

THL+

2016.9
創刊號

Trusted to deliver good days
信任 來自欣臨的美好生活



卓越NO.1

RICOLA, TWININGS
品牌風雲

創新的電商行銷平台
欣新網 × Google

People
不斷超越 成就完美
專訪五位欣臨人物

回首瞻前 與時俱進 成就卓越欣臨

THL

圖、文／陳雅雯

從 寶寶出生後品嘗的第一口副食品嘉寶；學生時代，每當咳嗽時含著利口樂喉糖的幸福；睡前，媽媽貼心沖泡的香濃阿華田；父親餽贈的生日禮物，裝上勁量電池驚奇奔馳的小火車；假日與三五好友，悠閒啜飲唐寧茶的友誼時光……。走過半個多世紀的歲月，欣臨企業從台灣經濟起飛的年代，到如今民生富足的當下，這些屬於你我與欣臨共同成長的記憶，一直是欣臨最大的成長動力。

一直以來，欣臨企業以「讓每個台灣家庭都能享用到世界最好的產品」為使命，提供消費者最喜愛與信賴的產品，享受健康美食，創造更完美的居家生活。欣臨總經理陳海天憶述著，欣臨企業創辦的初始，即是傳承了父親陳鴻斌對台灣這片土地的關懷。

貿易世家成就百年事業

欣臨企業的前身為中興食品，於1949年由陳鴻斌創辦，其實早至政府遷台之前，陳鴻斌於福建沙縣家族，即是知名進出口貿易商，家裡經營大型紙漿工廠，且與台灣、日本等均有貿易往來，經營內容包括從日本進口精緻餐瓷、從台灣進口蔗糖、從福建出口福衫至台灣...等。

1949年，隨政府搬遷來台後，鑑於當時台灣中醫環境極度缺乏藥材，於是在香港成立分公司，輾轉輸入中藥進口台灣，為迪化街首屈一等的藥材進口商。不僅於此，中興食品代理進口產品，還包括引進白蘭氏雞精、保衛爾牛肉精，以及知名品牌麥片、奶油、

Bringing Back Former Times

Excellence

奶粉，甚至創立自己的奶粉品牌。此外，更成立青果合作社，將台灣的柑橘、柳丁等水果，出口至香港、新加坡...等東南亞國家，其超能卓越的貿易產能，成為當年台灣躍進經濟起飛年代的重要磐石。

陳海天回憶父親陳鴻斌的創業精神：「我從小就跟著父親學習，等自己開始做事時，很多理念都影響了我。父親給我最好的一句話就是：『當樹上的小鳥掉一根羽毛，你就要知道這小鳥發生什麼事！』牠是天氣熱、是換毛？還是生病了？」。細心、勤奮、用心，具備敏銳觀察力、能洞察真相與因果，正是他傳承自父親對於經營欣臨企業最大資產。

永續傳承的卓越企業精神

欣臨的名字的誕生，也蘊含著父子傳承的人文精神。陳海天說：「1974虎年那年，我父親看了一幅對聯，『虎年欣臨迎新月；鴻年天啟繪早春』，對聯上有著我們父子的名字，即取其欣臨之意而名。」從第一代的中興食品到第二代的欣臨企業至今，延續戮力踏實的卓越經營理念，到了第三代副總經理陳德仁，因應數位時代消費的脈動，創辦了台灣首家唯一專注於網路銷售的商品代理商「欣新網」，其亮眼倍增的績效表現，也讓陳海天大為讚許。

「以做生意來說，就是要跟著時代的腳步，要不斷地創新！」，陳海天回憶最早他所使用手機，是司機必須幫他背一個十幾公斤主機到處跑，而今日的手機，已是握了一整個世界在掌心了。「這世界變化的速度很快，我們都必須加緊腳步跟上變化。產品行銷也必須不斷地有新的思維與變化！」，更是他常對員工的殷切勉勵。

昔日中興食品年代位於基隆義一路14號的古典

老宅建築，為當年基隆地區的地標建築之一，如今已變身為文創咖啡館品味時光場域，欣臨也在消費者與國外品牌的信賴中，成為成功卓越企業的翹楚，欣臨每一階段的時光，都展現了與時俱進的卓越成果。走過豐華歷史歲月傳奇，欣臨企業將持續創造更多的美好，與你我相伴！■



欣臨總經理陳海天





September, 2016

封面說明：THL + 創刊號，由欣臨同仁照片組合的核心圖，凝聚出欣臨團隊的卓越與展望，外圍輔以蜂巢型低調線條，強調身為代理商的欣臨企業，不斷展現出團結效率及卓越綜效成果。

C O N T E N T S

04 Excellence
回首瞻前 與時俱進 成就卓越欣臨

06 Brand History

08 THL News

10 Focus
欣臨 THL 卓越的成功要素

18 People
不斷超越 成就完美 專訪五位欣臨人物

24 Brand Story
利口樂 滋潤你我的人生

26 Brand Story
唐寧茶 奢華精品饗宴

28 Trend
欣新網 創新的電商行銷

總經理 | 陳海天 David HT Chen
副總經理兼發行人 | 陳德仁 Terence Chen
編輯企劃 | 行銷經理 劉丹筠 Jill Liu

發行所 | 欣臨企業股份有限公司
地址 | 104 台北市南京東路三段 70 號 4 樓
電話：02-2506-7777
網址：www.thl.com.tw

企劃製作
製作統籌：陳瑋瑀 Cyan Chen
執行主編：陳雅雯 Kika Chen
美術設計：何雅娟、王培玲

分色印製
樺舍印前事業股份有限公司
11052 台北市信義區基隆路二段 51 號 15 樓
電話：02-2732-8899

本刊圖文未經同意不得轉載和複製。



尋找頂級美味秘訣
就在主廚們的餐桌上

DISCOVERING
THE SECRETS
OF THE BEST CHEFS
IS NOT SO DIFFICULT.
JUST TAKE A SEAT
AT THEIR TABLE.



THE FINE DINING WATERS



THL企業歷史 就是每個台灣家庭生活的演進史



圖、文／編輯部



TABASCO 峇里島會議 五感火辣之夜

美國知名調味料品牌 TABASCO 於 2016 年 5 月 25 日至 28 日召開亞洲區會議，地點選在度假勝地峇里島的保護神廣場 Wisnu Plaza，會議由 TABASCO 第七代傳人總裁董事會主席 Tony Simmons 主持，欣臨企業副總經理陳德仁與夫人連袂出席參與這場盛會。成立於 1868 年的 TABASCO 辣椒醬，是風靡世界的知名辣醬，於今年 5 月委由欣臨企業代理進口。為期三天的會議舉辦了「豐收派對」及「味覺實驗室」兩場主題晚宴，透過豐收派對及味覺實驗的試吃品嚐及知性遊戲活動，搭配精緻的料理與動人音樂，完整呈現出 TABASCO 多層次火辣五感味覺。



嬌聯日本總社長高原豪久 拜訪欣新網總部

因應電子商務的蓬勃發展與快速成長，品牌對於電商的投資與重視程度也日益增加。嬌聯日本總社長高原豪久於 2016 年 4 月初訪台，並親自拜訪欣新網總部，針對過去一年將近兩倍成長的業績進行交流討論與分享，並且對於未來獨規商品、行銷資源的串聯，以及廣告資源的導流及整合，訂立未來的期望與發展。目前也已首次將嬌聯行銷部門加入會議，雙方交流互動更為深入，期望帶動品牌形象與業績的穩固成長！



2016 世界廚王台北爭霸賽 御用指定李錦記醬料

由台北市餐飲業職業工會主辦的 2016 世界廚王台北爭霸賽，於 2016 年 6 月 11 日至 16 日在台北正式展開，來自世界各地的中餐界領袖及各地名廚等近 20 個餐飲單位齊聚台灣，為中餐廚藝界打造一個優良的國際交流平台，李錦記為本屆賽事指定醬料供應商，為來自全球的參賽者提供最高質醬料。成立於 1988 年的李錦記，至今已有逾 220 種產品，並曾多次參與世界廚藝競賽、各大博覽會。16 日在陽明山中山樓舉辦的頒獎晚會，由李錦記原廠台灣顧問陳可邦、鍾佳凌，協同欣臨的同仁夥伴們一起出席，現場並設有李錦記展示專區，透過詳盡的產品陳列介紹，完整傳遞了李錦記全系列產品精神。



欣新網跨足寵物產業

欣新網自 2016 年 5 月起，正式跨足寵物產業！此次與嬌聯的合作，將原先的嬰兒紙尿褲、衛生棉及成人紙尿褲，擴展到寵物用品，開始銷售嬌聯消臭大師系列商品。同時，也與美商瑪氏簽訂合作合約，於 9 月份開始銷售美商瑪氏集團下的西莎、偉嘉等人氣商品。7 月 22 日並舉辦「一日的寵物日」活動，讓大家帶自己的寵物陪同自己上班一天，當日的下午還舉辦了瑪氏寵物食品的產品教育訓練，除了深度介紹系列商品，瑪氏也帶來了豐富的寵物產品，當天的毛孩子們都吃得亦樂乎，為合作展開了愉快的開端。

荷蘭皇家菲仕蘭總部參訪

應荷蘭皇家菲仕蘭之邀，欣臨企業於 2016 年 5 月 23 日至 29 日前往荷蘭阿姆斯特丹總部參訪，參觀了位於阿姆斯特丹的大型牧場及位於比利時布魯塞爾保久乳工廠，深度觀察皇家菲仕蘭牛乳健康的生態環境及優質的生產線。在皇家菲仕蘭，每個牧場主人都是股東，用優於市場的收價購置生乳，訂定牛隻飼養規範，鼓勵酪農多讓乳牛們多去散散步吃吃草，定期有獸醫巡查檢疫，盡最大的能力提供乳牛一個健康舒適的生活環境，同時倡導友善環境與重視生態保護，在菲仕蘭的專業管理下與酪農們高度配合度中，才能不斷生產高優質的牛奶。



Maybelline 媚比琳與 Durex 杜蕾斯 成立網路官方旗艦店

隨著品牌電商趨勢的興起，越來越多品牌成立專屬網路官方旗艦店。欣新網除了既有的滿意寶寶 Mamypoko、英國唐寧茶 Twinings 外，2016 年 3 月正式與台灣萊雅開啟合作，於 8 月成立 Maybelline 媚比琳官方旗艦店，運用近期的彩妝潮流，推動多款媚比琳熱門上市的新品。此外，世界第一保險套品牌的 Durex 杜蕾斯，也在 8 月加入成立官方旗艦店行列，希望以直接面對消費者的溝通互動，將品牌的經營與業績更上一層樓！■

Key to Excellence and Success



欣臨 THL 卓越的成功要素

國內知名代理商的欣臨企業股份有限公司，深耕台灣市場已逾一甲子，從當年資本額僅百萬元、員工數不到十人，至今成長至營業額數十億元、員工數超過 300 人的企業。欣臨的持續茁壯與成功關鍵，在於人才、多元化通路及來自全球各大原廠的肯定及口碑，打造了日益卓越的欣臨。

Well-known agency Taiwan Hsin Lin Enterprise Co., Ltd. (THL) has been cultivating itself in Taiwan for 6 decades. Its key to success lies in talented employees, diversified channels, the recognition of the manufacturers, and word-of-mouth recognition.

文/黃楷 攝影/ Eric Jan 圖/欣臨

欣臨 THL 代理的產品來自全世界最優質品牌



從 1949 年就投入代理市場的欣臨企業，在創辦人身兼總經理陳海天秉持「用產品的行銷來改變」的經營理念下，公司年年成長，且近五年來營收與獲利，每年都有 20% 的成長動能，代理品牌已超過 60 多項，已是國內最具規模且深具國際化的專業代理商。

「我們能夠在 2014 年、2015 年獲利屢創新高紀錄，而今年（2016 年）依舊保有續創新高的能力，其核心競爭力，在於我們有最具效率的經營團隊、多元化銷售通路（橫跨 B2B 及 B2C）及供應鏈（含物流）、資訊透明度等三項優勢。」欣臨企業副總經理陳德仁說道。

這三項優勢不僅創造每年成長；也是欣臨與其他代理商的最大差別；更是贏得國外原廠信賴的利基點。



THL started as an agency in 1949. Since then, THL has been growing every year. In the past 5 years, THL boasts a growth dynamic of 20%. THL now represents more than 60 brands and is the biggest and most globalized professional agency.

As an agency of foreign manufacturers, THL provides more services than the manufacturers and has higher goals. Vice President Terence Chen of THL confidently says, "We are not intending to be the biggest agency but the best, most efficient agency platform with the most synergies."

多元通路 創造三贏局面

做為國外原廠在台灣的代理商，欣臨提供的服務，永遠比原廠還多、目標也更高，陳德仁副總自信的說：「我們不是要作最大的代理商，而是作最好、最有效率、最具綜效的代理平台。」

總經理陳海天是位注重細節、講求效率、把關嚴謹的企業家，面對員工時總是充滿工作熱忱，他常以「如果我們不能改變產品，我們就用產品的行銷來改變！」來激勵員工創造積極動能。

欣臨企業內部的積極動能，更展現在通路銷售優勢上，除了消費者可直接在各賣場或超商選購的零售通路，欣臨的另一項特點就是 B2B 的通路，透過「多元化的通路效益」，創造原廠、欣臨及消費者三贏局面。

目前欣臨多元化通路涵蓋零售通路的賣場、網路電子商務、餐飲、美髮、自動販賣機等，陳德仁副總說，今年對欣臨而言，餐飲與美髮通路是積極拓展的通路之一，藉由我們專業團隊把代理商品，打進國內餐飲、美髮等通路，讓全球最好的產品能讓國內民眾可享受到。

美商金寶湯台灣分公司業務總監江順隆說，從



Diversified Channels

Lead to Win-Win-Win Situations

2006 年與欣臨合作至今，最令人感動的是，欣臨團隊的專業以及他們許下的承諾。欣臨所做的不只是代理商而已，更是遠高於我們原廠的目標。

除了多元化通路外，欣臨能夠贏得海外原廠肯定的祕密關鍵，就是「資訊透明度」。陳德仁副總說，從產品售價的定價策略、欣臨賺取的獲利預估、供應鏈的物流成本等，均是國外原廠能一目了然，而這也是欣臨成為一家本土且又兼具國際化公司的原因。

THL proved its active internal dynamic with its advantages on the sales performance of its channels. Consumers can shop for their products in malls and supermarkets. On the other hand,

THL boasts another feature- its B2B channels. THL creates a win-win-win situation for manufactures, THL and consumers, through the "diversified channel effect".

In addition to diversified channels, THL has another secret to win recognition from foreign manufacturers, which is its "information transparency". Foreign manufacturers have access to the information on the pricing strategies of the products, estimated revenues earned by THL, logistic costs of the supply chain, etc.

**Providing
the Best Product
to Consumers**



商品綜效 提供給消費者最好產品

欣臨企業代理的產品已經多達六十多項，產品線包含食品、糖果、沖調飲品、日常用品、專業沙龍等，而欣臨又是如何挑選出這些商品？

陳德仁副總表示，如果消費者選購的商品價格，是比起原廠售價更貴，就不是欣臨當初代理的初衷，「我們是要提供給消費者最好產品」，他進一步說，「其實我們每年剔除的商品項目，遠超過我們爭取代理的。」凡是不夠好、對國內業者和民眾沒有獨特性的商品，我們就不會考慮。

陳德仁副總舉例，來自英國的唐寧茶一直是全球知名而且是高端產品的茶品牌，因此欣臨爭取引進國內；又如我們接洽七年、於今年取得代理的辣椒醬 Tabasco，儘管在台市占率還不大，但瞭解這家公司製作每一瓶辣椒醬的過程與用心，是國內現有產品所沒有，如此深具獨特性的產品，就值得引進給國內的消費者，也能推進國內餐飲業。

今年已合作的香港李錦記、來自荷蘭的皇家菲仕蘭等產品，也將有不同於以往的合作模式。此外，欣臨代理的商品也講究整體綜效，舉例來說，若已有代理的糖果商品，就能夠搭配餅乾，因為這兩類商品在銷售通路上可以相互搭配，在賣場上可一同銷售。

THL represents more than 60 brands. The product lines include food, confectionery, beverage, consumer goods, professional salons, etc. Vice President Terence Chen says, "We aim at providing the best products to consumers." For example, with Twinings Tea from the UK, Tabasco sauce from the US, Lee Kum Kee from Hong Kong, Royal Friesland from the Netherlands, etc., THL has created unprecedented synergies.



**Develop Talents and Share
Company's Results**

培育人才 分享公司經營成果

欣臨能夠在台灣屹立超過 67 年，陳德仁副總驕傲的說，專業又深具熱情的員工，是不可或缺的要件。目前欣臨規劃，讓一級的主管有機會成為股東同時也分享公司成長果實，為公司未來發展持續做出貢獻，是公司留才、惜才與愛才的目標。公司要能持續擴大，健全良善的人才制度是核心競爭力之一，讓優秀的同事能有機會在更好舞台發揮，創造出更卓越表現，更是欣臨能夠成為最具效率、專業的代理商的關鍵元素。

THL has been in Taiwan for more than 67 years. Professional and passionate employees are essential. In order for the company to expand, a proper human resources mechanism is one of the keys to higher competitiveness. THL encourages its employees to start their own businesses within THL, so that they can have a better stage to showcase their talents and be successful and excellent. This is also the contributing factor to THL's success at being the most efficient and most professional agency. ■

合作夥伴談卓越欣臨 Interviewing Partners on THL's Excellence

英聯食品 Associated British Foods plc 業務副總監 鄭文傑 Jacky Cheng

欣臨企業在了解市場脈動、產品策略規劃及通路佈線等方面，都思考並執行得非常周全，這些都是國外原廠品牌非常仰賴的卓越特質。我們英聯食品的唐寧茶或阿華田這些國際大品牌，在每個國家都有不同的消費者特色，透過欣臨對台灣消費者的瞭解與掌握，我們雙方一起愉快合作、異中求同，將國外品牌的策略方針，成功導入台灣市場，並融合在地消費屬性特色，尋求創造出品牌在台灣的美好成績，共同享受成果。

THL understands well and has thorough planning on market trends, product strategy and channel strategies, etc. With the knowledge of local consumer behavior, THL has presented excellent sales performance including in the cases of representing Twinings Tea, Ovaltine, and other international brands.



Yahoo 台灣及香港電子商務事業群 副總裁 王志仁 Jacky Wang

欣臨，是一個面對數位時代，快速蛻變的企業。卓越企業的特質，就是要跟得上市場脈動，能隨時代而進步的能力，簡單地說就是需具備變形蟲能力，能因應商業市場變化而加速改變。欣臨就是擁有這樣的卓越能力，儘管它擁有六十年的歷史，但在經營做法及視野，卻不會侷限於過往傳統，副總 Terence 更是一位眼光很寬、很積極佈局的主事者，欣臨的各項創新做法，如欣新網的成立與倍速成長的營業佳績，都展現了欣臨在數位時代裡，快速蛻變，與時俱進的最佳能力。

THL is a fast-changing company in the digital era. Vice President Terence is a far-sighted and active man in charge. The establishment of Hsin Hsin Galaxy and its excellent sales performance proved that THL has the ability to keep track of the trends.

Campbell's 美商金寶湯台灣分公司 業務總監 江順隆 Scott Chiang

談起與欣臨的合作的經驗，首要是彼此雙方承諾，過去我們也曾與台灣其他代理公司合作過，但因表現不如預期，因此改與欣臨合作。我們從 2006 年合作至今，欣臨提供的服務早已超過代理商的角色，而是與我們一同打拚的夥伴，近三年的銷售業績，每年成長四成以上，若單看網路業績更是成長三倍以上，遠超過我們的目標。其次，欣臨的資訊非常透明，這也是所有國際公司最重視的一環，而欣臨的資訊透明，也贏來所有合作對象的高度信任，也減少彼此隔閡。

We started working with THL since 2006. For us, THL provides so many services that THL is something more than just an agency. During the past 3 years, THL had a growth rate of 40% each year, far more than our goal. In addition, THL has great information transparency. This is why THL is highly trusted by its partners.



聖沛黎洛氣泡礦泉水 San Pellegrino 區域銷售經理 Mitch Walles

以我的經驗觀察，在討論企業的事業績效，最重要的成功關鍵就是團隊，一個優秀和熱情的團隊，可以完全專注於工作目標上，而一個具有完善的工作流程及相對應完整組織的企業，就能完美成就出一個優異的團隊，展現出該企業的卓越績效並滿足不同客戶的需求。我對欣臨的專業表現，印象就是如此深刻，不論從上到下的員工，概念策略或執行細節上，欣臨都一直在創造各種層面的綜效佳績，這團隊早已超越我們的期待了！包括 San Pellegrino 與名廚 Tim Bulter 合作，或是印上 Vogue 的專屬瓶身標籤等，這些創意策略都讓我們驚豔連連！

THL has the best team. Every single element, from talented employees, strategic concept and executive details, is transcending. For example, the creative ideas like the cooperation between San Pellegrino and well-known chef, Tim Bulter, and the exclusive bottle label that read "Vogue" are far beyond our expectation.

100% 純天然 Natural

美國No.1 不含雜質 無添加劑或防腐劑





Keep Transcending

Achieve Excellence

不斷超越 成就完美

專訪五位欣臨人物

價值是人的努力與智慧創造出來的！

欣臨近年來隨著業務範圍拓增，業務量也逐年成長。成功是團隊和服務

所造就而成，我們邀請了五位欣臨各部門高階主管，分享其在工作領域上的

專業知識及協助員工發揮潛能，展現自身最佳實力。

文／林蔚文 攝影／曾懷慧

餐飲業務部處長 詹前蘆 First 用心 看準趨勢

在欣臨待將近 19 年的餐飲業務部處長詹前蘆，歷經了量販、百貨公司等零售通路的經驗，他認為自己很幸運，可以參與欣臨發展的每一個階段，讓他不斷成長。

在欣臨這麼長久的時間以來，詹前蘆認為「心態」是最大的挑戰，在面對不同的工作內容時，必須馬上調整自己的心態，去面對問題。「欣臨最大的優勢，就是創造一個銷售平台，提供客戶一個 Total Solution，讓客戶一次購足。」從零售轉為現在經營的餐飲通路，詹前蘆說，任何的成功，一定是團隊的力量才能達成。現在他最主要的工作，就是發揮團隊的潛能，達到目標。尤其如何經營人才，是最重要的任務，主管不僅要讓重要的人才有歸屬感、也要有成就感，給屬下成長及發展的機會，這樣同仁才有向心力，一同達到目標。

樂觀的詹前蘆，對於失敗與挫折，有獨到且正面的看法，「每一次的失敗，就多一次成功的機會」如何從失敗中汲取經驗，做為下一次成功的動能。2 年前

每一次的失敗，就多一次成功的機會。
重視團隊、珍惜人才，才能有不斷的成功！

「進口豬油事件」，因為必須搶時效，沒有進一步去評析進口豬口的特性、與國人豬油的使用習慣與偏好，導致公司蒙受損失。經過這件事情，讓他了解到，雖然掌握時效很重要，但仍然必須要有執行力及市場觀察的細膩度，不論是市場、消費者及產品上的評估與觀察，都需要更全面的細膩評估。

詹前蘆說，每一個商品的經營成功，都是從無到有，一點一滴的經營。很多年前，公司就看準了泡沫紅茶店的趨勢，積極將「阿華田」產品運作至茶飲通路，如今，在國內的茶飲料市場中，市佔率都有很好的成績，而這些成功，詹前蘆歸功於團隊的功勞，只有重視團隊、珍惜人才，才能有不斷的成功。





困難一直都有，永遠要用最正面的態度接受挑戰，
也許會有捷徑，但也可能是加速失敗的路，
唯有踏實、正面以對，才能不斷成長。

企劃部經理 蔡玓佩 Nelly 接受挑戰 發揮最大潛能

小小一顆糖果，帶給大人小孩繽紛甜蜜的幸福感，但糖果市場的競爭也相對激烈。蔡玓佩經理從一開始接下偉特糖品牌經理開始，至今在欣臨待了6年左右，看著手上的品牌成長，從市佔率不大到占有一席之地，也進了美式大型連鎖賣場，更讓原廠願意開始在台灣有媒體投資，這是她最有成就感的時候。

當然也有達不到目標的景況發生，蔡玓佩認為不需因此慌了手腳，「困難隨時都有，永遠要用最正面的態度接受挑戰」。而溝通，是最好的方法之一，當大家都盡力後，但仍有未令人滿意的結果時，必須要跟原廠溝通。蔡玓佩說，準備充足的資料，像是產品在台灣遇到的問題有哪些？競品分析、市場變化及困難點等等，「與原廠溝通是最挑戰的地方，代理商與原廠之間的關係，是很重要的」。

進口糖果由於關稅的關係，與台灣本地的糖果會有一段價格的落差，台灣近幾年來由於經濟並未成長，民眾買糖的預算也沒有增加，在眾多的相同商品中，如何讓民眾加深印象，或是創造產品獨特的價值，在糖果部來說，同樣是一件非常重要的事。

在欣臨，擁有全世界最優秀的品牌，蔡玓佩說可以在這裡，了解到不同國家、不同的企業、背景、與人等做生意的方式、操作品牌的方式，打開自己的眼界，讓自己不斷的成長。公司也給予員工不斷成長的空間，讓員工接受各種挑戰，面對困難，她不但正面接受，而且認為沒有捷徑，就是要踏實、正面以對！

企劃部經理 謝宗翰 Vincent 認真與熱情看待工作

「讓消費者享用到世界最好的產品」是欣臨堅持的信念，因此對待每一個手上的品牌，企劃部謝宗翰經理始終以認真的態度，謹慎看待代理的每一個品牌！他說，每一樣代理的產品，都是欣臨的寶貝，如何幫品牌創造獨一無二的價值，讓產品在市場發光，是他在每一項執行企劃中的責任。他舉了一個例子，公司先前代理「水」產品，由於水質及其他的因素，導致市場價格混亂，通路採購的意願不高，在等待對方回覆的過程中，謝經理覺得，與其漫無目的等待，不如採取主動出擊，因此他先向國外廠商要了佐證資料，並向客戶提案，說服客戶以PET 塑膠瓶取代玻璃瓶包裝，最後客戶接受、也獲得市場支持。

在瞬息萬變的商業市場，如何在時效與審慎評估取得平衡，謝經理認為這是企劃工作最大的挑戰，因此，讓自己多方涉獵各領域的知識，每個商品的背後就是一個產業，必須在最短時間內，了解該產業的背景、供應生產、市場狀況及產品競爭優勢等資訊，才有做出最有效、最精準的決策判斷。

部門主要負責餐飲食品領域，除了專業領域的知識，「最好要有一點『吃』的品味，對食物要有熱情！」謝經理說，有熱情，就能品嚐食品背後的故事、感受溫度，有完美的企劃，才能讓產品為消費者接受。

每一項產品都是經過公司嚴選出來、
都是公司的寶貝，只有認真看待，才能感受
產品背後的故事，將產品完美行銷給消費者！





跟你工作的不見得是好兄弟，
能夠與你度過困難的才是真正的好兄弟！
主管要成功，部門同仁團隊精神最重要。

FMCG 業務部處長 馮為城 Fred 解決問題 締造雙贏

在欣臨 18 年的 FMCG 業務部處長馮為城，是僅次於詹處長第二資深的員工，2011 年接下由食品、用品及糖果三部門合起來的業務團隊至今，馮為城認為這一切都是團隊裡的重要幹部留在身邊協助，讓部門能穩定成長、茁壯。

目前部門手上有 20 多個原廠的客戶，每一個品牌屬性、分佈、市場、業務及目標也都不同，要滿足每個客戶的期許與預設目標，這是一件很困難的事，也是業務部同仁最大的挑戰。

馮為城說，在欣臨最大的優勢是品牌多，用這樣的優勢來整合品牌，讓業務執行可以更好，欣臨的業務團隊在經營通路，是以用心照顧到客戶的需求，從產品建議、物流配送，乃至行銷活動等方面，都抱持專業與熱情來面對客戶，為客戶帶來銷售上的最大利基。當然，業務不可能永遠常勝，但在達到目標前，都會有過程，他要求自己與同仁在每一項執行的過程中，有沒有盡力。

業務同仁面對不同客戶、且每天要處理的問題複雜且龐大，因此必須具備溝通及解決問題的能力。當然一定得具備積極性，才能即時的解決客戶的問題。平常跟屬下以兄弟相稱的馮為城，把功勞都歸於部門同仁，他認為帶主管要成功，團隊很重要，對屬下要給予成長及發揮的機會，對待同仁的態度必須對事不對人，才能帶心，共同為目標奮鬥！

行銷經理 劉丹筠 Jill 尊重與用心 共同達標

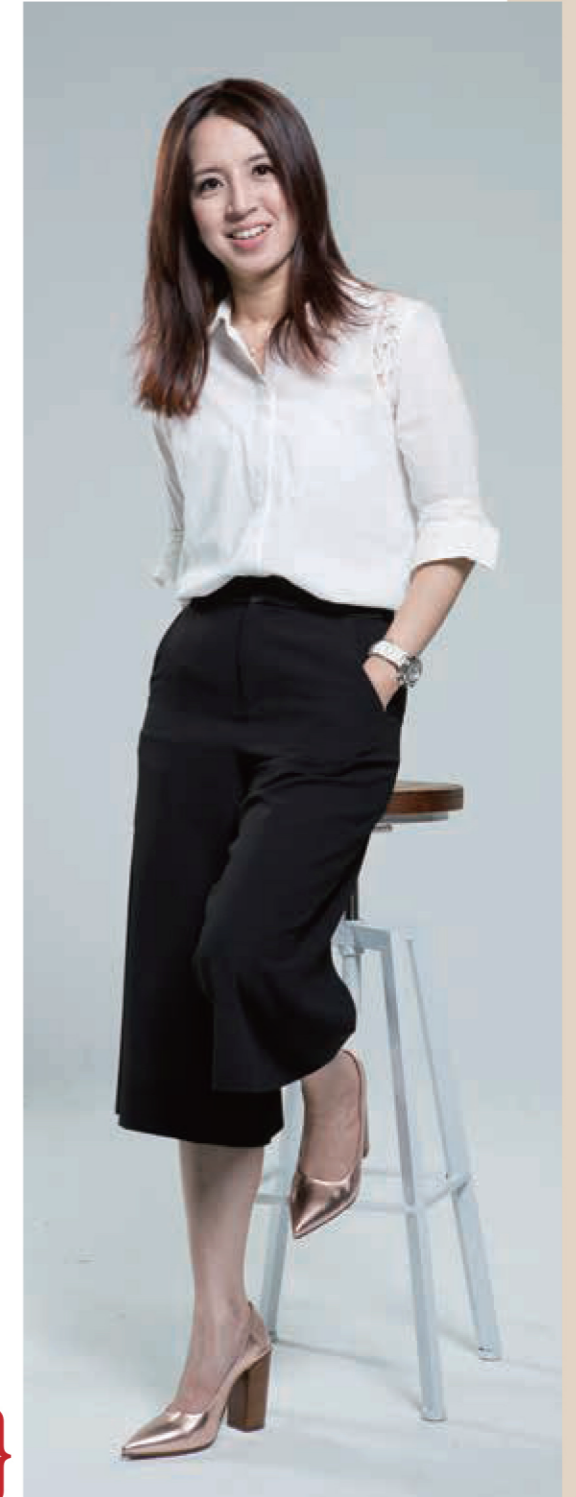
先前在欣臨曾接觸過美容美髮市場的行銷經理劉丹筠，一年多前再回來接手快速消費品大品牌勁量電池，一開始副總陳德仁有些方向上的建議，但她也有自己的想法，她決定先照老闆方向走，經過這段時間，她覺得這樣是對的，而且也能了解執行策略背後的意義，「在一家公司，能夠有一位老闆在很尊重員工的情況下，給你方向，讓你去試、給你時間再去驗證，在欣臨，就是能有這樣的空間」。

由於自己有業務及行銷的職務經驗，劉丹筠在與業務部門溝通時，也會試著站在對方的立場想。她認為，同仁都有一致的目標與商業考量，將雙方期望值取得平衡以達成目標，就能創造卓越的績效，「我們對外至採購或通路商開會時，都是市場行銷部與業務部同仁一起去，如此一來，在與客戶溝通或通路全盤規劃上，回應速度就會很快。行銷與業務都緊密合作，與客戶的溝通效率高，就是專業特質。」她說。

劉丹筠也認為，代理商是個很細節的行業，必須了解所有工作環節，以確保能萬無一失，「隨時觀察市場脈動，經常走動拜訪通路客戶，了解台灣消費者的需求，更是重要功課。我們比品牌更了解台灣市場！」。以施華蔻專業沙龍髮品行銷為例，她觀察到台灣消費者對職人體驗行銷信任度，因此找來了一千位沙龍設計師使用產品做見證，並於雜誌媒體露出以宣傳造型產品「蓬蓬粉」，掀起熱銷旋風。

劉丹筠說，近幾年來隨著欣臨業務量拓展及不斷成長，老闆也很珍惜員工對企業的努力，欣臨絕對是員工展現實力的絕佳舞台。■

部門間用心的溝通，取得雙方最佳的期望值與平衡，就能共同達成一致的目標。



Ricola 利口樂之窗 75 周年特展，透過直接與台灣的消費者體驗溝通，成功達成品牌精神行銷。



Ricola

Luscious Treat for You and Me

利口樂 滋潤你我的人生

有稜有角的外型、溫潤色澤透著光芒，伴隨入口後，在舌尖漫出的草本芬芳。來自瑞士的利口樂，由欣臨代理於 1970 年代引進台灣，滋潤你我的人生 42 年！

文／莊羽芝 圖／利口樂、欣臨

可別小看這一顆小小的利口樂草本喉糖，它在瑞士城市勞芬的一間小小烘焙坊誕生，由艾米爾·利特里克（Emil Richterlich）先生，憑著獨一無二的 13 種草本混合配方，這顆草本潤喉糖逐步成功在世界打響名號。

好的產品、加上親切誠懇的行銷手法，套上公式就會等於良好的銷售數字，當時利特里克每天早晨騎著腳踏車或老舊汽車，親自與老顧客和潛力顧客交流。稟持這樣的精神，一直到 1967 年時，利口樂草本喉糖廠房規模已逐漸擴大，並開始行銷至全球各地。

時至今日，利口樂的足跡已遍及全球，在台灣更是大大小小的通路都可見到，成為台灣前三大喉糖品牌之一。

台灣 最美好的相遇

當利口樂遇上欣臨企業，註定譜出一段動人的章節。

欣臨企業在 1970 年代引進 Ricola 瑞士利口樂喉糖，並取得獨家代理在台販售，也開啟了台灣人對於「喉糖」的新認知，不再只是潤喉的作用，而是有著國際品牌的形象、嚴格控管的品質，更重要的是，滿足消費者更高層次的生活享受。

欣臨企業代理 Ricola 利口樂品牌 42 年，慢慢將其建立為台灣喉糖的大品牌，從便利商店到量販店，都可見其蹤影，一點一滴地融入台灣人的生活日常。如今利口樂已成為台灣前三大喉糖品牌，人人都享受多重的草本芬芳在口中綻放的清新感受，就這樣，融合 13 種香草草本的利口樂潤喉糖，衝擊著台灣人的味蕾、也擷獲了台灣民眾的心。

這期間，欣臨在產品形象經營與行銷市場上，更是不遺餘力的積極拓展，2015 年在台灣舉辦的一系列 Ricola 利口樂 75 周年慶祝活動，從網路行銷活動、Ricola 利口樂之窗特展、大型金色



1. 利口樂與欣臨企業的合作，再次豐富了台灣人的生活享受。
2. 利特里克先生在 1940 年成功發明了 13 種草本混合配方的潤喉糖，讓更多人得以加入這趟神奇的味蕾之旅。

罐子裝置展示，均完整呈現出對產品製造的完美與用心。

利口樂 75 周年特展 成功體驗行銷

其中，於 2015 年 10 月 31 到 11 月 8 日在台北誠品敦南店的誠品藝文空間舉辦的「Ricola 利口樂之窗 75 周年特展—糖果紙裡的草本新世界」，就是完美成功的體驗行銷案例。此次特展規

劃以利口樂之窗為概念，詳盡展示利口樂的創始緣由、發展歷史、產品精神，並完整介紹了 13 種經典草本神奇配方，甚至將草本植物搬到展覽空間裡，透過生動的解說與介紹，讓民眾可親自觸摸、嗅聞草本植物的芬芳，最後還可互動參與，寫下心得以分享自己的「利口樂時光」。

利口樂產品經理陳德立表示：「透過如此直接互動的體驗行銷，更能貼近台灣消費者對產品的選購喜好及需求，有助對台灣市場的脈動規劃與銷售，這對品牌與代理商雙方都有很大的實質助益。」

利口樂邁向 75 周年，這段日子以來，利口樂的口味、外觀始終如一，不同的是，它走入愈來愈多人的生活、記憶；未來，也將繼續陪伴你我左右，一起利口樂、樂生活。■

上：參觀 Ricola 利口樂之窗 75 周年特展的小朋友，神情專注地觀看展示品。
中：展覽空間內展示的草本植物，在產品行銷同時更具自然教育意義。
下：利口樂草本喉糖混合 13 種天然草本配方，帶來最清新的潤喉體驗。



在華山文創園區內打造的唐寧遊藝茶館，將藝術與品茶完美結合，邀請消費者共享一場歡愉的茶派對。



Twinnings

Extravagance and Luxury

唐寧茶 奢華精品饗宴

唐寧茶（TWININGS），身為引領全球茶飲文化潮流的精品茶葉，透過欣臨企業與唐寧茶原廠合作的精品化風格行銷，在台灣銷售市場上，成功演繹出一場奢華與品味的完美饗宴。

文／莊羽芝 圖／唐寧茶、欣臨

陽光灑落的午後，一杯香氣四溢的英式午茶、佐上幾片手工餅乾，心情自然放鬆慵懶了起來，唐寧茶不但是英國皇室專屬的經典茶品，更是消費者品牌偏好度最高的西洋茶品牌。

從 1706 年由湯瑪士·唐寧（Thomas Twining）創辦至今，由於品質優良、茶韻飄香，不但贏得雅士們的推崇，更獲得維多利亞女王授予唐寧皇家御用茶稱號，憑藉著優秀品質與卓越口味，持續受到歷代皇室的青睞，奠定唐寧茶永恆光輝的皇室專寵印記。

精品風格行銷 掀起業界仿效

唐寧茶不只擷獲英國皇室貴族的心，更逐步征服全球 115 多國的味蕾。

欣臨結合唐寧茶原廠台灣英聯食品集團的行銷資源，並以欣臨在餐飲領域深耕多年的專業經驗，將唐寧茶成功推廣於全球知名五星級飯店，讓消費者們可以在台北君悅飯店、台北晶華酒店、台北威斯汀六福皇宮、台北國賓飯店、寒舍艾美酒店、新竹老爺酒店、台中亞緻飯店、義大天悅飯店等知名飯店餐廳品味優雅皇室茶品。

唐寧茶在台灣多年來，經由各面向的行銷操作，使其茶中精品的品牌形象深植於消費者心中，讓唐寧茶已不僅只是高檔茶葉品牌，而是一種精品生活風格的象徵，其中與五星級飯店結合的一系列鉑金主題下午茶活動，甚至成為多家精品品牌爭相仿效的範例。

在零售通路行銷策略上，欣臨更與唐寧茶原廠攜手協力合作，搭配唐寧茶在台灣最高等級鉑金系列產品的上市，積極與零售通路端的百貨公司超市合作，將超市將整面牆或整座端架，進行展示質感的重新包裝，藉此呈現唐寧茶皇室御用的品牌形象，並透過精品櫥窗感的陳列布置，強化銷售通路精緻質感。

開創品茶的感官饗宴

此外，由唐寧茶首創、在台灣已舉辦兩屆的「TWININGS Grand Prix 唐寧特調大賽」，已被譽為「調飲界的奧斯卡」，是台灣調飲師最重要的年度盛會。



唐寧茶與台北福華大飯店合作的鉑金下午茶套餐。

唐寧特調大賽參賽者以唐寧茶為基底，各自演繹頂級茶品的獨道風味。



「TWININGS Grand Prix 唐寧特調大賽」是台灣調飲師最重要的年度盛會。

賽事活動由唐寧茶原廠主辦，並透過欣臨在餐飲市場密集的網路通路，廣邀全台餐飲業者，以唐寧茶的調茶工藝為基底，展現頂級茶品的獨道風味，透過當代特調師的創意詮釋，不但開創多重的品茶的感官饗宴，更奠定了建立品牌權威性，成功拓展銷售市場的深度與廣度。

除了夏日舉辦的唐寧特調大賽活動，唐寧茶為了讓台灣飲茶文化，走出靜態展示框架，也冬天推出唐寧遊藝茶館（TWININGS Tea Salon），邀請知名藝術家蘇孟鴻、崔惠宇、安地羊等人，以各式複合媒材打造了三場風尚的櫥窗遊藝派對，並在華山文創園區內首創打造出唐寧空中茶廊，透過錯層的手法將茶館拉到高空，景觀盡納眼底，完美銜接了當代藝術與唐寧式的午茶優雅風情，綻放英式茶飲的全感體驗。

唐寧茶走過三百年的歷史，如今它所代表的意涵，早已超越了茶文化，更是精緻、品味

與享受的代名詞。若追求更完美的生活，不妨在休息時，給自己沏一杯唐寧茶；茶香繚繞的午後，你將體會更純粹的生活美學。■

由藝術家安地羊設計打造的「藝遊味境—鉑金禮盒」。



Energizer 勁量
max + POWERSEAL
TECHNOLOGY



NOW
LASTS EVEN
LONGER

UP TO 35% LONGER* LASTING

新一代電力

效能提升+35%
可高達*

that's positivenergy™

*與前一代勁量MAX電池用於數位相機靜態模式時作比較根據ANSI美國國家標準測試表現會因不同電器而異。品質保證附加說明：勁量保證此電池品質優良、性能良好。除法定及檢測證明。針對因錯誤使用、擅自拆裝電池或電器、電器瑕疵或故障而導致之損害，勁量保留拒絕相關索賠之權利。

權利外，保證期間內若電池在符合本保證規範且正確使用下因漏液造成電器損害，本公司將酌情決定予以維修或更換該電器。漏液電池與受其損壞之電器必須送交勁量作為索賠

Hsin Hsin Galaxy

Creative Digital Marketing Firm

欣新網 創新的電商行銷

欣新網股份有限公司專精於電子商務與網路行銷的品牌代理操作，由欣臨企業與新竹物流合資創立。在欣新網的管理經理人、企劃業務團隊與專業市場顧問三方的合作之下，已交出超出預期的亮眼成績單，並且將持續開創佳績。

Hsin Hsin Galaxy is an agency of brands that specializes in digital commerce and internet marketing and excels in the sales and logistics of e-commerce.

文 / Afra Chen 攝影 / 吳慈仁 圖片提供 / 欣新網

欣新網總經理陳豐欽（左）與企劃總監陳彥卉（右）。
General Manager Frank Chen and Marketing Director Vera Chen of HHG.



從欣新網股份有限公司總經理陳豐欽分享：「我常常在介紹欣新網時開玩笑說，欣新網有兩個富爸爸。」欣新網，結合了欣臨企業與新竹物流兩個主要股東於原領域的優勢，致力於經營台灣電子商務通路的營銷代理。欣臨企業與新竹物流不只擁有雄厚的財務背景，更重要的，是在各自的專業領域累積了豐富的成功經驗，讓欣新網擁有傳統通路經營的重要知識與人脈支柱，再創電子商務新商機。

系統與客戶服務能力。

有了欣臨企業與新竹物流兩位「富爸爸」的全力協助，讓欣新網於創立初期，便掌握快消品類的經營技巧與電子商務物流的穩健基礎，搶下市場先機；成立不到3年便成為電子商務代理營銷業界眾所注目的新秀。

優勢強力的創業背景

欣臨企業成立於1949年，是目前台灣致力於消費性產品與美容美髮產品等的專業代理商。並且擁有60年以上經營消費通路的專業行銷能力與經驗，獨家代理超過30個知名品牌，累積眾多成功品牌經營經驗，銷售表現亮眼；是台灣最大專業代理商之一。

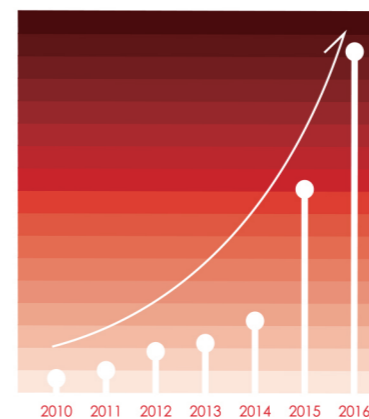
新竹物流則是台灣物流業規模最大的企業之一，在台灣大街小巷皆可看到配送車輛與物流人員的忙碌身影。於全台灣經營44個營業所與1,600個代收點，累積豐富B2C物流運輸的專業經驗。更具備了成熟的電子商務物流配送系統，能快速消化龐大配送需求，亦掌握健全的貨到付款

陳豐欽分享，全球各國在線上購物的銷售比例成長均呈正面增幅，尤其是中國大陸的快消品項銷售數字看來，電子商務通路已占20%~30%；韓國更是高達40%~50%佔比。反觀台灣的快消品市場，電子商務的銷售佔比卻尚未到達1%。

Hsin Hsin Galaxy(HHG), founded by Taiwan Hsin Lin Enterprise Co., Ltd. (THL), and HCT Logistics, is an operation agency with critical knowledge and networking of traditional channel management. Under the cooperation of THL and HCT Logistics, HHG has accurate knowledge of how to manage fast-moving consumer goods and the logistics of digital commerce. HHG has transcended among the agencies of E-commerce by securing a large market penetration rate within 3 years.

欣新網的卓越表現

2010年 欣臨 THL 開始竭力發展電子商務
2010年~2013年 持續維持強勁成長力道
2014年 欣新網接續操作，業績成長 **50%**
2015年 眾多品牌加入，業績再成長 **5.3倍**
2016年 接下花王、嬌生，持續高度成長



然而，台灣的電子商務市場並非尚未成熟，而是電子商務通路的經營在過去均未受到快消品市場重視。陳豐欽預估，如果能夠專業化經營，電子商務通路佔比將有望成長五倍。因此，2014年時，經營電子商務通路已成為欣臨企業優先的重點佈局。在萬眾注目並具有通路、品項等等專業的籌劃之下，創立了欣新網。

為正面迎戰電子商務浪潮來臨，欣新網組織了最精實的團隊，以因應電子商務快速變動的環境。更與 Google 顧問合作，以籌劃最縝密、全方位的電子商務與網路行銷策略。與欣新網長期合作的 Google 業務協理謝曜聲分享，網路行銷的經營可分為三階段：

第一階段：將商品於網路商城上架銷售。強調多通路開發，以量制價。

第二階段：藉由電子商務方便收集數據的特性，分析消費者的族群、年齡、消費習慣等資訊，並針對目標客群投放網路廣告，開發新客戶。讓網路廣告更加準確有效率。

第三階段：將消費者分眾（潛在客戶、已消費過的客戶、熟客VIP）籌劃不同的行銷策略。針對不同黏著度的客戶給予不同資訊，加強回購率。

除了必須在不同發展時期立定不同的目標方針之外，謝曜聲也提到，網路廣告的經營要依照消費者在個人電腦與智慧型手機、

平板電腦上不同的瀏覽習慣與消費行為採取不同的廣告投放策略。全面掌握數位世界，熟客新客都能透過網路接觸到欣新網的銷售品項資訊。

According to General Manager Frank Chen of HHG, the sales of online shopping in the world have been increasing. In 2014, the operation of E-commerce channels became the priority in THL's strategic plan. With adequate preparation and expertise on channels and products, under the observation of the world, HHG was created.

In the face of the trend of E-commerce, HHG recruited the best team to compete in the fast-moving environment of E-commerce. HHG also cooperated with Google's consultants so as to make the most thorough and comprehensive online marketing strategy in E-commerce to take over the digital world.

欣新網是台灣市場上唯一專注於網路銷售的商品代理商。
HHG is the only agency that focuses on online sales in Taiwan.

團隊分工 創造亮眼績效

欣新網股份有限公司企劃總監陳彥卉分享，目前欣新網內部分工主要分為業務部與企劃部：業務部同仁負責洽通路；企劃部則負責與品牌原廠端溝通、招商與活動規劃。不同於傳統代理商一個品項由一位專員負責「一條龍式」業務分工，欣新網為求更專業的廠商服務與企劃品質，選擇將企劃與業務工作分開進行。此分工方式，不可避免地帶來些許溝通協調上的困難。

陳彥卉表示，儘管企劃部門與業務部門會需要許多時間溝通討論，然而兩部門同仁的目標方向一致，皆以企業整體考量為主。立定目標後讓槍口一致對外，各自發揮所長、各司其職分工合作。電子商務產業變化快速，與傳統通路操作模式的最大差異在於有更多企劃執行的空間，企劃同仁的活動發想可以非常天馬行空。接著，再與業務同仁一同分析執行的可能，進而創造最佳績效。在企劃部與業務部突破了溝通門檻，達成共識之後。欣新網便能夠集中火力，一起在快消品電子商務市場開發工作上努力。

陳彥卉分享，民生用品、食品、美妝用品等快消品類在行銷業務操作上，最大的困難便是在於與競品的同質性高、單價偏低；同時，快消品類於實體通路發展已相當成熟，廠商對於開發電商



通路的策略相對較為保守。然而，在這樣艱困的環境下，反而讓欣新網更能夠發揮優勢。在母公司欣臨企業與新竹物流於實體通路穩固基礎的協助之下，欣新網能夠跨品牌並結合多品項策劃行銷策略，創造與競爭同業不同的格局，展現獨特優勢，創立至今短短兩年已創造了亮眼績效。

Efficient Division of Work Makes Perfect Performance.

According to Marketing Director Vera Chen of HHG Ltd. Co., the division of work inside HHG includes a sales department and a project department. However, the division of HHG is different than the traditional

“one-stop” division. Instead, in order to provide professional services and high-quality projects to the customers, HHG chose to divide the business of sales and projects.

With the help of the mother company, THL, and the solid foundation in logistics that HCT Logistics had established, HHG has been able to work with different brands and integrate marketing strategies of different products. Creating a brand new style among the competitors, showing unique advantages, HHG has impressed with excellent sales performance within merely two years.

欣新網 Hsin Hsin Galaxy

於 2014 年由欣臨企業與新竹物流共同創立，是台灣市場上唯一專注於網路銷售的商品代理商。與各個網路平台有良好的關係，以跨品類及多品牌的行銷經驗及商品優勢，在競爭激烈的市場中創造多元商品組合與網路銷售。
Founded by Taiwan Hsin Lin Enterprise Co., Ltd. (THL) and HCL Logistics, is the only agency that focuses on online sales in Taiwan.

營業項目：
提供倉儲、金流、物流等整合性全方位代理服務，結合品牌與企劃操作，協助客戶在網路上拓展品牌商機。
Comprehensive integrated services, including warehousing, cash flow and logistics.
員工數：約 50 名
2016 年預估營業額：NTD\$8~10 億
Number of employees: 50 people
Estimated turnover in 2016: NTD\$0.8-1 billion



兩年內業績將推向 10 億

目前，欣新網合作品牌已超過 100 個，經營品項更突破 5,000 項。2016 年營業額目前估計可達 8~10 億。陳豐欽分析，未來欣新網的主要目標即為持續代理更多優質品牌，同時加強各通路開發，將欣新網的整體效能最大化，預期將在 2 年內將整體總業績推向 10 億以上。

Google 業務協理謝曜聲分析，欣新網不但掌握眾多民生用品品類，更有數位化發展程度較高的美妝品項作為領頭羊，讓欣新網眾品項於電子商務通路推廣

時更為順暢。同時，在謝曜聲的顧問協助之下，欣新網依照快消品項的特性，並同時分析消費者消費習慣，規劃出最適合欣新網的電子商務與網路行銷策略。

同時，在欣新網董事長陳德仁的領導之下，欣新網同仁之間不只是冰冷的企業組織關係，更是共同奮鬥打拼的夥伴。未來，欣新網也將懷抱著過往的經驗，在管理經理人、企劃業務團隊與專業市場顧問三方的合作之下持續創新，在數位世界展現發現獨特魅力，創造價值。

So far, HHG has been working with more than 100 brands and more than 500 products. It is estimated that its sales reach NTD\$0.8-1 billion in 2016. According to General Manager Frank Chen, HHG aims at representing more quality brands in the future and, in the same time, enhances development on all channels to maximize the over-all efficiency of HHG.

HHG not only boasts a wide variety of consumer goods, but also cosmetic products, which are highly digitalized, as the leading products. In this way, it is easier for HHG to promote its products in E-commerce channels. In the future, HHG will use its experience to showcase its unique charm and create values. ■



Google 業務協理謝曜聲表示，欣新網掌握眾多優勢，在電商通路推廣更顯順暢。According to Simon Hsieh, Google's associate vice president of sales, HHG has many advantages, so it is easier for them to develop E-commerce channels.

NATURALLY SOOTHES THE THROAT.



瑞士天然草本喉糖
www.ricola.com

Ricola
利口樂



質
量
百
分
百
堅
持

由始至終嚴格把關

李錦記明白，
要煮出令客人满意的菜式，
味道、選材、健康，樣樣都不容有失！
從蠔田、農地到餐桌，
都由質量專隊實地監控，
每一步都嚴謹認真，
力求獻上各式完美醬料。
我們堅信，
一丁點的失色，
都能浪費一〇〇分的烹調心思。
這就是李錦記 100-100 的精神，
以百分百堅持，為您的菜式質素嚴格把關。



蒸魚醬油
Seasoned Soy Sauce for Seafood



舊庄特級蠔油
Premium Oyster Sauce

