

# 世界品牌雲集

## 全球供應商研討會

屈臣氏集團舉行歷來最大型的全球供應商研討會，  
與業界一同慶賀成立175周年。





屈臣氏集團與環球保健及美容產品界領袖聚首一堂，共同探討互利策略，拓展未來。

# 來

自世界各地34家供應商超過120位高級行政人員，一同出席是次在港舉行的兩年一度盛事。遠道而來的重量級嘉賓包括：聯合利華、歐萊雅、漢高與寶潔等環球個人護理產品巨擘的總裁、歐洲時尚集團Puig的第三代掌舵人，以及時裝界紅人兼披頭四樂隊主音保羅麥卡尼的女兒Stella McCartney。

屈臣氏集團董事總經理黎啟明與一眾管理層成員，向濟濟一堂的零售翹楚詳述集團的長遠發展願景，希望透過研討會與各長期合作夥伴共創互利策略，共同拓展歐亞數十億人口的零售市場。

作為歐亞最大的保健及美容產品零售商，屈臣氏集團為業界建立一個重要的交流平台，發揮對環球零售業舉足輕重的影響力。研討會由黎啟明揭開序幕，詳盡介紹屈臣氏集團各項嶄新計劃和發展方向。

集團不同地區業務的舵手也逐一分享在各自市場所累積的經驗，闡述集團的發展目標如何令零售業界以至品牌業務踏上成功之路。各地區業務都極具規模並獨當一面，全憑他們的專業和熱誠，各類保健及美容產品均錄得節節上升的銷售額，穩佔環球零售市場領導地位。

「我們決心塑造自己的未來，不讓未來主宰我們。」

屈臣氏集團董事總經理黎啟明



全憑與合作夥伴長久以來建立的緊密關係，屈臣氏集團繼往開來，向175週年的新里程邁進。

黎啟明並在研討會上公佈全新提升顧客參與度的策略「DARE」—代表著「與別不同」(Differentiation)、「隨時隨地」

(Anywhere)、「緊密關係」(Relationship)和「豐富經驗」(Experience)。這個新方向將於零售新世代中，把客戶與零售商和產品的互動提升至更高層次。

屈臣氏集團屹立行業175年，不斷求進求變，勇於接受新挑戰。集團的四個品牌理念：「熱誠」、「團隊合作」、「承諾」與「科學」，更新增了「創新」這新「基因」。

### 龐大規模 靈活應變

黎啟明提倡的發展策略以屈臣氏的龐大規模等既有優勢為基石，認為龐大規模仍無礙集

團靈活應變的能力。他解釋道：「我們的計劃是繼續擴充規模，同時變得更加靈活。我們視每天的挑戰為新的實踐機會，將創意融入企業文化中，使我們的營運更趨靈活。」

出席研討會的主要供應商高級行政人員也認同靈活應變的策略，聯合利華全球首席執行官波爾曼說：「我不知道175年後我們會怎樣，但我希望依然能維持目前與屈臣氏集團富成效、具建設性與互相尊重的合作關係。合作各方當然必須靈活應變，緊貼消費者的需要。」

資生堂社長兼執行董事總裁魚谷雅彥對是次盛會感到非常興奮，他很高興「能參考屈臣氏集團的經驗，做到以客為尊、善用數據、策

略周詳，同時著重營運效率與前線工作」。

### 合作關鍵

發揮創意與善用電子平台，對公司的未來至為重要。黎啟明解釋：「希望你們明白，客戶關係管理是市場推廣的新方向，並非待預算寬裕才做的事，是推廣產品賴以成功的不二法門。」

他期望透過建立合作關係發展這些資產，強調屈臣氏集團與合作夥伴必須「革新營銷手法，將健與美的概念合而為一，方能為不同世代的顧客提供豐富的購物體驗。」

歐萊雅集團與屈臣氏集團的願景不謀而合，其集團主席兼行政總裁安鞏在介紹公司新

架構中提及，在考慮未來發展方向時，「數碼改革是絕對必要的，公司需要全面推行數碼改革」。

對屈臣氏集團而言，創新並非只是願望，其電子商貿平台由eLab驅動，為環球供應商提供了一個實際的合作渠道。eLab不僅是屈臣氏與夥伴聯繫的催化劑，更帶動創新與正面改變。

黎啟明補充道：「eLab旨在建立一個中央平台，為各合作夥伴在數碼項目上提高效率。希望各位能夠提供優質資訊，與eLab通力合作。透過此平台，大家便可與我們的25個市場合作，亞洲地區由香港的eLab統籌，歐洲則由倫敦eLab負責。」

### 永續巨星

業務的可持續發展對屈臣氏集團同樣重要，主理Jean-Paul Gaultier與Carolina Herrera等名牌的歐洲時尚集團Puig，其第三代掌舵人、集團主席兼首席執行官Marc Puig也深明此道。Puig先生表示：「可持續發展的理念不只應用於業務模式，還包括傳承給下一代的一切，我們要確保繼承人會以公司為榮。」

世代相傳的又豈止家族產業，創意基因也有可以不同的形式遺傳下去。設計師Stella

McCartney繼承父親保羅麥卡尼的創意和藝術細胞，時裝業務拓展至77個國家，並開發多元化的時裝系列，涵蓋女士內衣、晚裝以至童裝等不同範疇。

在研討會上，Stella McCartney與屈臣氏集團財務總監希艾倫及一眾嘉賓交流對可持續發展的看法，她說：「顧客越來越看重資源的可持續性，時裝集團或業務越加重視可持續發展、環保和責任等觀念，越能夠獲得顧客的認同。」對她而言，可持續發展等於不採用動物皮革製品，及不選用含有聚氯乙烯的原料，在時裝界實屬罕見。

然而，她並未自滿和鬆懈，認為創意有部分源自內在需求帶動：「你永遠不應安於現狀。」

和Stella McCartney一樣，黎啟明認為應時刻對競爭保持警覺，絕不能固步自封。「未來屬於主動裝備、從不自滿的一群，安份守己難成大器！我們取得成功卻不滿足於此，我們決心塑造自己的未來，不讓未來主宰我們。今天便踏出第一步，未來只會留給坐言起行、勇往直前的人。」

## 「我希望依然能維持目前與屈臣氏集團富成效、具建設性與互相尊重的合作關係。」

聯合利華全球首席執行官波爾曼

Stella McCartney與屈臣氏集團一致認同，業務越加重視可持續發展和企業責任，越能夠獲得顧客的認同。

