



AMOREPACIFIC HONG KONG K Beauty 代表



韓流真的沒法擋！只是短短十年，不論是電視劇、電影、音樂、智能手機或化妝護膚品，全港都充斥着韓國的品牌。能夠令到港人變心，除了產品的品質外，創新會是最大關鍵。AMOREPACIFIC集團是韓國最大的美容化妝品集團，旗下擁有三十四個品牌，不少更是港人熟悉的名字，如LANEIGE及雪花秀。AMOREPACIFIC HONG KONG (APHK) 董事總經理葉豐盈透露，未來三年，會再引入兩個品牌來港，其中一個將於今年面世，讓K Beauty文化更豐富。

►葉豐盈在千禧年時已看到韓式美容的潛力，遂找韓語翻譯幫助，與韓國的化妝品牌洽談，由此打破了過往由歐美日領導的慣性市場。

猶

記得在千禧年，化妝護膚品市場是由歐洲、日本及美國品牌所領導，香港消費者尤其愛用日本產品，對於韓國美容品牌全無認識，但葉豐盈反而覺得當時香港市場沒有韓國護膚品，是值得發展，於是找韓語翻譯致電韓國護膚品牌生產商，尋找合作機會。另一邊廂，AMOREPACIFIC對香港市場仍然「心有不甘」，希望再次拓展，遂給予葉豐盈一次機會，約她來韓國開會。她當年拖了一個大行李，裝滿有關資料，並花了三小時作匯報，AMOREPACIFIC被她誠意打動，終將LANEIGE的香港代理權交給她。這時候，才是真正考驗她的功夫。

翌年即入股

在二〇〇二年，AMOREPACIFIC HONG KONG (APHK) 成立，LANEIGE亦正式在崇光百貨開設首個專櫃，是進駐香港的第一個韓國護膚品牌，亦因此迅即為港人留意，加上產品價格合理，又用上韓星作宣傳，由此將以往屬歐美、日的三足鼎立情況打破，更吸引了新加坡及台灣等地方的邀請，希望獲得AMOREPACIFIC的垂青，能爭到代理權。總公司看到葉豐盈只

是用上一一年時間，便令LANEIGE在東南亞聲名大噪，對APHK更是另眼相看，立即入股。因着LANEIGE的好成績，在二〇〇四年，她再得到雪花秀的代理權，自始雙品牌發展。APHK現於香港及澳門共有三十二間LANEIGE及雪花秀店舖或專櫃。

AMOREPACIFIC集團於一九四五年成立，是韓國最大的美容化妝品集團及藍籌企業，旗下擁有三十四個知名品牌，去年生意額達二百三十六億元，市值超過六百七十億元。集團為提升海外公司的管理效益，在二〇一〇年七月，在香港成立海外控股公司AMOREPACIFIC Global Operations (AGO)，負責統籌包括香港、中國、台灣、日本、美國及法國等十二個國家及地區的海外業務。AGO於今年一月完成增持APHK的交易，持股量由百分之三十增至百分之七十七，令APHK正式成為AGO的附屬公司。

有信心營業額達標

現時韓國化妝品已可以與日本及歐美品牌抗衡，雖然不少韓國品牌陸續登陸香港，但葉豐盈有信心公司會延續每年營業額增長百分之三十以

►因着LANEIGE的好成績，在二〇〇四年再得到雪花秀的代理權，自始雙品牌發展。



上。「母公司實力雄厚，品牌代言人都是韓國最紅之女星，尤其韓劇近年大行其道，就像早前的《來自星星的你》，女主角全智賢用上一枝橙紅色唇膏，劇集播完後，即賣斷市，更有人一次買十枝。」年初至今銷售增長率已經翻倍，同店銷售增長更冠絕全球。去年香港區錄得銷售約六點五億元，按年增長約百分之三十一。「外在因素當然是韓風厲害，另一個原因是韓式化妝品的口碑不斷提升」。

不少女性認為，韓式化妝品定位較年輕、大眾化。港人最重視美白及補濕，LANEIGE由最初推出的護膚產品如睡眠面膜、補濕精華，及後引入的BB Cushion氣墊粉底霜及唇膏等彩粧產品，當中的創新都令女性感到新鮮。「香港人容易接受新事物，而且市場成熟，其消費心態是研發產品的重要啟示。如健康補充品在港有需求，APHK便向總公司反映意見，藉韓國先進美容產品科技，終研發了LANEIGE膠原蛋白補充劑，並於去年底率先在港推出，十分受歡迎。」

做足留客功夫

LANEIGE平均消費單價約八百元，雪花秀

則達二千至三千元。而雪花秀更在二〇〇九年於香港開設全球首間「雪花秀SPA」，兩小時療程收費二千元。今年會在港島開第二間分店，同時計畫增加第三間「雪花秀Facial」。葉豐盈深知吸新客固然重要，但留客的功夫也不可省卻。每次購買是整個配套，店員會跟進顧客需要，給予更多產品資訊。APHK去年與中文大學及IBM合作，詳細檢視、整合及分析客戶資料，更模擬其消費模式，編製個人化的推廣信息及產品，將符合其需要的產品資訊電郵予舊客，半年後品牌與顧客的互動增長逾三成。

為應付未來拓展速度加快，今年APHK將會增加十個銷售點（包括新品牌），由三十三個增加到四十三個；前線銷售人手亦由現時三百人增至年底的四百人。即使零售業前線員工流失率高，APHK亦有解決方法，除以具競爭力的薪酬和福利留住員工，亦為同事提供特別培訓課程。



▲葉豐盈看的，不只是生意和員工，還有員工背後的三百個家庭，除以具競爭力的薪酬和福利留住員工，亦為同事提供特別培訓課程。

▶今年會在港島開第二間雪花秀SPA，同時計畫增加第三間「雪花秀Facial」。

▼AMOREPACIFIC集團是一間宅心仁厚的公司，亦是最早由女性出全高層的韓國公司，非常尊重女性。



葉豐盈看的，不只是生意和員工，還有員工背後的三百個家庭。

「AMOREPACIFIC集團是一間宅心仁厚的公司，是最早由女性出全高層的韓國公司，非常尊重女性，所以在韓國總公司內，會有托兒服務。香港分公司雖然沒有托兒服務，但我們將提供本地家傭服務，讓女性員工不用因為家中女傭請假而留在家中照顧，公司會安排鐘點上門，並且資助員工費用。」公司對同事表現有清晰要求，且論功行賞，每六個月發放花紅；也會讓新同事參與公司的管理層會議，務求集思廣益。但現時有不少專門售賣韓國品牌的水貨店出現，價錢較專門店便宜，而且種類更多。葉豐盈會稱這「Happy problem」，因為品牌多人識，好用，才會有水貨。「公司業務升幅仍然強勁，看不到銷售有所下跌，而專門店的顧客着重的是售後服務及產品保障等，與水貨店客源並不相同。」

