場的領導地位。



*由Campaign Asia-Pacific/Nielsen進行的二〇二〇年「亞洲一千最佳品牌」網上研究，訪問亞太區十四個市場逾八千名受訪者

除了在個人護理產品市場獲得第一品牌的美譽，屈臣氏在「亞洲一千最佳品牌」中的排名亦表現突出，自去年起排名一直上升，由二〇一八年的第四十一位及二〇一九年的第三十七位，攀升至今年的第三十四位，反映屈臣氏一直廣受顧客的支持及信任，在顧客的日常生活中擔當重要的角色。

屈臣氏是亞洲領先的保健及美容產品零售商，在多個亞洲市場表現出色。今年，屈臣氏在香港、台灣、泰國及馬來西亞均名列第一。

NO.1

“ 我們每天的目標是致力為顧客提供優越的服務並為他們帶來歡笑。屈臣氏能夠成為最受顧客歡迎的品牌，令我們感到十分鼓舞！這項殊榮對我們的工作予以肯定，更重要的是反映出我們顧客的心聲，證明屈臣氏是顧客摯愛的品牌。 ”

黎啟明
屈臣氏集團
集團董事總經理

保健及美容領導品牌 - 屈臣氏



13個市場



超過7,800家店舖



1,500家藥房



超過9,600萬名會員

作為屈臣氏集團旗下保健及美容旗艦品牌，屈臣氏也是香港以至全球歷史最悠久的品牌之一。屈臣氏一直領導著保健及美容產品的零售市場，除了提供多元化的產品外，更為顧客提供個人化的諮詢及建議。

多年來，屈臣氏致力讓顧客變得更美麗、更健康！品牌早已融入顧客的日常生活，贏得他們的愛戴及支持。

讓您變得更美

屈臣氏提供包羅萬有的美容產品，包括化妝品及護膚產品，希望幫助顧客變得更美麗；另外，品牌在每個市場亦會定期引進最新的美妝品牌及產品，來迎合美容愛好者的需求。

為吸引年輕一代的顧客，屈臣氏引入零售科技，開設多家以互動體驗主導的潮流概念店，塑造令人耳目一新的時尚購物環境。全新的概念店採用新穎型格的室內設計，特設多個顧客體驗區，包括唇膏及化妝專區，讓顧客即場嘗試不同造型及彩妝產品，並有駐店化妝師提供專業建議。

此外，屈臣氏手機應用程式中的美妝相機ColourMe最近推出升級版本。ColourMe運用擴增實境 (AR) 提供線上試妝功能，讓顧客即時嘗試不同妝容並獲得產品推薦。新增的升級功能已於香港、馬來西亞、泰國、台灣、新加坡及印尼推出，即使顧客戴上口罩，仍可透過美妝相機試用唇膏產品。另外，台灣及泰國屈臣氏亦剛推出虛擬試髮色功能，令顧客可以於線上試用染髮產品。



Try on new products on our app
#COLOURME
NOW WITH MASK FRIENDLY FEATURE!

一掃即變髮色!
再也不用煩惱髮色
一掃即變 讓妳美得更剛好

Google Play App Store

活得更精彩、健康

屈臣氏盡力照顧每位顧客的健康，搜羅各式各樣的保健產品，迎合每位顧客不同的健康需要。

屈臣氏每年都會舉行Get Active活動，主題會因應不同市場而度身訂造，旨在鼓勵顧客多做運動，維持健康體魄。當中最受歡迎的是馬來西亞及台灣屈臣氏所舉辦的盛大森巴舞派對，將運動結合有趣元素，幫助顧客釋放日常生活壓力，一同舞出健康！

除了協助每位顧客變得更健康，屈臣氏亦致力豐富及提升顧客的購物體驗。

屈臣氏於二〇一八年起推出尊尚會員計劃，回饋忠實顧客，計劃現已覆蓋所有營運市場，與不同地方的顧客建立更緊密關係。屈臣氏為尊尚會員特別度身訂造各種個人化優惠及驚喜獎賞，以答謝他們多年來的支持。

除此之外，屈臣氏於二〇一九年推出一項跨地域的會員優惠計劃Watsons One Pass，讓顧客在旅遊時也可盡享海外屈臣氏的會員優惠。





店舖 QR CODE

可直接於
APP 內付款付款及帶走心水產品
Scan ... and ... Go

購物新體驗

屈臣氏持續引進最新的零售科技，結合線上及線下(O + O)平台為顧客帶來耳目一新、方便快捷的互動購物體驗，滿足顧客需求。

因應疫情爆發，屈臣氏加快步伐，提早半年推出非接觸式支付系統WatsonsGO。顧客只需使用屈臣氏的手機應用程式掃描所選購的貨品條碼，然後在手機應用程式中一次過以支付寶或信用卡完成付款。WatsonsGO不僅為顧客提供便捷的購物體驗，省卻等候付款的時間，更有助維持適當的社交距離，保障大家的安全。

顧客現可於三家香港屈臣氏分店使用WatsonsGO，新加坡屈臣氏亦已在八月正式推出服務。中國屈臣氏早於二〇一八年採用這項零售科技，至今已覆蓋全國超過三千九百家分店。

[▶ 立即觀賞短片！](#)



顧客分享

“無論在店舖或網店購物，屈臣氏總會帶給我精彩的購物體驗！成為尊尚會員更可享豐富的獨家優惠，令我驚喜萬分！”

Sharifah Suraya
馬來西亞屈臣氏顧客



“作為一個護膚新手，屈臣氏的美容顧問每次都會給我很實用而且個人化的護膚建議，令我感到非常滿意！”

雅文
台灣屈臣氏顧客



“在屈臣氏我總會搜購到所需要的產品，店舖的職員亦十分樂於助人，令我感到十分愉快！”

Bench Mendoza
菲律賓屈臣氏顧客



“在屈臣氏，我可以找到最新潮和受歡迎的護膚及彩妝產品，確實是每位美妝愛好者必到之處。”

K. Vipavee
泰國屈臣氏顧客



“感謝屈臣氏讓我體驗不同的獎賞和優惠！這就是我不斷光顧的原因。”

Fia
印尼屈臣氏顧客



“屈臣氏的駐店化妝師十分熟悉不同彩妝產品的特點，又時常笑容滿面，令我享受每次在店舖購物的體驗。”

孫莎琪
中國屈臣氏顧客



延續傳奇

屈臣氏計劃今年在亞洲及歐洲開設七百多家新店，為更多顧客帶來卓越的保健美容產品及服務。

屈臣氏將繼續與顧客一同成長，緊貼他們的需要，並探索不同方法，無縫結合線上及線下 (O + O) 平台，為顧客帶來更優越的購物體驗。

為保持競爭優勢，我們會進一步投資世界領先的零售科技，確保我們能與顧客緊密連繫，繼續成為顧客最愛的品牌。



“作為一個經典品牌，屈臣氏一直以來致力照顧不同人士的保健及美容需要。顧客都喜歡品牌具個性，並能夠全天候二十四小時提供全面的線上及線下購物體驗。在屈臣氏工作的每一位都是品牌的代言人。”

王芷琪
屈臣氏國際
顧客體驗總監



免費開放全港最具規模會員計劃

疫情令社會及各行各業受到影響，為振興本港零售及餐飲業，**屈臣氏集團**推出全港跨商戶消費獎賞計劃，免費開放**易賞錢**平台，聯繫全港零售及餐飲商戶，呈獻多重跨商戶優惠。

集團將捐出一百八十萬個WatsMask WeCare口罩，鼓勵顧客踴躍參與，刺激消費，支持本地的零售商及餐廳。易賞錢會員只需在參與計劃的商戶消費，即可享驚喜獎賞，購物滿指定次數更可獲贈自家品牌口罩。



慶祝一番

為慶祝品牌成立四十五周年，Kruidvat特別舉辦了多項慶祝活動，令顧客在疫情中綻放笑容。活動包括為期三星期的派對優惠推廣，以驚喜價格為顧客提供心儀產品。Kruidvat亦同時推出全新自家品牌營養保健軟糖系列：Oh My Skin、Oh My Tan 及 Oh My Hair，並配合全面的市場推廣計劃作宣傳。



Kruidvat



超級星期六

Superdrug舉辦了一系列以夏季為主題的活動，鼓勵顧客重臨店舖購買化妝品。在六月和七月的每個超級星期六，多個美妝界網紅與Superdrug旗下的獨家品牌合作，圍繞不同的彩妝主題發布宣傳短片，引起社交媒體熱話。

Superdrug

輕鬆購物

The Perfume Shop與支付服務平台Klarna合作，為顧客提供更靈活的購物體驗。顧客可先把產品帶回家，然後自由選擇在三十天內付款，或透過免息分期支付費用，務求以嶄新方式令購物變得更方便！

THE PERFUME SHOP



驚喜現身

ICI PARIS XL推出嶄新Go Instore購物體驗服務，運用數碼科技，為顧客帶來更個人化的網上購物服務。顧客只需在網頁點擊「現場購物」按鈕，店舖的美容顧問便會現身螢幕，為顧客提供實時、個人化的產品建議，提升整體網上購物體驗。今年適逢BE Creative彩妝系列推出七周年，顧客更可享各種驚喜禮遇。

ICI PARIS XL

聯乘限定

香港屈臣氏與零食網購平台上倉冑子合作，在七十多家店舖內宣傳最新的推廣活動。活動透過社交媒體、網絡遊戲和線上及線下優惠來吸引顧客，在一個月內接觸高達五十四萬七千人次，成為熱話。與此同時，屈臣氏蒸餾水推出印有人氣「屈仔」圖案的特別版水樽，鼓勵市民在夏天補充足夠的水分，維持身體健康。



「寵」愛有加

香港屈臣氏一直致力為顧客提供優質的產品及服務，最近更於超過一百四十家屈臣氏店舖增設寵物藥妝專區，方便顧客照顧寵物的需要。品牌更與T&Y Biologics攜手合作，開設全港首家Wats Petmacy寵物藥妝旗艦店，提供多種保健產品，並有駐場護士提供專業的寵物諮詢服務。



美麗動人

中國屈臣氏以創新方式來鼓勵顧客勇於嘗試不同的護膚及美妆新產品。品牌在中山設立期間限定店，邀請顧客在店內進行皮膚分析，並提供化妝服務及送出產品試用裝，讓顧客可以在家試用。另外，屈臣氏亦於多個城市舉行大型的產品試用活動，以「試無忌憚，美有道理」為題，鼓勵顧客選用獨家產品。



網絡新星

台灣屈臣氏與合作夥伴寶潔及自家品牌蒂芬妮亞攜手合作，舉辦 Instagram「一鍵玩美」網絡紅人大賽，發掘社交媒體新星。比賽吸引超過四百人參與，參加者為不同品牌製作產品開箱文，再由星級嘉賓評審。勝出者將會與屈臣氏簽訂社交媒體宣傳合約並獲贈豐富禮物。



沐浴享受

菲律賓屈臣氏推出What a Splash活動，推介顧客使用最新的沐浴產品，享受沐浴的樂趣。活動廣告成功吸引超過一千萬人次觀看，網上商店的流量激增。屈臣氏亦在分店內進行宣傳佈置，為顧客帶來驚喜。活動在當地的禁足令生效前舉行，方便顧客選購個人護理必需品。



尊屬禮遇

馬來西亞屈臣氏推出全新會員禮遇，會員除了獲得購物獎賞及額外積分，更可獲得免費人壽保障。此外，新加坡屈臣氏的顧客現時可以享用全新的數碼諮詢服務，透過Facebook 直播參加「問問藥劑師」活動，當中藥劑師會與顧客分享有關偏頭痛、眼部護理、失眠和壓力等健康話題。

選您所愛

泰國屈臣氏透過一項會員問卷調查，邀請顧客投選最喜愛的獎賞及推廣活動，獲得顧客踴躍參與。完成調查後，屈臣氏隨即在六月及七月舉行最受顧客歡迎以及會員限定的Big Bang Beauty活動，好評如潮。



新品獻禮

印尼屈臣氏透過I Love K-Beauty活動，將店舖設計成韓國潮流美妝產品的熱門購物點。活動邀請會員在社交媒體上參加比賽，分享美容心得。同時，土耳其屈臣氏推出多媒體宣傳活動，推廣全新的睫毛液Revolution Big Lash。活動在短短兩個月內便吸引到四百五十萬人瀏覽。

全城哄動

香港百佳超級市場與模型車品牌Majorette首度合作，推出一系列精緻的限量版模型車，引起顧客的極大迴響。顧客只要消費指定金額即可換領。另外，今年豐澤的i-Coin導賞團兌換計劃，搜羅知名音響和日本家電品牌，為顧客提供精彩獎賞。

PARKSHOP 豐澤 FORTRESS



星光熠熠

屈臣氏酒窖舉辦了一場別開生面的網上美食及品酒活動，邀請米芝蓮三星級意大利廚師夥拍Ceretto家族的釀酒師與觀眾分享美酒及餐點配搭建議、烹飪心得以及葡萄酒資訊。在中國，葉汁先生與人氣的卡通角色迷你兵團合作推出一系列可愛的飲品包裝，在抖音宣傳平台上大受年輕顧客歡迎。

Watson's Wine 葉汁先生



A.S. Watson Group

全球零售力量 - 第四十九位
(Deloitte主辦)



香港

日日煮二〇二〇我最喜愛超市大獎
(Day Day Cook主辦)



二〇二〇顧客忠誠度及互動大獎
最佳會員計劃 (生活及娛樂) - 金獎

二〇二〇顧客忠誠度及互動大獎
最佳會員合作計劃 - 金獎
(《Marketing》雜誌主辦)



國際

亞洲個人護理店/藥房品牌第一位

「亞洲一千大零售商」排名第三十四位*

亞太區影響力排名 - 五十大最具影響力及目標營銷領袖
(《Campaign Asia》主辦)

* 《Campaign Asia-Pacific/ Nielsen》「亞洲一千大品牌」二〇二〇網上調查，
收集亞太區十四個市場超過八千名受訪者的意見

香港

香港環境卓越大獎 (商舖及零售業) - 金獎
(環境運動委員會主辦)

中國

金獅國際廣告影片獎最佳廣告(美妝及護膚類別) - 金獎
(《中國廣告雜誌》主辦)

台灣

二十五大行動世代最具影響力品牌
(Facebook主辦)

馬來西亞

顧客投選疫情期間最佳品牌
(Vase.ai主辦)

Facebook三大最佳互動品牌

Instagram五大最佳互動品牌
(socialbakers主辦)

菲律賓

人力資源投資 - 銀認證
(菲律賓人力資源投資者主辦)

印尼

印尼五大最受推崇公司(零售類別)
(Warta Ekonomi主辦)



英國顧客滿意指數(保健及美容零售商) - 第一位
(顧客服務研究中心主辦)

金融時報歐洲多元化僱主(零售類別) - 第五位
(《金融時報》主辦)

最佳網上顧客社群
(Glossy美容及時裝大賞主辦)



年度最佳網上零售商
(英國香水基金會主辦)



荷蘭

全球數碼營銷大獎 -
全球最佳新型冠狀病毒危機管理及傳訊
(數碼廣告公司網絡主辦)

最超值貨品 - Kruidvat Solait 兒童防曬噴霧SPF50+
(荷蘭消費者協會主辦)

荷蘭可持續發展品牌指數調查 - 第十二位
(SB Insight主辦)

比利時

最超值貨品 - Kruidvat Solait 防曬乳SPF30
(比利時消費者協會主辦)

七月至八月



中國屈臣氏 - 四十八家新店開幕



馬來西亞屈臣氏 - 九家新店開幕



泰國屈臣氏 - 九家新店開幕



菲律賓屈臣氏 - 十家新店開幕



印尼屈臣氏 - 五家新店開幕



越南屈臣氏 - 兩家新店開幕



拉脫維亞Drogas - 一家新店開幕



荷蘭Kruidvat - 三家新店開幕



比利時ICI PARIS XL - 那基爾新店開幕



“八年前我加入屈臣氏擔任藥劑師一職。十分感激公司多年來一直為我提供支援，特別是資助我完成碩士課程。我很高興我的工作能夠為顧客帶來有意義和正面的幫助，令顧客每天都能更美麗、更健康！”

Anson Lim
新加坡屈臣氏
藥房經理



“一家店舖要營運出色，關鍵在於吸引顧客持續光顧。我一直堅守這個使命並與我的隊友分享心得，他們就像我的家人一樣。顧客的讚賞令我們感到十分鼓舞，推動我們每天精益求精。”

Henny Prihandayanti
印尼屈臣氏
店舖主管



“我的工作性質以及與我共事的人都為我帶來滿足感。我很高興能夠獲得公司的信任，安排我參與一些重要以及富有挑戰性的項目。最難忘的莫過於在除夕街頭倒數派對後，立即趕回公司解決突發事件。”

Hannah Prentice
Superdrug
人力資源合作夥伴



“我的工作對我的個人發展有重要的幫助。在屈臣氏工作期間，我完成大學的課程並學以致用，而令我最樂在其中的部分是統籌及拍攝品牌影片。能夠在自己有份計劃的活動中參與製作並發揮所長，感覺實在太好了！”

Ivan Sonich
烏克蘭屈臣氏
銷售助理



“ 某天一位父親來到我們店舖，希望為兒子選購合適的嬰兒奶粉，但卻找不到所需貨品。於是，我透過網上庫存系統為他搜尋，並安排同事送貨給他。他十分欣賞我們的服務，現在更成為我們的常客呢！ ”

李詠詩
香港屈臣氏
店舖經理

“ 我們其中一位顧客是三胞胎的媽媽，我知道她在醫院工作，並不時間候她的近況。最近她想搜購一款常用的染髮劑，但我們的分店缺貨，於是我为她訂購並在貨品到達時致電通知她。她十分感激我們的幫忙，更親臨店舖送花致謝。 ”

Esmeralda Smit – van Veluw
荷蘭Kruidvat
店舖經理



環保承諾

屈臣氏集團宣佈成為首個簽署《全球減塑承諾》的保健及美容零售商，進一步承擔環保責任，積極減少產生塑膠廢料，並承諾提升產品包裝的環保要求，在2030年前全面淘汰PVC。集團更加入成為可持續棕櫚油圓桌會議(RSPO)的認證成員，支持使用由RSPO認證的棕櫚油，減少棕櫚油對環境的影響。



助人為快樂之本

香港百佳超級市場舉辦了每年一度的「全城傳愛齊捐食」活動，鼓勵顧客捐贈食物以幫助有需要人士。今年的疫情令社福機構未能如常提供服務，基層人士的負擔百上加斤，令計劃成為他們的重要幫助。今年的活動為期四星期，鼓勵顧客認捐四種指定食物，百佳收集所有捐贈後會以成本價提供及運送食材予惜食堂製作飯餐。



職場體驗

豐澤及基督教香港信義會第六年合作舉辦職業導向師友計劃，讓一班來自天主教普照中學的學生在活動中學習面試技巧並為TechLife製作一部宣傳短片。計劃今年因疫情關係改於網上舉行，活動旨在幫助學生建立自信心，引導他們以積極的態度面對未來的挑戰。

豐澤 FORTRESS



由心出發

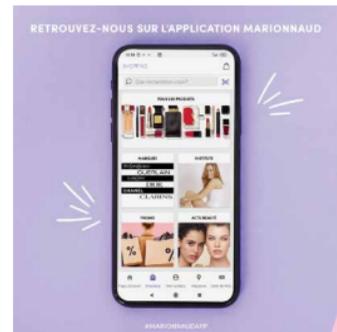
烏克蘭屈臣氏推行多年的Watsons Angels計劃，資助患有心臟病的兒童接受醫療服務，至今已協助超過五十五名兒童改善他們的生活。今年的計劃資助單親及低收入家庭的患病兒童購買醫療儀器，鼓勵顧客購買自家品牌產品，為兒童籌募善款。

一APP在手

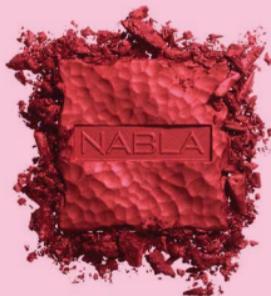
◎法國



法國Marionnaud推出全新手機應用程式，顧客可於網上瀏覽超過一萬款產品，並可即時下單訂購。應用程式更內置了Marionnaud電子會員卡，方便會員輕鬆管理自己的優惠及獎賞。



WatsON 114 • 第三季 • 二〇二〇年



純素美容

◎瑞士

瑞士Marionnaud獨家推出意大利彩妝品牌NABLA，為顧客帶來多元化的產品選擇。NABLA標榜以優質成分及無動物傷害為品牌忠旨，並已獲得美國善待動物組織Peta的零殘忍認證，所有產品均不含動物性成分及承諾不作動物測試。



運動精選

◎意大利

意大利Marionnaud誠意推出全新護膚品牌GLAMOVE。此品牌專為注重護膚的運動愛好者而設，產品著重防曬功效，為熱愛戶外活動的人提供方便有效的日常呵護。



《愛能助 II》再推1億 李嘉誠基金會繼續支援香港醫療服務

李嘉誠基金會於2019年與醫院管理局（「醫管局」）、香港大學及香港中文大學的醫學院合作，推出1億元《愛能助》醫療計劃，為沒能得到政府資助而急需診治的「夾心基層」病人提供經濟支援。今年7月，基金會推出第二期計劃，新增1億100萬港元資助，並將範圍擴至社福界。

而為鼓勵醫學畢業生留港服務社群，《愛能助 II》設立醫學院畢業生獎勵金，第一期撥資2,080萬元給李嘉誠醫學院醫科畢業生作獎勵。





另外，基金會捐贈4,800萬元支援醫管局病人，當中包括4,000萬元資助冠狀動脈介入治療術及新增的左心耳封堵術，又撥款800萬元資助指定用於介入程序的醫療裝置，以及增撥1,000萬元支援養和醫院「心臟導管介入資助計劃」。

鑒於疫情下不少社福機構收入大受影響，基金會捐資2,200萬元，支援12家非政府組織，讓社會服務得以持續，涵蓋對象包括視障、傷健人士、自閉症兒童、長者及基層家庭等等。

面對新冠病毒一輪又一輪的挑戰，基金會李嘉誠主席感謝每一醫護人員：「感謝你們在不同崗位上發揮專業精神，我們每人定要發揮自律精神同心抗疫；社福界在困境下維持服務，我們要珍惜和支持這種專業的貢獻。」



LI KA SHING FOUNDATION
李嘉誠基金會

我問你答

1. 今年屈臣氏在亞洲一千最佳品牌中排名第幾位？
2. 屈臣氏集團會在全港跨商戶消費獎賞計劃中捐出多少個自家品牌口罩？
3. ICI PARIS XL最新推出的購物服務是甚麼名字？

超級大獎 (1)
藍牙喇叭



贊助：



A.S. Watson Group

金獎 (1)
無線耳機



贊助：



A.S. Watson Group

銀獎 (1)
智能手錶



贊助：



A.S. Watson Group

第一一二期答案

- 1) haha SIM
- 2) 會員音樂會
- 3) 全球健康調查

超級大獎 (隨身負離子空氣清淨機)

姓名	公司及部門
Alex Law	香港百佳超級市場銷售業務部

金獎 (超聲波清洗機)

姓名	公司及部門
Kinki Chow	屈臣氏集團財務部

截止日期：二〇二〇年十月一日

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，業務遍佈全球二十五個市場。

集團旗下經營超過一萬五千八百家零售商店，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、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：Nuanphan Pat Jayanama

Jose Mes

• 高級香水及化妝：Cathy Newman Marjolein Geenjaar

• 製造部：蕭健敏

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