

Watson¹¹⁵N

萬眾期待！
美容零售品牌**屈臣氏**
正式進駐中東

第四季・二〇二〇年



watsons

萬眾期待！

美容零售品牌屈臣氏正式進駐中東



我們十分高興將屈臣氏引入杜拜，是次合作標誌著集團業務邁進又一重要里程碑，為當地的美妝愛好者帶來更多選擇。集團於歐洲及亞洲擁有逾百年領先市場的零售管理經驗，作為集團在中東地區的首次合作，我們深信屈臣氏定必能夠為當地顧客帶來全球頂尖的護膚及美妝產品、卓越的服務和嶄新的線上及線下購物體驗。

黎啟明
屈臣氏集團
集團董事總經理



屈臣氏集團欣然宣布將旗下保健美容旗艦品牌屈臣氏引入杜拜，標誌著品牌正式進駐阿聯酋，並進一步將業務擴展至其他中東市場。

首家位於杜拜購物中心的屈臣氏旗艦店已於十月一日開幕；同時，網上商店(Watsons.ae)、手機應用程式(Watsons UAE)以及屈臣氏會員計劃亦在當日同步推出。

是次合作是集團成立近一百八十年以來，首次簽訂的特許經營權協議，並將全球最大的國際保健及美容零售商屈臣氏集團與中東領先且業務廣泛的綜合企業AI-Futtaim聯合起來，促進業務發展。

極具潛力

屈臣氏於杜拜開設旗艦店不僅標誌著品牌首度涉足阿聯酋，將業務拓展至海灣阿拉伯國家合作委員會(海合會)成員國，成為品牌進入更多中東地區市場的踏腳石。

海合會是一個龐大且極具潛力的保健美容市場，當地的人口結構及經濟發展均為業務帶來發展潛力，有助屈臣氏業務進一步增長。當地市場以年輕顧客為主，政府推出的創造就業計劃有助就業並提升購買力，隨著社會穩定發展令市民生活水平不斷提升，保健與美容產品將迎來更龐大的需求。

護膚品是美容化妝市場中增長最快的一個類別，屈臣氏在護膚領域上擁有廣博的專業知識，一直領導健與美的零售市場。

阿聯酋資訊一覽

- 首都：阿布扎比
- 人口：977萬人
- 人均生產總值*：43,103美元
- 年齡中位數：33.5歲

(*資料來源：二〇二〇世界銀行)

國際品牌 匯聚中東

作為國際領先的保健及美容品牌，屈臣氏在十四個市場經營超過七千八百家店舖及超過一千五百家專業藥房。

品牌不斷力求創新以緊貼及滿足顧客瞬息萬變的需求，並將線上及線下平台與最先進零售科技及人性化服務無縫結合，致力為顧客提供全球最頂尖的購物體驗，令顧客每天都能活得更健康、更美麗。

屈臣氏在全球擁有一億位會員及三千萬位社交媒體粉絲。品牌擁有豐富的美容專業知識並致力提升顧客體驗，更連續十二年贏得亞洲第一個人護理品牌美譽。

中東顧客希望獲得更多優質產品及多元化的國際美容品牌選擇。因此屈臣氏致力為當地顧客提供備受信賴的全球知名品牌，以及時尚的產品，當中不少產品更是獨家發售。

**WE ARE
READY**





無縫的購物體驗

杜拜旗艦店屬全新第八代店舖設計，佔地逾三千平方尺，吸引一眾追求新鮮感及互動購物體驗的愛美人士。

屈臣氏將引入多個全球獨家品牌到中東市場，為顧客帶來更豐富的選擇。店舖特設以體驗主導的時尚化妝空間「Makeup Studio」，方便顧客自由配搭彩妝產品。此外，亦配備「Style Me」虛擬試妝服務，讓顧客即時嘗試不同潮流妝容；以及皮膚檢測儀，為顧客提供全面的皮膚分析。

另外，店舖亦劃分成多個專區，包括全球精選區、天然和醫學護膚產品區、以及無添加美容品牌專區，當中售賣的產品都會詳細列明成分。

為進一步加強與顧客互動，屈臣氏同步開設了網上商店、手機應用程式及社交媒體帳號，方便與顧客隨時隨地交流，並提供一站式線上及線下購物新體驗。



增長動力

杜拜旗艦店的開幕標誌著集團業務擴展的新篇章。今年，屈臣氏將於著名的杜拜節日城及阿聯酋購物中心開設兩家分店。此外，品牌更計劃於二〇二一年擴展至海合會的第二個成員國—沙特阿拉伯，並於二〇二五年底在該區開設一百家新店。

中東是全球增長最快的美容產品市場之一，美容及個人護理行業市場總值二百五十四億美元，預計在未來五年每年增長6.4%*。屈臣氏憑藉在美容業界的穩固基礎，結合最先進的零售科技及世界級的線上及線下(O + O)平台，不但可以滿足一眾喜愛數碼科技顧客的需求，更有助把握未來龐大的商機。

*資料來源：Euromonitor International





屈臣氏集團創立於一八四一年，由昔日一家小藥房發展成為全球最大的國際保健美容零售商，在二十七個市場經營超過一萬五千八百家店舖。二〇二一年標誌著集團正式成立一百八十周年，是全香港，甚至全世界歷史最悠久的公司之一。

多年來，集團一直由心出發，關愛顧客。因為愛，我們將不可能變成可能；因為愛，我們才能與每位顧客緊密相連，為他們帶來更美好的生活。

明年，集團將以「一百八十載·以愛同行」為題，慶祝成立一百八十年的里程碑，延續我們歷年來愛的故事。MAKE 2021亦會以此為題。

讓我們繼續攜手同行，一同譜寫集團歷史新的一章，以愛迎接未來更多挑戰及機遇！

Because OF
LOVE²





微笑 · 從心而發

屈臣氏集團今年發起「全球微笑計劃」，為二〇二一年集團慶祝成立一百八十周年揭開序幕，目的是希望在全球推廣快樂文化，鼓勵顧客及員工保持健康和積極的生活態度，並提高大眾對精神健康的認識和關注。

計劃以「Smile Inside Out」為主題，推展至集團全球二十七個營運市場十二個品牌旗下共一萬五千八百多家店舖。集團更委任了十三名首席微笑專員，由集團千禧世代企業社會責任委員會的成員組成，他們的使命是為全球數以十億計的顧客帶來微笑。



屈臣氏集團首席營運總監及集團(亞洲及歐洲)行政總裁倪文玲(左)頒發委任狀予首席微笑專員楊照頤(右)



集團委任十三位千禧世代企業社會責任委員會成員為首席微笑專員，向全球的同事及顧客宣揚精神健康的重要性

顧客尊享

Kruidvat透過媒體發佈一系列宣傳照，動用員工分享保健產品的專業知識，從而提高顧客對品牌的認識。同時，**Trekpleister**推出一項方便而且價格合理的乾洗服務，根據顧客的特定要求進行乾洗——無論是清洗派對禮服還是滑雪運動服，都照顧周到。



為顧客送上驚喜

Superdrug推出全新B. 脫毛產品系列，並邀請網絡紅人與顧客分享有關毛髮生長及脫毛的話題，在社交媒體上引起大眾的共鳴。
拉脫維亞Drogas於九月九日推出「9.9購物日」推廣活動，顧客於網上店鋪消費滿歐羅9.90即可獲免費送貨。Drogas更特設網上遊戲，參加者有機會贏取豐富禮品。



氛香怡人

The Perfume Shop一年一度的「Love Perfume Awards」再度回歸，顧客需投選他們最喜愛的香水，以選出二〇二〇年度最佳香水。今年透過網站參與投票的顧客數目激增，比去年增加一倍以上。活動亦在社交媒體上接觸超過五百萬人，成為熱話。

THE PERFUME SHOP



購物樂趣

ICI PARIS XL推出萬眾期待的BE Creative Make Up Wonder Wear 高效遮瑕粉底液及遮瑕膏，提供多元化的產品選擇。產品發布活動以「完美色調」為概念。此外，品牌展開黑色星期五倒數活動，每天推出不同的購物優惠，鼓勵顧客消費更多，同時節省更多。

ICI PARIS XL

24TH

值得慶賀!

馬來西亞屈臣氏慶祝廣受顧客歡迎的會員計劃成立十周年，推出大量精彩購物優惠及比賽活動。此外，品牌亦舉辦屈臣氏Syokathon活動，於實體及網上商店為會員提供高達千多種產品折扣。顧客更有機會贏取汽車大獎。

泰國屈臣氏以網上直播方式舉辦二十四周年慶祝活動，與顧客齊賀品牌成立接近四分一世紀。屈臣氏決定回饋社區，將出售玩具的所得收益捐贈予慈善機構泰國APSW，為當地有需要的婦女及兒童提供緊急住宿。品牌更舉辦時裝表演，邀請品牌大使及名人參與。此外，為慶祝成立十四周年，印尼屈臣氏舉辦一連串慶祝活動，包括抽獎及各項精彩的購物禮遇。



泰國屈臣氏



馬來西亞屈臣氏



印尼屈臣氏

精彩合作

香港屈臣氏最近與卡通人物多啦A夢合作，開設主題店舖，慶祝其誕生五十周年。除了店舖入口特設一比一的卡通人物，店內的特色牆紙更可供顧客拍照並上載至社交媒體。另外，屈臣氏更推出了一系列獨家限定精品，讓顧客換購。



完美配搭

中國屈臣氏邀得動畫及娛樂界名人協助推廣精選產品。屈臣氏與 LetsAqua合作推出以日本卡通人物多啦A夢為主題的產品系列。另外，為推廣護舒寶的女性衛生用品，品牌大使章子峰出席在成都分店舉行的獨家活動，與粉絲見面。



尊尚禮遇

台灣屈臣氏與SOFINA合作，邀請尊尚會員參與護膚產品發布會。活動期間，除了協助會員選購合適的產品，更送上禮物及禮券。另外，屈臣氏亦與UberEats合作，現顧客購買保健美容產品，可選擇UberEats送貨服務，下單後約二十一分鐘便送達府上，相當方便。



為你打氣！

隨著封城措施逐漸放緩，菲律賓屈臣氏發起Stay Strong Stay Beautiful活動，旨在幫助顧客適應「新常態」，令他們變得更健康美麗。此外，為應對疫情，新加坡屈臣氏舉辦 Beauty My Way活動，邀請顧客於封城措施解除後重返店舖。活動主要集中推廣方便快捷的美容產品，例如面膜、染髮劑、護髮膜及精華。



萬眾矚目

土耳其屈臣氏首次在YouTube直播屈臣氏美容及個人護理頒獎典禮。活動邀請一眾名人一同宣布二十五個類別的三十六項得獎產品，獎項由一百三十萬名顧客、媒體、網紅及會員投票選出。YouTube直播短片於短短一周內吸引八十三萬人次觀看，直播活動更接觸高達四千一百萬人次。所有得獎產品於屈臣氏網站有售。



關心您需要

屈臣氏蒸餾水最近於香港推出WatsMask WeCare自動售賣機，方便忙碌的顧客購買各種防疫產品，包括WeCare抗疫套裝。同時，屈臣氏蜂蜜水在產品系列中添加橙花口味，令產品選擇更多元化。該系列採用升級配方，與玫瑰花味蜂蜜水一同以全新包裝登場。





A.S. Watson Group

亞洲最佳僱主獎
(HR Asia主辦)



二〇二〇香港DigiZ大獎 - 易賞錢應用程式

- 最佳流動程式整合策略 - 金獎
- 最具創意科技獎 - 銀獎
- 最佳數碼會員計劃 - 銅獎
(《Marketing》雜誌主辦)

watsons

香港

二〇二〇香港DigiZ大獎 - Watsonshealth應用程式

- 最佳數碼會員計劃 - 銅獎
- 最佳線上線下策略 - 銅獎
(《Marketing》雜誌主辦)

二〇二〇智能零售大獎智能服務創新獎 - 銀獎
(香港零售管理協會主辦)

中國

中國ECR年度優秀案例
(中國高效消費者響應委員會主辦)

菲律賓

二〇二〇Cosmo美容大獎

- 最佳卸妝水 - Dermaction Plus by Watsons 抗暗瘡潔面水
- 最佳頭髮營養精華 - Naturals by Watsons 蘆薈頭髮及頭皮營養精華
- 最佳頭髮造型工具 - Watsons Professional 離子直髮夾
(《Cosmopolitan》主辦)

二〇二〇公共關係大獎最佳網絡紅人應用 - 銀獎
(《Marketing》雜誌主辦)

印尼

二〇二〇印尼內容營銷大獎(自有媒體零售類別) - 第二位
(Grid Story Factory及Grid Voice主辦)



荷蘭

荷蘭美容大獎三大最超值美容產品 - Kruidvat眼睫毛增長液
(美容精英協會主辦)

ICI PARIS XL

荷蘭

二〇二〇最佳廣告宣傳刊物獎
年度最佳零售商(香水類別)
年度最佳網店(香水類別)
(Q&A Consultancy主辦)

比利時

二〇二〇最佳廣告宣傳刊物獎
年度最佳零售商(香水類別)
(Q&A Consultancy主辦)

THE PERFUME SHOP

年度最佳網上香水零售商
(英國香水基金會主辦)

最佳零售商自家品牌新產品(The Perfume Edit) - 銅獎
(Pure Beauty Awards主辦)

九月至十月



中國屈臣氏 - 八十四家新店開幕



馬來西亞屈臣氏 - 四家新店開幕



泰國屈臣氏 - 七家新店開幕



菲律賓屈臣氏 - 十八家新店開幕



印尼屈臣氏 - 萬隆英達廣場新店開幕



Kruidvat - 兩家新店開幕



比荷盧ICI PARIS XL - 三家新店開幕



“ ”

我很高興能幫助一班年輕、
充滿熱情和才華的同事實現
他們的夢想。

黃士豪

台灣屈臣氏
人力資源部副經理



“ ”

我在百佳超級市場獲得許多
寶貴的學習機會。這裏是學習、
工作和成長的最佳地方！

馬孟超

香港百佳超級市場
候任銷售營運經理



“ ”

我最開心能夠與團隊一起工作，
他們是永遠支持我的好朋友。

Anastasia Zakutaeva

俄羅斯屈臣氏
店舖經理



“ ”

我很榮幸能夠被提名成為年度
員工，令我非常難忘！

Sarah Heaton

The Perfume Shop
助理採購組長



“ 早前一位常客與我分享她結婚五十周年紀念的相片，讓我十分感動！因為證明了她對我的信任，更讓同事明白他們同樣可以與顧客建立緊密的關係。只要同心，我們便可把這裏變成顧客最喜愛光顧的店舖。 ”

Lois van der Staay
Trekpleister
店舖經理

“ 某天一位顧客進店時看起來非常沮喪，有點不知所措。我們傾談時發現她正尋找暗瘡治療藥物，我向她推薦合適產品。幾周後她重返店舖，肌膚煥發光彩。她對我表示感謝，她在購買整個系列之前，已對產品效果非常滿意。這真是一個令顧客「更美麗、更自信」的時刻 ”

Hersy Noveelia Anak Henry
馬來西亞屈臣氏
店舖經理



10

ANNIVERSARY
CELEBRATION

為善最樂！

屈臣氏集團全球企業社會責任委員會慶祝成立十周年！委員會多年來取得多項卓越成就，並不斷致力為顧客、員工、社區和環境做得更多。過去十年，集團把履行企業社會責任的使命帶到每個營運市場，為當地社區帶來不少正面影響。

重要里程碑包括二〇一九年成立千禧世代企業社會責任委員會，並與他們一同參與「Give a Smile笑亮童心」醫療行動，服務唇顎裂的兒童。今年集團更承諾於自家品牌產品中使用更多可持續的棕櫚油，並除去不必要的塑膠包裝，目標於二〇三〇年前全面淘汰PVC。



更多關愛

疫情爆發以來，嚴重打擊社會經濟，不少基層市民在疫情下生計受到影響。有見及此，香港百佳超級市場推出現金食物券計劃，與二十七家社福機構合作，透過其社區網絡，於十月向低收入家庭、長者及傷殘人士派發超過四千萬現金食物券。受惠者可憑券於全線百佳分店換領日常用品及食物，緩解燃眉之急，預計受惠人數逾二十萬。

在此感謝所有參予計劃的社福機構協助，令百佳接觸到有需要的基層市民，幫助他們度過難關。



注入正能量

豐澤聯乘駝駝牌推出 The Colours of Life特別版暖水壺，產品印上充滿正能量的鼓勵訊息，與市民一同共渡時艱。暖水壺現供顧客換購，豐澤亦會捐贈予醫護人員，為他們打氣。此外，香港屈臣氏義工隊與凝動香港體育基金合作，鼓勵大家在困難時期也要積極保持運動，同時於網上分享飲食和運動貼士。



豐澤 FORTRESS



教育社區

Superdrug 成為英國首家零售商，回收藥物的鋁塑包裝進行循環再造。計劃與TerraCycle合作，鼓勵公眾回收藥物包裝。受到疫情影響，拉脫維亞Drogas今年舉辦的第七屆潔手運動反應熱烈。今年的活動重點是在新學年開始前教導兒童學會如何正確洗手。

Superdrug ☆

Drogas

齊來展歡顏

◎法國



法國 Marionnaud 推出全新的「綠色送貨」服務，以最環保的方式為顧客提供更多便利。顧客現可在網站訂購美容產品，並選擇使用環保電單車將貨品送達家中。

同時，為致力令每位顧客到訪店舖時都能展露笑容，Marionnaud 的美容顧問利用唇膏在口罩上繪上微笑，為顧客帶來歡笑。



WatsON 115 • 第四季 • 二〇二〇年



獨家呈獻

男士護膚品牌Mootes

◎瑞士

瑞士 Marionnaud 十分榮幸成為頂尖男士天然護膚品牌 Mootes 的獨家零售合作伙伴。Mootes 將復古風格完美融入創新的產品系列，務求滿足一眾在日常護膚上追求卓越品質的現代男士的需求。



每月驚喜

◎意大利

最近一眾網絡紅人在 Instagram 上發布短片，向顧客介紹意大利 Marionnaud 的 Active Beauty Boxes 美妝禮盒。品牌每月都會以不同主題為顧客精心挑選一系列護膚、美髮及身體護理產品，為顧客帶來新鮮感。

EDIZIONE
LIMITATA

我問你答

1. 屈臣氏集團一百八十周年的主題是甚麼？
2. 屈臣氏集團全球企業社會責任委員會慶祝成立多少周年？
3. 屈臣氏蜂蜜水系列加入了哪種新口味？

超級大獎 (1) 潔面儀



金獎 (1) 隨身負離子空氣清淨機



銀獎 (1) 超聲波清洗機



第一一四期答案

- 1) 第三十四位
- 2) 一百八十萬個
- 3) Go Instore購物體驗服務

超級大獎 (藍牙喇叭)

姓名	公司及部門
Elaine Lau	屈臣氏實業財務部

金獎 (無線耳機)

姓名	公司及部門
Dewi Fitriana	印尼屈臣氏貿易部

銀獎 (智能手錶)

姓名	公司及部門
鄧靜琳	豐澤物流中心

截止日期：二〇二〇年十一月三十日

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