

# 屈臣氏

豐澤善用IT 為客創優增值

歐洲行政總裁履新

「健康知己」在菲島

服務展笑顏

屈臣氏集團

和記黃埔有限公司屬下  
之零售及製造業集團



# 目錄



各位同事：

在今期《屈臣事》，我首先要向 Dick Siebrand 說一聲再見。Dick 開創 Kruidvat 成功的營運模式，並促成該公司於去年加入屈臣氏集團的大家庭。在過去三十年間，他一直致力推動 Kruidvat 品牌的發展，其經營理念與集團其他業務融合無間，使集團躍居全球零售業的領導地位。我們在此祝願 Dick 日後生活愉快，同時向接任保健及美容產品部（歐洲大陸）行政總裁的施瑞博表示祝賀。

集團明白，物超所值是要讓顧客享有相宜價格和優質產品的雙重得益。在競爭激烈的零售市場中，價格和品質是缺一不可的取勝條件。在亞洲各地，我們積極推廣對超值產品和服務的承諾，而贏得廣大顧客的支持。未來數個月，我們將繼續把此經營方針擴展至其他地區。

除了以最優惠的價格提供最優質的產品，我們亦需要以熱誠的態度，為顧客帶來精彩的購物體驗。為此，我們致力加強資訊科技和顧客服務，以保持競爭優勢。今期報道豐澤推行的資訊科技計劃，並刊登了前線員工「服務展笑顏」的照片，希望大家可感受到公司上下一心，不斷為顧客做到最好的服務精神！

01 寰宇商訊

10 專題  
豐澤善用IT 為客創優增值

14 家庭樂  
春茗聯歡花絮

16 生活閒情

17 員工快怕  
服務展笑顏

18 樂在工作間  
屈臣氏蒸餾水品質保證部

19 現身說法  
長期服務獎得獎者

22 社區情

24 回味時刻/我問你答

25 和黃事  
李嘉誠基金會  
為中國偏遠地區帶來平等教育機會



### 封面故事

多年來，集團一直以創新為本，引入各種先進科技和技術，加速業務發展。今期封面故事探討豐澤如何善用IT，為顧客創優增值。

### 屈臣氏集團

起源於一八二八年，時至今日，集團已成為全球知名的零售及製造機構，業務遍佈十六個亞洲及歐洲市場。集團旗下經營超過三千六百間零售商店，種類包括保健及美容產品、食品、電子、百貨，以及機場零售業務。此外，屈臣氏集團更是歷史悠久的飲品生產商，製造及供應一系列的瓶裝水、果汁、汽水及茶類產品，並透過其國際洋酒批發及代理商，銷售世界優質名酒。

集團聘用逾六萬四千名員工，是以香港為基的國際綜合企業——和記黃埔有限公司的成員。和黃集團業務遍及三十九個國家，經營港口、電訊、地產、能源及零售五個核心業務。

### 編輯委員會

顧問	陳鈞強				
主編	倪文玲				
委員					
總寫字樓	譚陳安娜	張麗芳	文愛玲		
保健及美容產品部	雷仁仁	游詠琴	傅嘉恩	Wendy Campling	Marie-Jose Schroote
食品、電子及百貨部	鄒惠儀	莊靜姿	彭秀群		
製造部	潘陳惠冰	區勵恒			

《屈臣事》是屈臣氏集團的員工季刊，翻印其中任何部分必須註明出處。

### 屈臣氏有限公司

香港沙田火炭禾寮坑路1-5號屈臣氏中心  
電郵：WatsOn@asw.com.hk  
由思卓設計顧問有限公司設計



## 和黃集團全年業績

和記黃埔有限公司(「和黃」)二〇〇三年度經審核股東應佔溢利為港幣一百四十三億七千八百萬元。

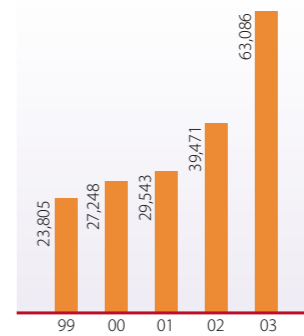
每股盈利為港幣三元三角七仙，與去年相同。倘不計算兩個年度的特殊溢利與3G開辦虧損，股東應佔溢利增加百分之二十五。

集團於二〇〇三年度營業額總計港幣一千四百五十六億零九百萬元，較上年度增加百分之三十一。未扣除利息支出及稅項前盈利(「利息及稅前盈利」)為港幣二百九十五億三千五百萬元。全年共派股息每股港幣一元七角三仙，與上年度相同。

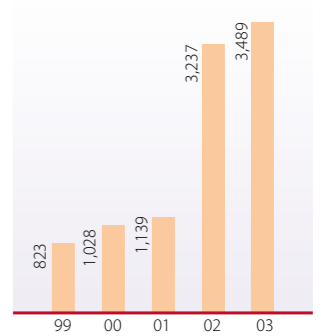
和黃旗下零售及製造業務公司屈臣氏集團錄得營業額港幣六百三十億八千六百萬元，上升百分之六十。利息及稅前盈利為港幣二十三億零五百萬元，較上年度增加百分之一百二十四(換作全年計算則較上年度上升百分之三十五)。

詳情請瀏覽[www.hutchison-whampoa.com/chi/investor/annual/annual.htm](http://www.hutchison-whampoa.com/chi/investor/annual/annual.htm)

零售及製造營業額  
港幣百萬元



零售商店總數



## 歐洲行政總裁履新

屈臣氏集團剛於三月一日正式委任施瑞博(Jurgen Schreiber)為保健及美容產品部(歐洲大陸)行政總裁。

施氏於二〇〇二年三月加盟屈臣氏集團，原任中國屈臣氏的董事總經理，帶領內地業務急速發展。二〇〇三年初，他調任集團國際採購部總監，協助集團提升採購實力。

履新後，施氏掌管 Kruidvat、Trekpleister、ICI PARIS XL 及 Rossmann Central Europe 的業務。他說：「我的首要任務是在這些品牌的成功基礎上，進一步提升它們的競爭力。我深信這將為消費者帶來更多優惠和驚喜。」

施氏的新任命是接替已榮休的 Kruidvat 創辦人 Dick Siebrand。(另見第21頁 Dick Siebrand 專訪)

與此同時，集團亦正式委任 Dennis Casey 為保健及美容產品部(東歐)行政總裁，請繼續留意《屈臣事》的最新報導。(另見第20頁 Dennis Casey 專訪)





## 芬芳之旅

為了向荷蘭顧客推廣品牌形象，ICI PARIS XL 於三月發動公關宣傳攻勢，邀請傳媒參觀分店及訪問行政要員，並舉辦多項市場推廣和新店開幕活動。

荷蘭 ICI PARIS XL 董事總經理 Jules Abbenhuis (左上) 在分店參觀活動中，向傳媒詳細介紹公司的品牌理念。ICI PARIS XL 並同時委任荷蘭小姐 Sanne de Regt (右上) 為品牌代言人。



## 精明消費在「馬拉」

屈臣氏於四月在馬來西亞推出「Smart Choice」精明消費計劃，每天以優惠價發售五百款優質保健及個人護理產品。配合其他減價優惠、格價措施、營運支援、市場推廣及顧客服務熱線等，屈臣氏每年將可為馬來西亞消費者節省一千二百五十萬馬元。

馬來西亞屈臣氏今年初進行的消費調查顯示，顧客認為「物有所值」是指優質的產品以合理的價錢出售，而「Smart Choice」計劃的推行正切合和回應當地消費者的需求。



馬來西亞屈臣氏採購及營運總經理 Ian Cruddas (中) 與員工高舉拇指，慶祝「Smart Choice」精明消費計劃成功推行。



Superdrug 董事總經理 Gerard Hazlebach (右二) 祝賀服務公司滿十五年的南部地區同事獲得長期服務獎。

## 循序漸變 精益求精

Superdrug 於三月分別在四個不同地區舉行以「邁向革新的一步」(Delivering a Step Change) 為主題的管理層會議，為分店及地區經理提供明確的發展路向和清晰的目標，令 Superdrug 能續創佳績。

會上首先讀出屈臣氏集團董事總經理韋以安的開幕辭，接著由各業務部門簡報 Superdrug 在二〇〇四年的發展策略。現場播放影片和舉行工作坊，協助分店同事提升服務質素。

另外，會上亦公佈各地區的業務表現，並表揚為公司服務滿十五年的忠心員工。

在會議結束前，每名分店經理均有機會向保健及美容產品部(英國)行政總裁 Philip Ingham 及 Superdrug 董事總經理 Gerard Hazlebach 提問。



## 「健康知己」在菲島

繼香港成功推出「健康知己」保健計劃後，屈臣氏把這項計劃逐步擴展至其他亞洲市場，首站為菲律賓。

在菲律賓政府衛生部和當地各大藥廠鼎力支持下，屈臣氏全線分店將免費為顧客提供健康教育宣傳單張、藥劑師諮詢服務，以及健康檢查。

「健康知己」計劃以「活出健康，以維他命增添活力」(Live Healthier Lives, Energise with Vitamins) 為主題打響頭炮，緊接其後的保健主題包括「婦女健康」及「咳嗽與傷風」等，每個主題為期兩個月。菲律賓屈臣氏現有一百零三位駐店藥劑師，並在全線九十三間分店開設六十三間藥房。





## 健康知己 在您左右

屈臣氏明白市民大眾需要透過方便的渠道取得健康和藥物資訊，因此最近推出「健康知己」電視廣告，強調「屈臣氏的專業藥劑師已作好準備，無論大小的健康問題、以至纖體及美容需要，均隨時候駕。」



冠軍作品展現運動的朝氣和活力，充分發揮屈臣氏蒸餾水與生活息息相關的主題。

## 運動之能源

屈臣氏蒸餾水聯同香港城市大學及香港理工大學於四月舉辦了「屈臣氏蒸餾水招紙設計比賽」。

大會以「運動」作為設計主題，吸引約九十名設計系的學生參賽，競逐冠軍及優異獎三名。

屈臣氏蒸餾水總經理唐成表示：「作為一個擁有百年歷史的本地品牌，屈臣氏蒸餾水一向積極推動本地創作。這個比賽旨在讓同學以具創意的手法，表達『水』不僅與人的生活息息相關，更與運動和健康有著不可分割的關係。」

為響應今年的雅典奧運，屈臣氏蒸餾水將推出一連串以「運動」作主題的推廣活動。

## 「重頭」早餐會

豐澤三百位分店經理及主管參加了於二月二十四日舉行的週年早餐會。

在會上，屈臣氏集團食品、電子及百貨部行政總裁艾一帆及豐澤董事總經理杜秉達回顧豐澤在二〇〇三年的表現，並宣佈二〇〇四年的發展策略。為提升形象，豐澤將以「新豐澤新視野」的口號，採用創新的店舖設計、提供多元化的產品選擇、推出精彩的推廣活動，以及提供更出色的顧客服務。

大會亦向傑出員工及分店頒發年度大獎，並由豐澤員工組成的「女子十二樂坊」即場獻藝，令早餐會在一片歡樂聲中圓滿結束。



團隊精神——十二名營業經理化身為「女子十二樂坊」，在豐澤早餐大會上發揮搞笑本色。

## 百佳推出「5倍」長期至抵價

百佳繼續貫徹「至抵精明眼」的承諾，推出全港首創「長期至抵價」。百佳根據早前進行的貨品及價格調查，抽取了數百件由五千名顧客推選的最受歡迎黃牌勁減貨品，並提供「長期至抵價」。

同時，「至抵精明眼」更進一步向顧客承諾，保證黃牌勁減貨品為全區至抵，否則按差額五倍奉還。百佳亦特別設立「舉報熱線」，讓顧客提供價格情報。



# 長期減 長期慳



## 分甘同味

行動勝於千言萬語 — 食品、電子及百貨部行政總裁艾一帆(下圖)深明此理,在農曆新年這個店舖最忙碌的時候,率領所有管理人員到分店工作兩天。此舉為前線員工打氣之餘,亦讓管理人員有機會親身體驗前線工作的挑戰和困難,如整理貨架、協助倉務和擔任顧客大使。百佳所發揮的團隊精神,有助拉近與前線員工的關係,使日後合作更愉快、更有效率。



## 愛意綿綿樹上尋

在今年的情人節,Great 在店內擺放一棵巨型的「Valentine 傾情樹」,讓顧客把綿綿情話寫在心型的 Great Message Valentine 咭上,再掛於傾情樹上向愛侶表達愛意。Great 亦悉心籌劃了 Great Chef Valentine 烹飪班,讓顧客親自下廚,為摯愛準備一頓豐富的晚餐,共醉浪漫情懷。



## 超市「急救先鋒」

廣州百佳及深圳百佳員工在三月分別參加由廣州紅十字會及深圳市急救中心舉辦的培訓,學習急救理論和技巧。

經過培訓後,百佳前線人員可更有信心處理火災、中毒或顧客心臟病發等緊急情況。

## 健康活力大使座談會

於二月二十八日,二百多名屈臣氏健康活力大使聚首一堂,回顧去年的成績及了解公司保健項目的發展大計。

最近期的發展重點是在店內設立「健康諮詢站」,由健康活力大使於指定的時間為顧客解答健康疑難。

拓展保健服務是屈臣氏業務上的重要一環。健康活力大使培訓計劃於一九九九年展開,前線員工經培訓後可成為健康活力大使,運用學到的保健知識,為顧客解答健康問題。



## 享譽四方

憑著員工鍥而不捨的努力,開創新產品和提供卓越的顧客服務,屈臣氏集團再次勇奪多項殊榮。

### 屈臣氏蒸餾水

- 二〇〇三年香港十大名牌(香港中華廠商聯合會)
- 二〇〇四/五年度「超級品牌」(超級品牌)
- 二〇〇四年「超級品牌-白金獎」(讀者文摘)

### 二〇〇三年「亞洲瓶裝水選舉」(Asia Pacific Aqua Awards)

- 最佳瓶裝及招紙設計
- 最佳電視廣告
- 最佳平面廣告大獎



### 二〇〇三年「瓶裝水設計獎」(Bottledwaterworld Design Awards)

- 最佳設計概念
- 最佳PET物料膠樽
- 最佳電視/電影廣告推廣策劃大獎
- 最佳消費市場推廣策劃亞軍

### 果汁先生

- 二〇〇四/五年度「超級品牌」(超級品牌)
- 二〇〇四年「超級品牌白金獎」—香港(讀者文摘)

### 新奇士

- 二〇〇四/五年度「超級品牌」(超級品牌)
- 二〇〇四年「超級品牌金獎」—香港及亞洲(讀者文摘)



## MJ 家族新成員粉墨登場

繼大受歡迎的 MJ 蔗汁面市後, MJ 再獻新猷,於四月推出酸梅妹(酸梅汁),為忙碌的都市人帶來方便可口的清涼飲品。

MJ 酸梅妹以真正的酸梅製造,並加入山楂,好味又醒胃,定必成為新一代的解渴消暑飲品;此亦有利提升 MJ 在清涼飲品市場的佔有率。





藝人古天樂亮相「豐澤世界」的開幕典禮，對店內的新新電子產品大感興趣。



## 「新豐澤」旗艦店開幕

經全新裝修後，位於香港時代廣場的「豐澤世界」已於今年三月隆重開幕。該旗艦店佔地一萬五千平方呎，樓高兩層，貫徹「新豐澤」概念，匯聚全城最新、最齊全的電子及電器產品。店內的設計時尚簡潔，以未來色彩的銀色為主調，售賣超過一百種逾五千款的嶄新產品。自豐澤於去年六月起推出「新豐澤」概念後，至今在分店改革上已投資逾百萬港元。

## 台灣屈臣氏開設大型「藥妝生活館」

台灣屈臣氏於今年二月在當地開設佔地三百平方米、樓高三層的大型「藥妝生活館」。

屈臣氏「藥妝生活館」較現時其他的分店平均大三至十倍，猶如一家小型的社區百貨公司。新店引入屈臣氏第三代店舖設計概念，寬敞舒適，商品的陳設一目了然，令購物更添趣味。

- 1 「美麗生活館」匯集八家知名化妝品專櫃及VIP 護膚室，開放式的設計讓顧客可無拘無束，自由選擇護膚及美容用品。
- 2 「健康生活館」為顧客提供各類型的保健產品，由腳部護理產品以至嬰兒用品均一應俱全。此外，親切的屈臣氏藥劑師更隨時守候，為顧客們提供保健資訊。
- 3 「趣味生活館」陳列著琳瑯滿目的糖果、零食、內衣及家飾品。



1



2



3

## Amazing Grace 展翅翱翔

今年二月，Nuance-Watson(HK)於香港國際機場開設 Amazing Grace 新店，為旅客帶來耳目一新的購物樂趣。

Amazing Grace 於二十多年前在尖沙咀鬧市開業，銷售富有亞洲民族色彩的獨特商品，一直深受本地消費者及外地遊客歡迎。

現在，遊客可於離港登機前到 Amazing Grace 的新店發掘心頭好，選購來自亞洲十三個地區逾二百家供應商的精品，包括男女服裝、瓷器、餐具、禮品和珠寶等。



## 新店開幕 (2004年2月-4月)



**香港**  
時代廣場 — 豐澤世界  
灣仔合和中心 — 豐澤世界



**台灣**  
基隆 — 豐澤數碼



**香港**  
九龍城福佬村道  
將軍澳新都城三期  
大圍火車站  
旺角振宜大廈  
尖沙咀金巴利道



**中國**  
上海滙民店  
杭州元華店  
上海陽光店  
上海中融店  
西安店  
北京巨庫店  
北京西單店  
北京現代城店



**台灣**  
台中市永福  
基隆市基隆  
台北市信義三  
台北縣新泰二  
台北市港墘  
高雄市明誠  
台北市木柵三  
台北市逸仙  
台北市林森二  
屏東縣墾丁  
高雄市澄和  
高雄縣光遠  
屏東縣萬丹



**泰國**  
Tesco, Lotus Charansanitwong, Bangkok  
Major Megaplex Rangsit, Pratumthanee



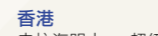
**新加坡**  
Pearl Centre  
Hougang Point



**菲律賓**  
Greenhills, San Juan  
EDSA Central, Mandaluyong City



**中國**  
深圳黃埔雅苑 — 超級廣場



**香港**  
赤柱海明山 — 超級市場



**荷蘭**  
Hilvarenbeek, Diessenseweg 31  
Deventer, Boxbergerweg 44  
Roermond, Roersingelpassage 31  
Heerlen, Homerusplein 8  
Leiderdorp, Winkelhof 18  
Amsterdam, Jodenbreestraat 96



**比利時**  
Bilzen, Passage 6  
St. Niklaas, Waasland Shopping Center



**荷蘭**  
Diemen, Claas van Maarsseplein 50  
Dordrecht, Van Oldenbarneveldplein 89-92  
Tilburg, Korvelseweg 116A  
Purmerend, Gildeplein 4  
Rotterdam, Lusthofstraat 67  
Bergambacht, Hoofdstraat 19  
Ermelo, Stationstraat 103a  
Ermelo, Stationstraat 103a



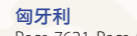
**比利時**  
St. Niklaas, Waasland Shopping Center



**波蘭**  
Gdańsk, Wały Jagiellońskie 2/4  
Elk, Armii Krajowej 19a  
Chełm, Lwowska 12  
Gdańsk, Grunwaldzka 82  
Elbląg, Grunwaldzka 2  
Warszawa, Aleje Jerozolimskie 179



**捷克**  
Bruntál, Náměstí Míru 24



**匈牙利**  
Pecs, 7621, Pecs Arkad, Bajcsy Zs.Strasse 11



**香港**  
Amazing Grace



**香港**  
銅鑼灣利園二期





# 豐澤善用IT 為客創優增值



屈臣氏集團經營零售業務至今逾一百七十五年，當年開業之初只是使用算盤、賬簿和墨水筆等原始工具。

集團高瞻遠矚，一直致力改進運作模式，精益求精。數十年來，集團以創新為本，引進各種不同的科技及技術，如當年在香港率先使用貨車送貨。踏入先進資訊科技 (IT) 的新時代，集團依然站在科技最前線，繼續領導業界。

現時，集團旗下三千六百間零售店均採用最先進的IT方案，建立競爭優勢。今期《屈臣事》將與大家探討豐澤如何善用IT，精簡運作，為顧客提供更臻完善的服務。

## 豐澤大革新

作為香港具領導地位的消費電子產品連鎖店，豐澤除了銷售最新穎的科技產品外，更率先運用先進的IT策略，促進運作績效，並提供更具成本效益的產品和服務。

豐澤董事總經理杜秉達表示：「我們利用創新的資訊科技提升營運效益、加強存貨及數據管理，並協助前線及後勤部門建立緊密無間的溝通，從而建立競爭優勢。豐澤於二〇〇三年六月推出『新豐澤』概念，其中一項改革就是加強運用IT，結果我們提升了顧客服務的質素，員工的生產力和工作效率亦告上升。」

豐澤引入一個開創業界的先河 — FIT (Fortress in Transformation) IT系統。此系統能大大簡化運作程序、提高效率、降低成本及增加盈利。

FIT系統與屈臣氏集團使用的IT系統SIMPLE (Smart Infrastructure Makes People's Lives Easier) 相輔相成。SIMPLE包括核心技術體系結構、以網絡為本的數據傳遞、兩個數據中心、網絡系統伺服器，以及供屈臣氏集團其他IT系統共用的數據庫。SIMPLE的主要功能是方便訂立業務的優先次序，並結合創新科技與世界級的作業方式，制訂實用的解決方案，從而爭取最佳回報、改善和精簡運作程序，並以合理的價格維持優質服務。有關的體系結構更可配合流動通訊和3G科技的應用，與時並進。



## 豐澤世界 一觸即至

透過SIMPLE，豐澤可採用甲骨文 (Oracle) 科技為基礎的 Retek 商品規劃及分銷系統，為倉庫數據、需求預測、銷售審核、顧客訂單管理及其他重要職能制訂解決方案，使業務運作更加順暢。

此外，FIT系統採用無線手提終端掃描科技，為豐澤的資訊科技增添流動功能，員工毋需使用桌面電腦，也可直接登入公司的IT平台。



### 無線運作 全面支援倉庫管理

豐澤利用先進的IT方案，改善店舖的運作，讓顧客和店員感到便利之餘，亦同時提升了物流運作的水平。

豐澤的倉庫採用Retek分銷系統，以支援各項嶄新的IT功能，包括條碼標籤、無線手提終端機掃描科技系統、跨區存貨查核系統服務，以及送貨預訂服務等。所有貨品、貨架、分店地點、貨船艙門和貨車均設有獨一無二的條碼標籤，而所有店舖員工均配備無線手提終端機，能記錄收貨、儲存貨品以至付運和送貨等物流程序。此項措施有助追蹤存貨記錄，從而提升營運效率和生產力。

事實證明，這項嶄新的資訊科技確能加強後勤運作。豐澤於二〇〇三年四月推行新系統後的十一個月內，分店訂單的處理能力由平均四萬宗增至十七萬宗。此系統亦為前線部門提供重要的支援服務，讓他們更有效地處理客戶訂單。現在，員工可以更快地查閱倉庫的最新數據，以便適時補充和運送貨品，滿足各分店和顧客的需要。此系統亦有助評估需求，降低存貨成本。

### 功能全面 提升服務水平

無線手提終端機提供以下六大功能：

- 1 **存貨查詢：**店員只需按下一個按鈕，即可查閱其他分店、貨倉和已訂購的存貨，毋需花時間向不同部門查詢資料，以便即時解答顧客的問題。
- 2 **功能查詢：**無線手提終端機利用條碼掃描技術，可綜合顯示每種電器的功能。終端機亦可連接至手提無線打印機，為顧客即時列印載有電器功能及價格的「報價單」。
- 3 **送貨情況查詢：**此功能有助加強售後服務，方便顧客在訂購貨物後查詢送貨情況。

4 **即場點貨：**員工可利用無線手提終端機即場檢查非耐用品（例如電池）的存貨記錄，有如進行小規模的盤點工作。以無線手提終端機查閱最新的存貨資料，遠比人手點算存貨更節省時間。

5 **分店資料查詢：**無線手提終端機儲存豐澤所有分店的資料，可供即時列印，讓顧客更容易取得鄰近分店的資料，有助加強及增加銷售機會。

6 **新婚賀禮清單：**新婚夫婦可透過豐澤「自選賀禮服務」編訂賀禮清單，而他們的親友則可參照無線手提終端機所記錄的清單，選購適當禮品。



### 創新精神 永不止息

豐澤資訊科技經理陳智堅指出：「採用創新的資訊科技，不但加快了整個交易程序，更增加了銷售機會。」

屈臣氏集團董事總經理韋以安表示：「以創新的無線資訊技術融入『新豐澤』計劃的效果十分理想。此技術不單可改善顧客服務的質素及提高員工的生產力，更強化了豐澤與時並進、積極創新的形象。」

這個IT系統得以成功推行，實有賴在二〇〇三年推行的FIT系統的配合。現在，強而有力的IT系統根基讓我們不斷發掘和探索各種增值服務的機會，這正是屈臣氏集團的IT策略。而我們將繼續在IT領域上向前邁進，堅持鑽而不捨的創新精神。」

豐澤將於今年推出多項創新的科技措施，包括採用Retek Data Warehouse (RDW)系統、引進顧客訂單及銷售點方案、更換BMS系統(舊IT系統)、安裝預訂系統、推出EDI發票，以及提升豐澤網站功能等。

# 創新精神 永不止息



IT 締造更理想的工作環境，為員工及顧客帶來更多歡樂。





## 春茗聯歡花絮

經過一年的辛勤工作，屈臣氏集團多個業務部門舉行春茗，讓員工聚首聯歡。席上除了豐富的美酒佳餚外，亦設有精采的餘興表演、有獎遊戲，以及向資深員工頒發長期服務獎。

讓我們一起重溫當晚的歡樂氣氛吧！



- 1 台灣屈臣氏隊伍精神抖擻，為業績創高峰準備就緒。
- 2 中國屈臣氏的聯歡晚會充滿民族風情。
- 3-4 製造部的員工隨歌起舞，盡情投入晚會的歡樂氣氛。
- 5 集團董事總經理韋以安向其服務十一載的私人助理譚陳安娜（左）頒發長期服務獎。



- 6 保健及美容產品部（亞洲）行政總裁文安德（左）從集團董事總經理韋以安接過十五年長期服務獎。
- 7 兩名屈臣氏集團的員工穿上特製「戰衣」，上演一場別開生面的摔跤比賽。

8-9 「香港屈臣氏先生/小姐選舉」的參賽者各具個人風格，更獲「忠實擁護」吶喊助威。

10-12 京華中心的溫凱珊（左下）脫穎而出，成為「香港屈臣氏先生/小姐」選舉的大獎得主。採購部的曾婉媚（上）和太古廣場的何國耀（右下）則分別贏得「健康活力大獎」及「美態動人大獎」的殊榮。

13-15 你認得他們嗎？香港屈臣氏的管理人員發揮搞笑本能，模仿電視和電影中的經典造型。



# 嶄新賞酒體驗

## 賞酒新熱點

隨著本地愛酒人士日益增加，屈臣氏酒窖最近在銅鑼灣利園二期開設新店，推廣全新獨特的賞酒概念。

新店的設計時尚新穎，予人高科技的感覺；而此店亦是首間屈臣氏酒窖安裝等離子電視，播放著名葡萄園和釀酒商的短片。新店更引入全球首台「互動美酒資訊站」(Interactive Wine Kiosk)，顧客只需將洋酒的條碼於電腦掃描器前一掃，有關該瓶洋酒的產地、味道及建議食品配搭等資料便立即顯示於螢光幕上。

## 至高享受

另外，顧客亦可向受過嚴格訓練的店員索取資料和意見。屈臣氏酒窖的店員大部分都擁有 Wine and Spirits Education Trust 認可證書。

### 以下是一些實用的選酒心得：

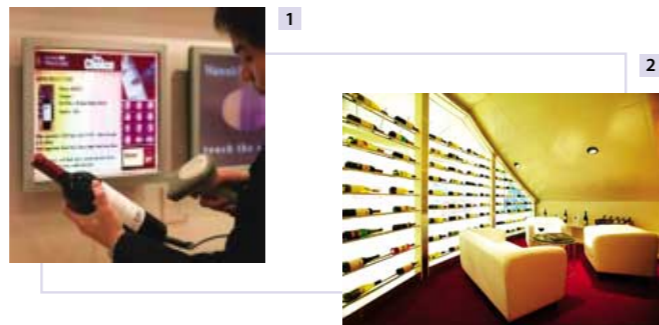
- 1: 不要羞於發問。餐酒和其他商品一樣，各人喜好不盡相同。應廣泛徵詢意見，但不要勉強自己接受不喜歡的推介。
- 2: 可設定買酒的預算，只有價錢合適的美酒，才會令你開懷。
- 3: 認識最受歡迎的葡萄品種，例如：
  - 釀製紅酒的卡本奈·索維濃 (Cabernet Sauvignon)、墨爾樂 (Merlot) 和設拉子 (Shiraz)
  - 釀製白酒的夏敦埃 (Chardonnay) 和白索維濃 (Sauvignon Blanc)
- 4: 找到你喜歡的葡萄品種後，可嘗試產自不同國家的相同葡萄。
- 5: 留意不同酒廠的獨特風格，以及每個葡萄園的特色，然後嚐試出自不同酒廠及葡萄園的葡萄品種。



## 稱心服務

屈臣氏酒窖以一群充滿專業精神的員工為榮，為顧客提供稱心滿意的服務。每名店員均樂於了解顧客的口味，而不側重推介自己的喜好。

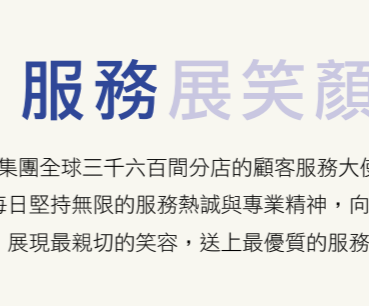
由於餐酒產量有限，爭取好酒的配額至為重要。屈臣氏酒窖的採購員除了與酒廠保持良好關係外，亦密切留意酒價的每日變動。憑著他們的專業知識和議價技巧，屈臣氏酒窖能以最優惠的價格，購得優質美酒。



1. 透過「互動美酒資訊站」，顧客可隨時發掘洋酒的資料。
2. 在「美酒專區」內，顧客可輕輕鬆鬆地翻閱洋酒雜誌、品嚐各款美酒，並與洋酒專家閒談。

## 賞酒提示

- 向店員詢問洋酒的保存期限
- 查詢最適宜飲用的時間 (法國美酒最好先存放一段時間，而新興釀酒區的酒釀一般宜即時飲用)
- 存酒地方須保持清涼 (攝氏十四至十七度)
- 餐酒最忌經常搬動或溫度波動



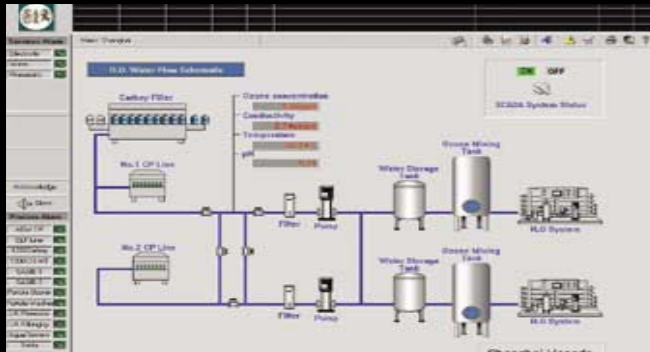
# 服務展笑顏

集團全球三千六百間分店的顧客服務大使，每日堅持無限的服務熱誠與專業精神，向顧客展現最親切的笑容，送上最優質的服務。

- 1 彭冠林 (香港屈臣氏)
- 2 Quah Siew-lan (新加坡屈臣氏)
- 3 Ho Hoon-lan (新加坡屈臣氏)
- 4 廖祐靈 (香港 Nuance-Watson)

- 5 韓子豪 (屈臣氏酒窖)
- 6 Patricia U (Great)
- 7 Trepleister 分店的服務大使
- 8 丘典豐 (Great)
- 9 徐慧珠 (香港百佳)

- 10 劉坤儀 (香港豐澤)
- 11 方麗華 (香港百佳)
- 12 李美景 (香港 Nuance-Watson)
- 13 江凱琳 (香港屈臣氏)
- 14 鄭碧儀 (香港 Nuance-Watson)



08:45

透過網上 SCADA 食水處理系統，全面監控蒸餾水的製造流程，確保每個程序均達至最高品質標準



10:30

審視實驗室測試結果、核對 ISO 品質管理證書、擬定食品安全重點控制計劃 (HACCP) 及處理食品標籤問題



13:00

部門會議 — 檢視顧客投訴及商討處理方法



14:00

評估新產品的開發進度及進行樣本測試



16:30

抽樣檢查蒸餾水樽及樽蓋的品質，確保合乎安全標準

由今期開始，《屈臣事》將與大家穿梭各部門的工作間，了解他們的日常運作和一些鮮為人知的「幕後」趣事。本期主題「品質保證」，請來屈臣氏蒸餾水品質保證部總經理林麗娜，分享該部門一天的工作，確保整個蒸餾水的製造過程達至最高的品質標準。



18:30

與供應商面談，研發新產品；並與機械工程師商討製作流程的改動細則

# 依依惜別

經過三十年的努力建樹，屈臣氏保健及美容產品部(歐洲大陸)行政總裁 Dick Siebrand 於今年四月榮休。Dick 是全球零售行業的權威，以專業知識、商業觸覺及服務熱誠享譽業界。

他自一九七四年二月起參與 Kruidvat 龐大的擴展計劃，並創造了 Kruidvat 獨特的經營模式。在他的掌舵下，Kruidvat 推出同名護膚系列品牌(該系列現有逾一千三百種產品)，並重振保健及美容產品部的雄風。從來沒有零售機構能在這樣短時間內取得如此驕人的成就。

Dick 以真誠對待員工，並處處以客為先。他說：「我們只有一個老板，那就是我們的顧客。我感激所有員工讓我體會到這一點。」

Dick 的為人也備受景仰。Kruidvat 廣告主管 Alex Phaff 說：「Dick Siebrand 是一個具有感召力、對公司忠心耿耿的上司，跟他一起工作十分愉快。」

Dick 亦是一位有見地的採購員，一向能以最好的價錢搜羅符合顧客需要的貨品。

Dick 的格言是：「循序漸進，按步就班；不斷改進經營理念，勿做愚昧的事情。」他的遠大目光與營商模式，成就了一家令人引以為傲的公司。

Dick 非凡的策略性思維創造了荷蘭最優秀的零售店概念，其成就將令人永誌不忘。

新一代的管理層將秉承他的創新精神與優良傳統，繼續邁進。



## DICK SIEBRAND — 創業史

1974年2月4日	Dick Siebrand 加入 Kruidvat
1975年9月10日	首家 Kruidvat 商店開幕(營業額達六萬五千歐元)
1983	第一百間分店開幕，推出 Kruidvat雜誌的創刊號
1988	第二百間分店開幕，慶祝開幕十二年半
1991	第三百間分店開幕
1992	Kruidvat 在比利時開設首間分店
1996	與 Rossmann Central Europe 創立合資企業，並收購 ICI PARIS XL
1997	收購 Trepleister
2001	收購 Superdrug (七百間分店)
2002年10月22日	獲屈臣氏集團收購，Dick Siebrand 成為集團國際保健及美容產品部董事會成員，以及保健及美容產品部(歐洲大陸)行政總裁
2003	位於荷蘭 Renswoude 的保健及美容產品總部(歐洲大陸)開幕
2004年4月5日	Dick 服務公司三十年後正式榮休



# 屈臣氏蒸餾水

屈臣氏蒸餾水的送貨車隊，每天早上七時整裝待發，為顧客送上至清至純的蒸餾水。每架貨車每天平均可運送逾八百瓶家用/商用裝蒸餾水。

# 長期服務獎 表揚忠誠員工

你在屈臣氏集團工作了多久？一至兩年、五年，抑或十年？

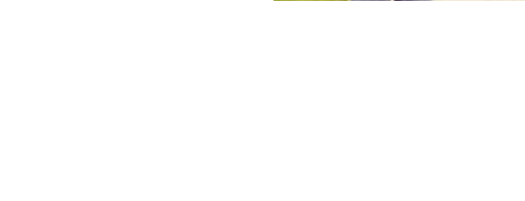
《屈臣氏》今期訪問了多位在集團工作了十六至二十五年的同事，分享他們的故事和工作點滴。



姓名：Dennis Casey (人稱「法寶」)  
職位：保健及美容產品部 (東歐) 行政總裁  
服務年期：十六年

1. 你在工作上的最大滿足感是甚麼？  
近幾年來的工作給我的滿足感越來越大，像把屈臣氏引入新加坡、在菲律賓建立屈臣氏品牌、在亞洲區內開設二百二十間屈臣氏分店、參與收購英國的 Savers，以及在加入屈臣氏集團之前，成功將 Underwood's 由五間分店發展成為上市公司，都給予我很大的滿足感。
2. 在工作環境方面，有甚麼激勵你繼續努力工作？  
屈臣氏集團發展一日千里，我相信在未來兩至三年間，集團可成為全球最大的保健及美容產品零售商。

3. 誰是你的恩師？  
英國 Underwood's 董事總經理 Richard Bett。他在市務及零售方面擁有過人的智慧，是一位出色的領導者。
4. 你的成功秘訣是甚麼？  
家人無限量的支持及無視辦公室政治。
5. 你最欣賞那一位商人？  
Shoemart 的 Henry Sy 及那些與他同樣由一家小公司發展成大企業，而繼續拼搏的成功商人。
6. 若不從事這一行，你喜歡幹甚麼工作？  
從業傳媒或寫作，寫一本暢銷的書！
7. 你最喜歡哪一個國家？  
澳洲。那裡是一個自由的地方，你可以隨心所欲，並找到任何你需要的東西。



姓名：謝冰瑜  
職位：區域經理  
服務年期：二十五年

1. 請簡單介紹一下你的工作。  
我的職責是協調分店與各部門的溝通，確保分店的營業額能達至目標、提供優質的顧客服務，及妥善處理貨品陳列。
2. 請說說你的入行經過。  
二十五年前，一次行經豐澤中環分店，看到衣著醒目的售貨員以流利英語向外國人介紹產品，頓時被他們專業

3. 工作方面你最喜歡哪些地方？  
人材培訓的工作，在日常工作中教導下屬及與他們分享工作經驗，提升他們的生產力。
4. 你最欣賞的人是誰？  
李嘉誠先生。我最欣賞李先生的毅力和永不言休的精神。



姓名：莫若妍  
職位：藥劑師統籌  
服務年期：二十年

1. 請簡單介紹一下你的工作。  
我的職責是在分店內提供藥劑師諮詢服務，處理新店開張、藥劑師資源調配，以及替香港中文大學藥劑系的學生設計藥劑課程。
2. 工作上可曾遇到一些難忘的經歷？  
記得去年沙士爆發期間，人人均惶恐擔憂。很多顧客向我們表達對健康的焦慮；而我們則努力地提供藥物指導及預防措施的方法，為他們解除疑慮。

3. 工作上最大的成就是甚麼？  
為顧客提供最佳的保健及藥劑師諮詢服務，令他們擁有健康的身體。
4. 如果有人有志加入你這一行，你會有什麼忠告？  
你必須樂於與人接觸、和藹可親、有耐性及全心全意為他人服務。此外，你亦需善於與不同階層的人溝通，及鍥而不捨地教育普羅大眾有關藥物的知識。

## 屈臣氏蒸餾水

姓名：劉紹雄 (又名「IQ博士」)  
職位：營業部司機  
服務年期：二十年

劉氏駕駛十六噸的重型貨車，每天平均為二百名顧客準時送上樽裝蒸餾水。

1. 請說說你的入行經過。  
一九八三年六月看到報紙招聘營業司機，便毅然應徵，並獲錄用。

2. 工作方面你最喜歡哪些地方？  
每天到不同的地點送貨，充滿趣味及挑戰性。
3. 誰是你的恩師？  
我的前上司王兆榮先生，我從他身上學會「容忍」這兩個字。
4. 你最欣賞的人是誰？  
已故國家主席鄧小平。欣賞他「活到老，學到老」的生活態度。
5. 若不從事這一行，你喜歡幹甚麼工作？  
導遊，因為我的嗜好是旅行。



姓名：姜澤成  
職位：營運經理  
服務年期：二十五年

1. 請說說你的入行經過。  
我是在一九七八年入行的。初時在百佳跑馬地分店當兼職，工作三個月後便獲聘為全職員工。多年來，公司給予我多方面的發展機會，讓我不斷成長。
2. 工作方面你最喜歡哪些地方？  
與同事合作愉快，在大家的合力工作下，各分店提供高質素的服務，為顧客帶來整潔、舒適的購物環境。

3. 你最欣賞的人是誰？  
我的太太。我跟她結婚二十三年了。太太在未婚前，對廚藝一竅不通，但她知道我愛吃，於是便努力下廚。雖然她沒有上過正統的烹飪班，只靠電視烹飪節目和向朋友討教，卻學得一身好廚藝。我最愛吃她親手弄的魚翅、鮑魚和醉雞。
4. 你有什麼嗜好？  
我的嗜好是吃東西。對我來說，辛苦工作一天後能夠回家吃一頓豐富的晚餐，就是人生一大樂事。
5. 你最喜歡看什麼書或電影？  
我喜歡看有關歷史戰爭的書，不論中、西歷史我也喜歡，因為歷史能反映真實。



姓名：Berthina van Oversteeg  
職位：項目助理  
服務年期：二十五年

1. 你怎樣加入Kruidvat？  
當我完成實驗室助理的課程後，一直未能找到合適的工作。在一九七九年，我便加入 Kruidvat 旗下的超級市場當收銀員。
2. 你是怎樣由超級市場轉向從事保健及美容產品的工作？  
由於 Kruidvat 在保健及美容產品方面發展相當迅速，而我亦希望接受新挑戰，於是便爭取機會加入保健及美容產品部，最終獲聘用並負責開設新店的工作。

3. 在八十年代初期，你的工作生涯是怎樣的？  
可以用「充滿挑戰」來形容。當時只有兩名同事，而我負責一百間分店的支援工作，及協助董事總經理 Dick Siebrand。
4. 你一直在後勤工作嗎？  
不是。一九九五年，Kruidvat 把後勤部分拆為多個部門。當時，Dick Siebrand 同時兼管採購部和環保發展計劃，而我則可充分發揮在實驗室的經驗。後來，我調往協助副採購總監 Kees Burr，負責特別項目和環保發展計劃。
5. 這是一份令人嚮往的工作嗎？  
是。這份工作體現了 Kruidvat 「Always surprising, always cheaper」(無限驚喜、至低價格)的口號。我依然享受每天的工作。



姓名：樊景齊  
職位：媒體控制員  
服務年期：二十五年

1. 請簡單介紹一下你的工作。  
我負責管理所有電腦媒體的資料儲存、更新及非現場媒體管理。此外，我亦負責印刷物料的存貨和補給。
2. 工作方面你最喜歡那些地方？  
我最喜歡現時和諧的工作環境。

3. 工作上可曾遇到一些難忘的經歷？  
在踏入二千年的前夕，我首次於晚上當值。為應付電腦「千年蟲」的危機，每位同事都嚴陣以待，緊張非常。幸好，最後沒有任何意料之外的事情發生，而各同事更在辦公室內一起歡度新年。
4. 若不從事這一行，你喜歡幹甚麼工作？  
我會開一間中式餐廳。
5. 你的嗜好是甚麼？  
打麻雀。



## 愛心助貧童

泰國屈臣氏於一月十日泰國兒童日，向「保護兒童權益基金」送上十一萬二千四百四十九泰銖的支票，幫助有需要的兒童。這些善款來自屈臣氏去年在當地舉行的聖誕籌款活動。在活動中，顧客凡購買指定貨品，屈臣氏即捐出一泰銖作為善款。

## 奧運金牌得主為本地精英打氣

二〇〇〇年悉尼奧運 4x100 米女子接力賽金牌得主及女子二百米銀牌得主 Pauline Davis Thompson，應屈臣氏田徑會邀請主持四月二十七日在香港體育學院所舉行的短跑精英訓練工作坊。

工作坊吸引了超過五十位本地運動員及教練參加，他們除有機會觀摩 Pauline 精彩的賽跑表現外，更獲她傳授成功秘訣——「3Ds」，包括「決心」(Determination)；「鏗而不捨的精神」(Dedication) 和「自律」(Discipline)。



## 培育少年人才

屈臣氏田徑會的少年精英運動員在早前舉行的屈臣氏蒸餾水香港分齡田徑賽中締造佳績，一共獲得三十二面金牌、二十二面銀牌及二十二面銅牌。獲得如此驕人成績，屈臣氏田徑會將繼續努力培育少年精英。在早前舉行的第六屆屈臣氏少年田徑精英甄選計劃中，屈臣氏田徑會從三百名參加測試的小朋友，選出一百位健兒加以培訓。

## Superdrug 為哮喘宣傳活動籌得三萬英鎊

Superdrug 在一項名為「Blowing Bubbles for Asthma」的活動中，為英國關注哮喘組織 National Asthma Campaign 籌得三萬英鎊的善款。

Superdrug 在全線七百零四間分店義賣吹泡泡瓶，希望藉此提高防治哮喘的意識，並籌募哮喘的研究經費。Superdrug 亦向顧客提供有關哮喘的資訊和意見。

Superdrug 藥劑部主管 David Clark 表示：「我們很高興獲得 National Asthma Campaign 邀請參與今次活動，並對籌得的善款數字深感欣悅。」



英國國會議員 Kevin Hughes 及 National Asthma Campaign 關注哮喘組織的 Chris Jarrett，與 Superdrug 員工慶祝籌款活動取得成功。



## 傷健平等無隔閡

百佳致力為殘疾人士提供方便的購物環境，並獲得「無障礙關注聯席」頒發「平等共用大獎」，以表揚其對殘疾人士的關懷及貢獻。

百佳是建設「無障礙城市」的先驅，早於十多年前已率先設立可供殘疾人士預約租用的停車場，並於多間分店設置寬敞的通道，及拆除「十字轉」入閘機，以方便坐輪椅的顧客出入。



## 瘋狂拍賣圓童夢

為慶祝全新時代廣場分店隆重開幕，豐澤特別推出十件總值八萬多元的熱賣數碼電子產品及家庭電器，以底價港幣一元作慈善拍賣。

顧客除可以超低價投得心頭好外，亦可同時幫助有需要的兒童達成心願。當天拍賣共籌得的港幣五萬二千零五元善款，將全數撥捐「香港願望成真基金」，讓罹患惡疾的兒童有機會願望成真。

## 繽紛巨蛋賀佳節

今年復活節，Great 特別舉辦了一個為香港保護兒童會籌款的繪畫比賽。是次活動共邀請了一百位香港保護兒童會的小朋友，以「小朋友的願望」為題繪畫圖畫，所有作品均張貼於「復活巨蛋」上，並連同籌款箱於三月二十六日至四月十五日期間在Great 公開展出。





1



2

鬼馬相片大募集：

只要手持印有集團旗下零售品牌的購物袋，在有趣惹笑的背景前留影，並將相片寄給我們，一經刊登，即可獲得港幣一百元購物禮券(或同等價值的獎品)。而每期最具特色，最真情流露的參賽相片，即可贏取港幣五百元禮券或豐富禮品乙份。

(電郵: WatsOn@asw.com.hk)

回味時刻

- 1 Fanny (後排, 右一)與其它同事均是屈臣氏蒸餾水的擁躉。考考你的眼力, 相片中有多少屈臣氏蒸餾水瓶?
2 泰國屈臣氏的 Anothai Klungkaew 往印度朝聖, 不忘與屈臣氏購物袋結伴同行。



李嘉誠基金會

李嘉誠基金會 為中國偏遠地區帶來平等教育機會

由李嘉誠基金會捐資與中國教育部合作推行的中國西部中小學現代遠程教育計劃, 自二〇〇一年初實施以來, 已經完成了超過一萬個中小學教學示範點的建設工作, 令這些中小學能透過中國教育衛星寬帶多媒體傳輸平台, 接收教育資源信息, 打破大山對知識傳播的阻隔。

中國西部中小學現代遠程教育計劃是李嘉誠基金會捐資港幣三億元推行的一系列西部教育醫療計劃的一個重要部分。計劃推行後引起了國家的高度重視並撥出十三億人民幣以發展類似的遠程教育平台, 於未來五年為超過五十萬所中小學推行遠程教育。

隨著科技日益發達, 嶄新的通訊技術使遙距教育成為了重要的世界趨勢, 讓我們無論身處何時何地亦得到學習的機會。

多位國際教育專家於二月十八日匯聚香港, 出席由香港公開大學主辦、李嘉誠基金會贊助的第二十一屆遠程教育國際會議, 討論遙距教育的最新發展。

中國科學技術學會副主席、原國家教育部副部長韋鈺教授在會上介紹由李嘉誠基金會支持的西部中小學現代遠程教育的最新情況。她表示, 知識來自全世界, 所以能否踏上這資訊平台, 跨越「數碼鴻溝」, 對提供優質的教育是非常重要的。所謂「數碼鴻溝」是指發展國家與發展中國家之間, 以及中國東部大城市與內陸城市之間, 因資訊科技發展不均而出現的發展差異。

據二〇〇二年的統計顯示, 中國使用電腦互聯網的人數佔總人口百分之四點六, 即五千九百一十萬人, 但在貴州, 這比率只有百分之零點二。

韋教授指出:「我們的(教育)平台要達到國際水平, 符合我國大城市的需求, 也要作為西部發展較慢地區遙距學習的平台。」

她續說, 此計劃的意義重大, 因為這是國際上第一個以現代遠程教育技術方法在短期內迅速建立起這樣大規模的衛星遠程教育網絡。

我問您答(第61期)

超級大獎(20名)

由屈臣氏獨家引入的韓國 KIO Pinky White 系列護膚禮品包, 內有人蔘提煉而製的護膚乳液、眼部修護膜及精華素。(由屈臣氏贊助)



金獎(5名)



由本地著名創作人設計的屈臣氏蒸餾水百週年限量版紀念瓶系列, 全套共十二款, 限量製造, 極具收藏價值。(由屈臣氏蒸餾水贊助)

銀獎(2名)

迷你 Walkie-talkie 小巧實用, 讓你無時無刻與朋友保持聯繫, 樂趣無窮。(由屈臣氏贊助)



銅獎(20名)

軍藍色的 Superdrug 運動袋, 設計輕便、耐用, 適合作不同用途。(由 Superdrug 贊助)



- 1. 誰剛接任保健及美容產品部(歐洲大陸)行政總裁?
2. 請列出任何兩項豐澤無線手提終端機的功能。
3. 誰應邀主持屈臣氏田徑會舉行的短跑精英訓練工作坊?

第60期有獎問答遊戲答案：

- 1. 娜華蒂露娃、迪文泰娃、魯賓、米爾奈、舒拉實娃、韋爾科克、費達拿、費拉羅、維納絲威廉斯(任何兩個)
2. ICI PARIS XL
3. 屈臣氏集團、百佳、屈臣氏蒸餾水、豐澤、屈臣氏酒窖、Great(任何兩個)

超級大獎：

Table with 2 columns: 姓名, 公司及部門. Lists names and departments for the Super Prize winners.

銀獎：

Table with 2 columns: 姓名, 公司及部門. Lists names and departments for the Silver Prize winners.

銅獎：

Table with 2 columns: 姓名, 公司及部門. Lists names and departments for the Bronze Prize winners.

金獎：

Table with 2 columns: 姓名, 公司及部門. Lists names and departments for the Gold Prize winners.

請將填妥之參加表格寄回：

香港沙田火炭 禾寮坑路1-5號屈臣氏中心八樓 屈臣氏集團康樂及福利組收 或電郵至 WatsOn@asw.com.hk

截止日期：二〇〇四年七月三十一日

Registration form with fields for 員工姓名, 公司及部門, 員工編號, 聯絡電話, 簽名, 答案.