

77



Watson



屈臣氏集團員工季刊
第一季 • 二〇〇九年



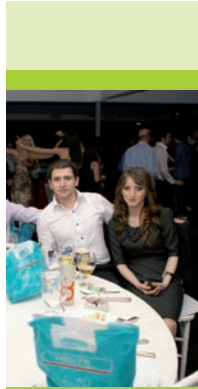
營造購物樂園
烏克蘭DC譜寫成功故事
二〇〇八年全年業績
屈臣氏會員卡風靡亞洲
日日無膠袋日

目錄



世界各地

05



我的家

27



19



社區情

29



專題

23



和黃事

38

集團董事總經理 的話



黎啟明
集團董事總經理

屈臣氏集團在二〇〇八年締造佳績，錄得創紀錄盈利。雖然有些地區的表現仍有進步空間，但我仍然要衷心感謝每位同事對促進集團發展、發揚公司團結文化所作出的貢獻。

隨著二〇〇八年過去，我們已邁進充滿挑戰與機遇的二〇〇九年。在經濟環境不明朗、消費者心態轉變的情況下，我們的業績將備受考驗。然而，在面對風險之時，我們亦不乏可以把握的機遇。因此，我們須要專注於優化業務的營運方式，以迎合顧客更加精打細算的消費心態。我們必須因時制宜，靈活應變。

在這環球經濟危機之際，優勝劣敗在所難免。要成為勝利者，我們必須迅速行動，全力以赴。今年的首個季度已經過去，我們應加快落實集團於年初制訂的各項措施，並在預算方面兌現向股東所許下的承諾。我期望公司各級管理人員積極管理每項業務，確保盈利持續無間，這對維持集團未來的發展至關重要。

我相信集團團隊的實力會日益壯大，表現更上層樓。我很高興我們的企業文化變得更加開明，同事間樂於分享，並接受同業的成功意念。

讓我們繼續精益求精，務求在競爭者中脫穎而出，並於二〇〇九年締造豐碩成果。





和記黃埔

二〇〇八年全年業績



二〇〇八年全年業績

截至二〇〇八年十二月三十一日止年度，**和記黃埔有限公司**（和黃）的經審核股東應佔溢利為港幣一百七十六億六千四百萬元。營業額增加百分之十三至港幣三千四百八十三億六千五百萬元。有關業績報告的詳盡內容，請參閱

<http://www.hutchison-whampoa.com/chi/investor/annual/annual.htm>

屈臣氏集團在二〇〇八年錄得創紀錄盈利，未扣除利息及稅項前盈利達港幣四十三億七千四百萬元，較去年同期增長百分之十八。營業額增加百分之八至港幣一千一百八十四億八千七百萬元。



| | |
|--------------------------|----|
| • 屈臣氏會員卡風靡亞洲 | 7 |
| • YOU AWARDS第二季賽事 | 8 |
| • 一定要屈臣氏 | |
| • Drogas「星」級服務！ | 9 |
| • Superdrug星光閃耀 | |
| • The Perfume Shop初登小熒幕！ | 10 |
| • 豐澤生活新啟發頒獎禮 | |
| • 耀眼奪目Marionnaud | 11 |
| • 馬到功成！ | 12 |
| • Superdrug美容寶鑑 | 13 |
| • Superdrug超值價 | |
| • 國際美食盡在GREAT | 14 |
| • 新店新形象 振翅飛更高 | 15 |
| • 全球佳釀 杯杯超值 | |
| • The Perfume Shop展新姿 | 16 |
| • Fusion | |
| • 四百新里程 | 17 |
| • 全新雜誌 發放光芒 | |
| • 獎項 | 18 |

itv 1

I'm A Celebrity, Get Me Out of Here!

The new television campaign for The Perfume Shop will launch in I'm A Celebrity Get Me Out of Here on Wednesday 26th November on ITV1

I'm A Celebrity Get Me Out of Here is one of the most popular reality shows in British television history. An average of 7.2 million viewers across the UK were glued to the show last year.

The Perfume Shop is targeting ITV1 viewers with its dynamic new ad to promote their range of male and female fragrances. Don't miss I'm A Celebrity Get Me Out of Here on Wednesday 26th November to see how The Perfume Shop will be brought into living rooms across the country.

Start screening November 26th

THE PERFUME SHOP

Marionnaud
Concept unique par maison, c'est nous.



世界各地



屈臣氏會員卡風靡亞洲

中國屈臣氏推出新會員卡「我的購物另一伴」，為顧客提供個性化消費定制服務，以及更佳的購物體驗。「我的購物另一伴」為會員提供個性化資訊及心儀產品的推廣優惠，並且可以賺取積分，於下次購物時使用。屈臣氏更安排「體驗日活動」，讓顧客親身體驗「我的購物另一伴」。申請會員卡的顧客除可得到禮品和試用新產品外，更可享受免費健康測試服務。

台灣屈臣氏自七月推出會員卡以來，會員人數於短短二十五個星期內即達一百萬，令人驚喜。

Watsons 屈臣氏

我的購物另一伴



YOU AWARDS第二季賽事

泰國屈臣氏舉辦YOU AWARDS第二季賽事，鼓勵公眾發掘個人美態，選擇參加時尚髮型、迷人雙眼、性感嘴唇、友善面孔（男、女子）、健美身形等六個組別。

這是屈臣氏與六個策略夥伴，包括Sunsilk、Maybelline、Nivea for Men、Pond's、LCH及泰國最大娛樂事業公司RS Public Co., Ltd. (RS)共同舉辦的一項盛事，讓顧客突顯及珍惜自己獨有的美感，並有機會贏取現金、贊助商贊助的產品、以至RS提供的合作機會等。

Watsons 屈臣氏

一定要屈臣氏

台灣屈臣氏於二〇〇九年一月推出「一定要屈臣氏」的全新品牌訊息，當中包括四個「一定要」概念，分別代表護膚、美容、頭髮和健康，具體來說就是「一定要，成為人群中的焦點」、「一定要，擁有美麗肌膚」、「一定要，頭髮美美的」，及「一定要，身心健康」。台灣屈臣氏正能幫助顧客實現這四個「一定要」。台灣屈臣氏董事總經理Krish Iyer於一月七日舉行的記者會中，聯同四位代表上述四項訊息的頂級模特兒許瑋甯、李曉涵、張嘉雲和黃百璐，向傳媒發表上述消息。

另外，台灣屈臣氏又展開「大膽宣告你的一定要」網上活動，邀請顧客設計獨一無二的屈臣氏網上目錄，這項活動共有二千多人參加，參加者都把自己最喜愛的屈臣氏商品推薦給其他顧客。

Watsons 屈臣氏



世界各地



Drogas「星」級服務！

拉脫維亞Drogas店舖助理Marina Popova獲得拉脫維亞最受歡迎的電視頻道TV3頒發「優質服務」獎。Marina被隱蔽攝錄機拍攝到她協助一名推著嬰兒車的顧客的情形，因而獲公眾選為「優質服務」獎得主。

Marina表示，服務顧客是Drogas的首要目標，即使她知道她的舉動會被拍下，她也不會改變她的服務態度。Marina的母親在Drogas擔任店舖經理，對於女兒獲獎，她感到非常自豪，並希望Marina會繼續於Drogas發展事業！

熱愛工作的Marina獲得「優質標誌」。這種「優質標誌」的貼紙現已張貼於Drogas每家店舖的門口，讓每位顧客知道他們會在這裡獲得優質服務。

Drogas



Superdrug星光閃耀

二〇〇八年十二月，Superdrug在英國伯明翰的全英最大型時裝及美容展The Clothes Show Live中，舉辦了一場美容展。Superdrug贊助這項盛事的美容與髮型環節，而來自其供應商的多位專業美容師與髮型師也粉墨登場，向熱切期待的觀眾展示多款產品。設於舞台邊的Superdrug攤位則售賣多款獨家代理或自有品牌的嶄新產品，並讓觀眾嘗試修甲、化妝及理髮等美容服務。Superdrug與一眾供應商緊密合作，包括專有品牌Clix（駁髮）和2True（超值化妝品）。

Superdrug

The Perfume Shop初登小熒幕！

The Perfume Shop於二〇〇八年聖誕節期間，首次推出電視廣告。電視廣告於廣受歡迎的電視節目The X Factor中首播，其中Britney Spears參演的一集The X Factor更錄得一千三百萬的收視人數。電視廣告由以執導音樂錄像和其他大型品牌廣告享負盛名的Jonus Odell擔任導演，而以替古老音樂融入現代色彩著稱的Mint Royal則負責廣告片的音樂創作。



itv 1

I'm A Celebrity, Get Me Out Of Here!

The new television campaign for The Perfume Shop will launch in I'm A Celebrity, Get Me Out Of Here on Wednesday, 26th November on ITV1.

I'm A Celebrity Get Me Out of Here is one of the most popular reality shows in British television history. An average of 7.2 million viewers across the UK were gripped by the show last year.

The Perfume Shop is targeting ITV1 viewers with its dynamic new ad to promote their range of male and female fragrances. Don't miss I'm A Celebrity Get Me Out of Here on Wednesday 26th November to see how The Perfume Shop will be brought into living rooms across the country.

*Source: BARB Kings November 2007

豐澤生活新啟發頒獎禮

豐澤於二月初舉辦首屆「生活新啟發大獎」頒獎禮，共有一百五十九項傑出產品獲獎，以表揚這些產品的供應商對豐澤的成功發展所作出的貢獻。豐澤董事總經理吳弘宇表示：「儘管環球金融海嘯帶來不明朗因素，令零售業的增長放緩，但在供應商的鼎力支持下，豐澤仍於二〇〇八年取得驕人業績。豐澤與各供應商將全力以赴，令二〇〇九年更為成功。」今年，韓國著名電子品牌「三星」(Samsung)獲得「生活新啟發大獎」。



世界各地



耀眼奪目 Marionnaud

法國Marionnaud於二〇〇八年推出「silhouette」宣傳攻勢，一反選擇性市場的傳統創作模式。二〇〇九年一月，Marionnaud揭示全新的宣傳活動，其效力一樣強大，而且更能帶出產品迷人、尊貴和優質的一面。為配合這項宣傳，商店櫥窗已重新佈置，增添更多視象元素來吸引迷人的目光。每月，Marionnaud都會製作新的視象宣傳品，展示全年不同的活動。

Marionnaud

馬到功成！

Marionnaud 連續第八年成為世界快步馬錦標賽「Prix d'Amérique Marionnaud」的大會贊助商。

這場全球最享負盛名的賽馬深受歡迎，令馬迷看得熱血沸騰。今年的賽事在三大洲逾七十個國家轉播，吸引數以百萬計觀眾收看。

大會每年都與一家慈善機構合作，二〇〇九年賽事的唯一受惠機構為「Toutes à l'Ecole」，該機構將會獲得來自賽事活動和售賣Christian Lacroix設計的T-shirt所有收益。

多年來，Marionnaud 一直支持造福婦女的慈善活動，而這項賽事正是履行這項承諾的絕佳憑證。

/Marionnaud



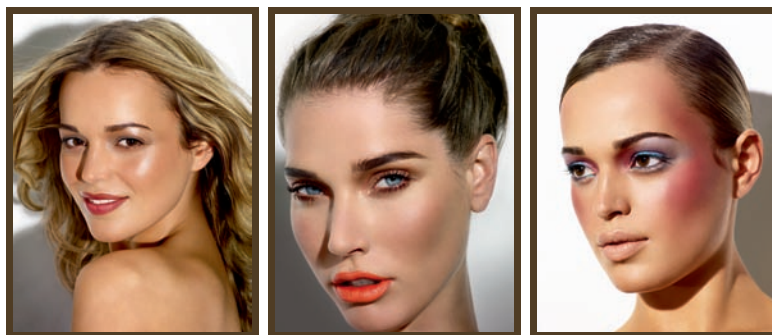
www.aswatson.com



世界各地

12

Watson



Superdrug 美容寶鑑

Superdrug 今年一月推出美容專刊 Look Book，介紹五款流行形象和所需的化妝產品。Look Book 派發給英國所有介紹美容、時裝和購物的傳媒，提供自有和專有產品的最新資訊，並配合介紹全英國只在 Superdrug 有售的品牌及產品的店內刊物「ONLY AT」而出版。

Superdrug



Superdrug 超值價

今年一月，Superdrug 向英國顧客承諾，幫助他們節省日常保健及美容方面的支出，並為此在旗下全線店舖推出新標語：Superprices, we'll SAVE you!

Superprices 的目的是讓顧客於年內以最優惠的價格選購該公司最暢銷的產品。四十多年來，Superdrug 一直被譽為英國著名購物區內最超值的保健及美容產品零售商，而 Superprices 的推出更使 Superdrug 成為顧客於選購美容產品時的不二之選。

Superdrug

We'll SAVE you!



國際美食盡在GREAT

美食購物廣場GREAT於二月及三月分別舉行法國及澳洲美食節。

GREAT新搜尋了逾八百款產品，直接由法國及澳洲入口，當中更包括一系列優質肉類。

澳洲美食節由澳洲商務署、澳洲昆士蘭州政府、南澳洲政府、澳洲維多利亞州政府以及澳洲航空公司協辦，其中澳洲航空公司更於GREAT的澳洲美食節抽獎活動中，贊助香港來回澳洲經濟客位機票兩張（總值港幣一萬六千元）作為頭獎，為此美食節錦上添花。





新店新形象 振翅飛更高

香港Nuance-Watson投得多個尊貴品牌在香港國際機場的經營權，包括Bally、Hugo Boss、Omega、The Peninsular Boutique、Pal Zileri、Samsonite Black Label、Giorgio Armani等名牌，其中Giorgio Armani更是首次在機場內開設新店。

Nuance-Watson七家位於香港國際機場的世界級免稅店正在進行大規模翻新與改善工程，建立全新形象。

 Nuance-Watson 900



全球佳釀 杯杯超值

二月二十五日，**屈臣氏酒窖**強勢推出全新概念**屈臣氏醇酒坊**（Watson's Wine Bar），讓愛酒人士可以時刻優雅地拿著酒杯，在裝潢別具一格、氣氛高雅的屈臣氏醇酒坊，以相宜的價錢，一杯一杯地品嚐來自世界各地的頂級美酒。

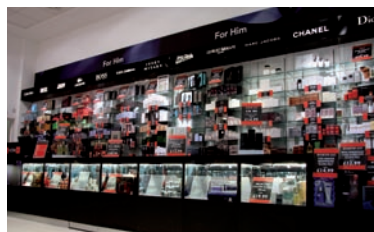
屈臣氏酒窖營運及市場主管何博思表示：「屈臣氏酒窖一直致力為顧客提供更優質的服務與產品，並以顧客需要作為提供服務的大前提。我們深信，屈臣氏醇酒坊能為追求極高生活質素與品味的顧客，提供一種創新而獨特的品酒體驗。」

 Watson's Wine Cellar

The Perfume Shop 展新姿

二〇〇八年十月，The Perfume Shop在兩家分店展示其全新的店面設計，分別為曼徹斯特的Trafford Centre分店，以及位於倫敦、英國最大最新的Shopping Centre Westfield商場內的旗艦店。新設計不但提升顧客的購物體驗，而且更方便店員出入店面。這個設計概念正處於試驗階段，如效果理想，將於未來數年推廣至其他店舖。

The Perfume Shop營運總裁Jo Walker表示：「新店的設計能突顯The Perfume Shop的形象。我們在時尚的櫃位和標誌牌中採用了企業顏色，令形象更添高貴優雅。」新店舖予人的整體感覺更加清爽鮮明，部分區域更可互換使用，以更新和轉換宣傳訊息，讓顧客掌握最新的推廣活動和品牌動態。



Fusion

Fusion是百佳超級市場又一嶄新的國際概念超級廣場，二〇〇八年十一月在愉景灣開業，專為區內國際化的顧客從世界各地搜羅多元化的歐美及亞洲食品，種類琳瑯滿目，應有盡有。為了向顧客提供更多選擇，Fusion特別在新鮮食品部增加一些全新食品櫃位，包括沙律及即製美食、壽司、西式燒烤、中式小菜與燒味等。Fusion裝潢時尚、簡潔明亮、格調摩登，讓顧客在時尚舒適的購物空間，享受嶄新的悠閒購物樂趣。





四百新里程

中國屈臣氏於二〇〇九年一月九日在海南省開設內地第四百家店舖，標誌著又一重大發展里程碑。屈臣氏得以加強在內地的零售網絡，全賴所有員工的努力不懈。為慶祝這個歷史時刻，中國屈臣氏各店舖、辦公室和貨倉均舉行切餅儀式，讓員工分享這份光榮和喜悅。

Watsons 屈臣氏



全新雜誌 發放光芒

新加坡屈臣氏宣布推出健康及美容季刊《GLOW》，介紹屈臣氏帶來的購物樂趣，並宣揚屈臣氏品牌理念的精髓：「健康、美態及歡樂」。《GLOW》除了全面網羅有關美容、時裝、醫療、保健的資訊和實用貼士外，更是一本勵志刊物，鼓勵讀者培養樂觀心態和建立自信、積極的人生觀，對生活忙碌、身兼數職、面對太多產品選擇的女性尤為受用。

Watsons 屈臣氏

豐澤服務獲表揚

豐澤於「星島星鑽服務品牌選舉2008」中，奪得最佳「電器零售連鎖店」服務大獎。這個獎項是由一個專題研討小組及公眾投票選出，表揚向顧客提供優質服務的公司。



Nuance-Watson再下一城

香港Nuance-Watson的優異服務再次獲得肯定。根據二月二十七日於倫敦公布的「DFNI Global Awards」比賽結果，Nuance-Watson奪得「年度旅遊零售商」和「年度機場旅遊零售商」兩個獎項，另外又於二〇〇八年Frontier Awards中獲得「全球最佳市場推廣零售商」獎項。這些獎項是過去十年來公司上下貫注服務熱誠，全情投入、努力不懈所取得的成果。

公司自一九九八年開業以來，已取得四十多個國際及本地獎項，見證其營運、產品採購及顧客服務方面的優異表現。



新加坡Nuance-Watson 榮膺「最佳新店」獎

Nuance-Watson位於新加坡樟宜機場三號客運大樓的大型香水及化妝品店，榮獲旅遊零售業界刊物DFNI頒發美容組別的「最佳新店」獎。該店為Nuance-Watson六家新香水及化妝品店中最大的一家。Nuance-Watson一向以一應俱全的美容產品而自豪，經常提供獨家代理品牌與產品，價格較商業區的大型百貨公司便宜達四成。



菓汁先生品質第一

菓汁先生榮獲香港中華廠商聯合會及香港品牌發展局頒發「2008香港名牌」獎項。

該獎項表彰香港公司創立的傑出品牌，激勵港商精益求精，並提升香港產品的知名度，以及增強社會各界、海外商家與消費者對香港品牌的認識。

菓汁先生因其知名度、經營特色、創新意念、品質、形象、環保和社會責任而獲獎。





Collagen



骨膠原護膚奧秘

你希望擁有清新爽潔、彈性柔滑、水潤光澤的肌膚嗎？現在你可試用於香港和中國屈臣氏發售的屈臣氏Collagen系列產品。這項護膚產品由天然骨膠原研製而成，這種功效神奇的分子能修補受損的皮膚細胞，使肌膚更加緊緻、更添水潤和更富彈性。

骨膠原是皮膚的基本成分，皮膚約八成的組織源自骨膠原，它能令皮膚更健康、更柔軟、更緊緻。然而，隨著年齡增長，骨膠原會逐漸流失，而人體自行製造的骨膠原也會愈來愈少。屈臣氏Collagen產品系列可補充肌膚的骨膠原，令皮膚更加水潤柔滑、更富彈性。

為配合香港人急速的生活節奏，香港屈臣氏把一輛貨車改裝成Collagen宣傳車，行走港九新界各區，讓顧客有機會體驗骨膠原的護膚奧秘。

Watsons 屈臣氏





我的產品





Rimmel進駐屈臣氏

專有品牌Rimmel的產品現已在**新加坡**、**香港**和**土耳其屈臣氏**發售。

Rimmel於二〇〇八年十一月在土耳其舉行記者會，宣布推出這個新品牌。在場逾三十位美容版記者表現雀躍，全力支持這項活動。

Watsons 屈臣氏

進入Ego Facto的世界

法國Marionnaud於二月推出專有的全新香水品牌Ego Facto。Pierre Aulas共研製了七種香味，每種香味均代表一種獨特個性，讓顧客能根據自己的性格，作出更個性化的選擇。

Marionnaud



美甲添新妝

今年春天，Marionnaud在歐洲推出了全新的自有品牌Only You指甲貼。該產品使用簡易，瞬間可為指甲添上姿采，而且效果持久。新加坡屈臣氏、香港屈臣氏和Kruidvat也同時推出其自有品牌美甲產品Incoco指甲貼，為指甲添上完美新妝。

Marionnaud Watsons 屈臣氏 Kruidvat



Skinvitals水療滋潤面膜

新加坡屈臣氏於二〇〇八年十一月引入來自澳洲的革命性品牌Skinvitals，這款獨家發售的面膜，只需短短數分鐘便可為面部肌膚帶來水療效果。鑑於市場反應理想，Skinvitals將於四月在香港推出。

Watsons 屈臣氏





烏克蘭DC譜寫成功故事



烏克蘭首都基輔是歐洲最美麗的城市之一，有不少令人讚嘆的建築物，而且充滿濃厚的文化色彩。雖然基輔歷史悠久，但同時有一群崇尚潮流、活躍好動、積極上進的年輕人，並以外形亮麗、時尚見稱。在當地領先的保健及美容產品連鎖店DC幫助下，要內外體驗美妙感受，已比以前更加容易，更有趣味。

在基輔市中心的Lva Tolstoro街上，兩位年輕貌美的女士迎著春雨，奔進DC。在這家保健及美容產品專門店，友善的員工趨前熱情迎接。這兩位客人是Anastasia和Natalya，都是二十來歲的「城市女性」，在當地居住和工作，是DC的忠實顧客。

Anastasia說：「DC是選購保健及美容產品的好去處，而且店子離我家不遠，當我希望放縱一下的時候，我會立刻跑進去逛一下。在這裡，我可以拋開一切煩憂，盡情購物。」



Natalya表示同意：「在DC購物，實在是人生一大樂事。在這裡，我可以找到所需的各種保健及美容產品，不管是日常浴室用品還是尊貴貨品，這裡都應有盡有。在這裡購物，感覺永遠都是那麼新奇刺激。」

Natalya和Anastasia喜歡到DC購物，並不令人感到意外。根據有關消費者喜好的市場調查，DC連鎖集團是二〇〇八年「烏克蘭年度之選」獎項健與美商店組別得主。

增長驕人

DC不只在基輔引起重大迴響，自從DC於一九九七年在Shota Rustaveli街開設首家專門店以來，該集團一直是推動烏克蘭保健及美容產品零售市場的先驅，其商店在現代化和舒適環境下提供包羅萬有的個人護理及美容產品。



今天，DC在四十六個地區開設共一百四十六家保健及美容產品專門店和二十三家藥房，而注重健康、擁有生活品味的忠實顧客也與日俱增。

DC在烏克蘭開設了接近一百七十家分店，是全國最大的保健及美容產品零售商，增長步伐遠超競爭對手，實力與DC最接近的對手，分店數目只有八十一家。

今天，DC每周為五十多萬名購物人士服務，其中逾四十三萬二千名顧客是二〇〇二年成立的DC Club優惠計劃的成員。隨著愈來愈多注重美健的烏克蘭人加入成為會員，DC的市場定位已超越零售商的範疇。DC致力令顧客喜出望外，時刻都在了解每名顧客的需求和喜好，並細心分析從會員優惠卡計劃收集得來的數據，從而與顧客建立及維持深遠持久、互惠互利的關係。





精明之選

DC與消費者保持良好溝通，確保每家分店能提供顧客所需要和喜愛的品牌，並不時引進新產品。DC提供三萬五千多款不同貨品，店內的專業藥劑師和美容顧問均樂於提供意見，協助顧客挑選經驗證的產品及推介新產品。

在波爾塔瓦，DC的常客Olena表示：「我喜歡嘗試新產品。DC的店員十分專業，無論任何一類產品，我都可以得到他們的專業意見，即使是選購禮物也不用再費煞思量，讓我可以盡享購物樂趣。」

DC旗下商店均位於熱門的購物區，交通便利。DC還定期進行宣傳推廣活動，爭取顧客的支持，從而鞏固DC在烏克蘭保健及美容產品零售市場的領導地位。

Olena補充道：「我敢肯定，在這裡購買的貨品絕不會令我失望，而且每次都很快樂。我的必需品都只會在這裡購買，因為我清楚知道所購買的貨品質素有保證，而且物超所值。」

優質貨品

DC是烏克蘭首家引入私有品牌的保健及美容產品連鎖集團，其個人及家居護理產品以質素卓越、價格相宜著稱，深受顧客歡迎。

DC還每月寄發顧客通訊，提供有關價格相宜的優質產品的最新消息，當中的產品和價格資訊有助顧客選購最合適的貨品。

DC又定期進行意見調查以掌握顧客的喜好。根據二〇〇八年的調查結果顯示，顧客喜歡到DC購物有五大原因：(a)他們喜愛的品牌貨源不絕；(b)有不同價格的豐富貨色可供選擇；(c)他們能充分掌握有關新產品、優惠和推廣活動的資訊；(d)特價貨品清楚標明；及(e)店中經常更新產品類別。

Olena表示：「DC連鎖店售賣的日常用品琳瑯滿目，在這裡，我一定可以找到我想購買的東西，而且總會有新奇的發現。」

她的丈夫Ivan補充道：「當我需要為家人或自己選購日常用品時，DC必定是我的首選。這裡的購物環境井井有條，十分舒適。」

競爭優勢

屈臣氏二〇〇六年收購烏克蘭DC後，雙方合作無間、優勢互補，推動DC的成功發展。

在國際零售業務管理方面，屈臣氏集團締造驕人佳績，而DC則熟悉烏克蘭零售業的傳統，並藉著與屈臣氏集團交流經驗而受惠。作為環球產品採購業的翹楚，屈臣氏集團善於物色價格相宜的優質貨品，經驗豐富，並建立覆蓋全球的業務網絡。在屈臣氏集團的支持下，DC已迅速在業務流程中貫徹最佳的國際標準。舉例說，DC現正引進的資訊科技系統，能使公司在策略和營運管理方面享有強大的競爭優勢。

烏克蘭DC董事總經理Tomasz Wroblewski表示：「DC將繼續爭取卓越表現。DC員工以公司、團隊和顧客為榮，並且衷心感謝所有注重健康、美貌和優質生活的顧客一直以來的支持。」



受歡迎的DC私有品牌產品



專題



1. 土耳其同事共聚一堂
2. 製造部雀林大會
3. 菲律賓屈臣氏聖誕聯歡派對
4. 冬日節慶
5. 印尼屈臣氏員工齊歡暢
6. 菲律賓屈臣氏員工消除工作壓力

Watsons 屈臣氏



Watsons 屈臣氏



我的家



Watsons 屈臣氏

Watsons 屈臣氏

1. 菲律賓屈臣氏支持「反假藥慈善步行」
2. 八位員工參加「第十六屆綠色力量環島行」，宣揚熱愛大自然的訊息
3. 四位員工挑戰十公里長跑賽
4. 參與「公益愛牙日」，為改善長者口腔健康籌款
5. 透過救世軍，捐贈物品予有需要人士



1



2



3



4

5

公益愛牙日

Love Teeth Day

09/12/2008
星期二 Tuesday

關懷長者由「齒」起 全城參與愛牙日
Care for the Elderly Join our Love Teeth Day

為公益金資助之「長者口腔護理服務」籌款
To benefit "Oral Health for Elderly Services" supported by The Community Chest

凡捐款港幣20元以上者，將獲贈送多款多項口腔護理用品之「愛牙日禮包」一份。愛護自己牙齒的同時亦為長者關上關懷，請您支持「公益愛牙日」！
By donating HK\$20 or above, you will receive a "Love Teeth Day Pack" with oral care products. Love and take care of your teeth whilst show your care to the elderly. Do sign up for a meaningful cause.

查詢詳情，請致電
For enquiries, please call
2599 6111

網址
Website
www.commchest.org

香港公益金 The Community Chest 總辦事處：香港中環皇后大道中100號 電話：2599 6111 傳真：2599 6112
 香港公益金 The Community Chest 辦事處：香港中環皇后大道中100號 電話：2599 6111 傳真：2599 6112
 香港公益金 The Community Chest 辦事處：香港中環皇后大道中100號 電話：2599 6111 傳真：2599 6112

社區情



聖誕慈善義賣

去年，法國Marionnaud為聖誕添新意，以馴鹿公仔取代傳統的聖誕玩具熊，並進行義賣籌款。這款馴鹿公仔由著名法國設計師Jean Paul Gaultier特別設計，身穿時尚的紅色蘇格蘭短裙，與二〇〇八至〇九年的冬裝系列互相呼應。馴鹿公仔迅速成為顧客選購的熱門禮品，所籌得的十萬歐元已全數撥捐慈善機構。

Marionnaud

愛在365天

二〇〇八年十二月，由粵語流行曲歌手古巨基設計的可愛卡通人物Kubi現身屈臣氏個人護理店，與米奇老鼠分庭抗禮。

聖誕期間，香港屈臣氏與「善學慈善基金」攜手舉辦「屈臣氏善學生命·新機會」活動，透過出售Kubi與米奇老鼠產品，籌款推廣器官捐贈。

Kubi月曆與米奇老鼠分別以港幣九元九角和六十九元九角的優惠價出售。每售出一隻米奇老鼠，屈臣氏便會捐出港幣五元予「善學慈善基金」，幫助等候器官移植的病人。

在中國，中國屈臣氏於去年十二月分別在北京、上海及廣州舉行記者會，介紹「與屈臣氏一起延展關愛——二〇〇九年月曆義賣日」慈善活動，為改善全國教育發展籌募經費。

Watsons 屈臣氏

婦女新春樂

泰國屈臣氏深明提升婦女社會地位的重要性，最近舉辦新年派對，為當地的慈善團體Association for the Promotion of the Status of Women (APSW)提供經費、禮物和基本用品。屈臣氏又為該基金會的受助婦女及員工舉辦遊戲和康樂活動。



紅十字會玩具熊

「愛心相連大行動」昂然踏入第六年，活動的榮譽大使方力申出席啟動儀式，並主持「家+熊」義賣活動，以籌募善款支持香港紅十字會繼續提供人道服務。百佳超級市場、TASTE、GOURMET、屈臣氏酒窖、豐澤及香港屈臣氏均慷慨解囊，大力支持這項善舉。





你與我與購物袋 一路同行

最香港·少用膠袋!
由5月3日起,我們接近2,000間分店將不會主動派發膠袋,
與你攜手響應綠色生活,由日日自備購物袋做起!
Protect our environment, use fewer plastic bags.
Starting from March 3rd, we together, nearly 2,000 stores,
will not give out plastic bags of our own accord.
Act NOW! Show your support to eco life by BYOB!

贊助商/Supporting Companies:

7-ELEVEN, city'super, fusion, c-mart, great, PARKSHOP, MARKET PLACE, TASTE, ThreeSixty, VinGO, VAO, WATSON

香港零售管理協會
WORLD WILKINSON
零售管理協會

日日無膠袋日

百佳超級市場、TASTE、GREAT、GOURMET、百佳 International、Fusion和香港屈臣氏與其他各大零售商攜手,參與香港零售管理協會(協會)舉辦的「日日無膠袋日」活動。

由今年三月三日起,本港十八個大型零售商合共二千家店舖一起響應「日日無膠袋日」,鼓勵市民進一步減少使用膠袋。協會預期,零售商參與此項計劃可達致減少派發超過四億個膠袋的目標。零售商於二〇〇五年訂立自願減少派發膠袋的目標,當時參與計劃的零售商每年派出八億二千萬個膠袋,減少派發四億個膠袋相等於百分之五十的減幅。



www.greensense.org.hk

PARKSHOP

送給您 也送給地球 一份禮物

支持環保 節省包裝紙

Save The Earth, Use Less Wrapping Paper

顯心意 更環保

新春期間,百佳超級市場和香港屈臣氏參加了由環保觸覺舉辦的「減少賀年花紙」活動,以宣揚簡約包裝和減少回體廢物的訊息。

參與計劃的商店以海報呼籲顧客不要以花紙包裝賀年禮品,並提供心意貼紙代替花紙,以表達祝賀的心意。



環保新包裝

三月份，Kruidvat、Trekpleister及ICI Paris XL引進一款設計獨特的環保紙箱。紙箱由乾草和再造紙板製成，是首次以乾草作為包裝盒的原材料。

這款紙箱將先在物流供應鏈中試用，供荷蘭和比利時的Kruidvat和Trekpleister商店運載睫毛液和唇膏等小巧貨品。這項試驗計劃將每年採用約十萬個環保紙箱，最終目標是在全線物流運作中盡量採用此種紙箱。

屈臣氏保健及美容產品部（比荷盧）行政總裁Gerard van Breen（右）把第一個環保紙箱交到荷蘭環保事務部部長Jacqueline Cramer的手上。



愛社群 展關懷

屈臣氏集團榮獲香港社會服務聯會連續六年評選為「商界展關懷」公司，以表揚集團對香港社會的貢獻。

同獲「商界展關懷」標誌的公司，還有屈臣氏集團母公司和和記黃埔有限公司、長江實業(集團)有限公司及旗下八十五家附屬公司，而長實集團也連續六年成為最多附屬公司獲得此項殊榮的企業。

在長實集團八十五家獲得「商界展關懷」標誌嘉許的附屬公司當中，二十一家同時獲頒「五年Plus商界展關懷」標誌，當中包括屈臣氏集團、豐澤、屈臣氏蒸餾水、百佳超級市場、GREAT及屈臣氏酒窖，而屈臣氏個人護理店、GOURMET、TASTE及香港Nuance-Watson則榮獲「商界展關懷」標誌。





揚愛心 施援手

冬日送暖

屈臣氏集團義工隊深明「施比受更有福」的道理，因此透過一連串慈善活動，將關懷與愛心帶給長者及行動不便的人士。

在去年十一月的寒冬季節，香港員工利用工餘時間編織了三百多塊羊毛頸巾，並聯同食油、白米、藥油、月曆等日用品包裝成福袋，於十二月二十一日及今年一月十七日，派發予不同地區的二千二百多位長者，為他們在寒冬增添一絲暖意。

傷健路路通

你知不知道輪椅使用者如何乘坐巴士？屈臣氏集團義工隊於二月二十八日，聯同香港復康力量舉辦傷健路路通地區檢測，讓參加者學習如何照顧傷健人士，同時學習正確使用輪椅的方法及使用輪椅乘坐各種公共交通工具，以評估無障礙社區的各項設施。





屈臣氏集團
香港學生運動員獎
A.S. Watson Group HK Student Sports Awards
2008 - 2009

體壇明日彗星 共創傳奇一刻

屈臣氏集團與全港市民正準備迎接今年十二月在香港舉行的東亞運動會，而全港共有八百零二家小學、中學和特殊學校則提名在運動方面表現傑出的學生，角逐「屈臣氏集團香港學生運動員獎2008-2009」。參與的學校佔全港中、小學近七成，可見社區已為迎接香港歷史上首次舉辦的大型運動盛事作好準備。

於一月三十日及三十一日，屈臣氏集團為所有獲提名的學生舉辦了領袖訓練工作坊，以激發學生的領袖潛能，並提供一個學習團隊精神的機會。

於二〇〇九年二月十五日，逾二千名校長、老師、家長及親友出席了在伊利莎伯體育館舉行的頒獎典禮，共同見證這群體壇明日彗星的光榮時刻。



我問你答

第76期

答案

1) 一九八一年 2) 二〇〇〇年 3) 一九八七年

問：

- 1) DC在哪一年成為屈臣氏集團的一分子？
- 2) 屈臣氏集團已連續第幾年榮獲「商界展關懷」標誌？
- 3) 在「屈臣氏集團香港學生運動員獎2008-2009」中，共有多少名學生獲獎？



超級大獎 (2)
電子磅及水晶錶

贊助：  International Buying
Shared Buying Services



金獎 (20)
屈臣氏護膚套裝

贊助：  屈臣氏
香港



銀獎 (20)
Andox禮品套裝

贊助：  FORTRESS

員工姓名： _____ (英文) _____ (中文)

公司及部門： _____

地址： _____

員工編號： _____ 聯絡電話： _____ 簽名： _____

A1： _____ A2： _____ A3： _____

超級大獎 (名貴紅酒及配件)

姓名

1. 陳麗麗

公司及部門

上海屈臣氏採購部

金獎 (香檳及香水瓶禮盒)

姓名

1. 鍾志成
2. 吳詠恩
3. 郭寶儀
4. 陳國明
5. 吳安玲
6. 利穎剛
7. 梁美嫦
8. 劉國雄
9. 伍國強
10. 陳寧
11. 梁祥和
12. 曾冰妮
13. 楊淳恩
14. 王長益
15. 羅潤妹
16. Janadel C. Fancobit
17. Irina Fedchenko
18. Budyey Yana
19. Snauwaert Dichele
20. Smulders Sofie

公司及部門

屈臣氏集團資訊科技部
屈臣氏集團總務部
屈臣氏集團FSSC
香港百佳運輸部
香港屈臣氏財務部
豐澤客戶服務部
屈臣氏實業人力資源部
屈臣氏實業運輸部
屈臣氏實業運輸部
廣州屈臣氏食品飲料有限公司財務部
廣州屈臣氏食品飲料有限公司財務部
廣州屈臣氏食品飲料有限公司財務部
台灣屈臣氏財務部
台灣屈臣氏物流中心
澳門屈臣氏店舖
菲律賓屈臣氏市場部
Drogas 愛沙尼亞市場部
DC烏克蘭
ICI Paris XL比利時
Kruidvat比利時

銀獎 (精美旅行證件套)

姓名

1. 梁學文
2. 莊敏儀
3. 張艷珍
4. 紀健文
5. 蕭國政
6. 林鴻偉
7. 利國蓮
8. 黃鳳文
9. 李衛江
10. 倪麗敏
11. 李秀娟
12. 廖佳華
13. Chin Oi-mee
14. Eva Chan
15. Yeong Wai-cheng
16. Ramil G. Santiago
17. Teresa Soriano
18. Michel Hucq
19. Dave Lord
20. Sandrine Fortune

公司及部門

屈臣氏集團資訊科技部
香港零售人力資源部
香港百佳行政部
香港百佳營運部
豐澤客戶服務部
屈臣氏實業總務部
屈臣氏實業業務資訊部
屈臣氏實業業務資訊部
廣州屈臣氏食品飲料有限公司財務部
廣州屈臣氏食品飲料有限公司財務部
台灣屈臣氏人力資源部
台灣屈臣氏人力資源部
馬來西亞屈臣氏財務部
馬來西亞屈臣氏財務部
馬來西亞屈臣氏財務部
菲律賓屈臣氏行政及營運部
菲律賓屈臣氏市場部
Kruidvat比利時
The Perfume Shop
The Perfume Shop

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

或電郵至WatsOn@asw.com.hk

「長江學者獎勵計劃」十周年誌慶

十二月五日，李嘉誠基金會主席李嘉誠先生主持在北京人民大會堂舉行的第十屆「長江學者獎勵計劃」頒獎典禮。出席典禮的嘉賓尚有國務委員劉延東女士、教育部長周濟先生以及教育部多位官員。

「長江學者獎勵計劃」於一九九八年由李嘉誠基金會與國家教育部共同設立，以配合國家推動創新及改革高等教育的迫切需要。

本屆榮獲「長江學者獎勵計劃」的學者共三人。李先生在頒獎典禮上致辭時說：「我們這計劃已實現了對國家、對社會的承諾，它所燃起的巨大改變實在超乎預想，在社會上激發了尊重知識、尊重人才的風氣，鼓勵和開啟了整個學術界的熱情，展現出無盡的光芒。」

李先生又藉此機會表揚為國家作出巨大貢獻的長江學者。

在典禮上，李先生勉勵大家追求「至誠」。他說：「當我們在建立自我成功的同時，永遠不要忘記追求無我，常常抱著為民族和人類作出貢獻的良願，當有能力及有意願對社會竭盡一己之責，我們必能創出希望和有效的變革，打造一個公平、公正、充滿自由動力和快樂和諧的社會。」

自「長江學者獎勵計劃」成立以來，在李嘉誠基金會的支持和內地高等學校的努力下，計劃取得顯著成效，吸引到一批頂尖人才回國從事科研和教學工作。計劃包括特聘教授崗位制度和講座教授崗位制度。目前，全國共有二十四個省的一百一十五所高校聘任了一千三百零八名長江學者。截至去年，共有三十八名長江學者當選中國科學院及中國工程院院士。八十一名長江學者擔任「九七三」計劃首席科學家。他們亦取得卓越的科研成就，不少長江學者榮獲國際學術大獎。



屈臣氏集團

屈臣氏集團起源於一八二八年，時至今日，集團已成為國際性的零售及製造業機構，業務遍佈全球三十四個市場。

集團旗下經營超過八千三百間零售商店，種類包括保健及美容產品、高級香水及化妝品、食品、電子、高級洋酒，及機場零售業務。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。

屈臣氏集團聘用八萬七千名員工，是以香港為基地的國際綜合企業和記黃埔有限公司的成員。和黃集團業務遍及五十四個國家，經營港口及相關服務，地產及酒店，零售，能源、基建、投資及其他，與電訊等五項核心業務業務。

編輯委員會

顧問：黎啟明

主編：倪文玲

委員：

- 集團總部：彭秀群 黃美穎 Clare Forrester
- 保健及美容產品部 (亞洲)：Nuanphan Pat Jayanama 周思敏
涂家輝 Jose Mes Igok Didok
- 高級香水及化妝部 (歐洲)：Zita Tourneur Mat Walburn Lieke de Klein
- 製造部：區勵恆 陳文蓮
- 香港零售：鄧惠儀 游詠琴 張克梅

出版：屈臣氏有限公司

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

© 屈臣氏有限公司 • 版權所有