

2016

范長江行動

香港傳媒學子國企行之3



◀傳媒學子參觀華潤雪花啤酒位於上海的廠房
大公報實習記者許越攝

▼Ole'精品超市中，有七成爲海外產品
大公報實習記者許越攝



Ole'作為華潤萬家零售集團旗下高端精品超市，十多年前已提早在全國範圍內布局，現時擁有56間分店，目標至2019年分店數目翻倍至100間以上。Ole'東區營運部營運總經理劉友庚表示，近年銷售額和EBIT（息稅前利潤）均有高雙位數增長，隨着內地中產增加，以及消費力提升，有信心未來也能保持高速增長。

大公報實習記者許婷婷 王翰元 盧海濤 陳貴和 彭嘉敏

注重體驗服務 無懼電商競爭

華潤精品超市店擬倍增

成立於2004年的Ole'，和bl Supermarket一起進行雙品牌運作，分店遍布全國一線城市，bl於2015年開始升



▲Ole'工作人員肖樺（左）向學子展示產品
大公報實習記者劉嘉杰攝

級爲「生鮮食品超市」。劉友庚透露，集團與多個商場達成戰略合作，例如嘉里和恒隆。

參加「范長江行動國企行」的香港傳媒學子在八月九日來到了Ole'上海靜安嘉里中心店，親身感受以體驗式營銷著稱的Ole'精品超市。

海外直接採購降低成本

與一般超市不同，Ole'內到處都是試吃專櫃，也許正是因爲能滿足顧客體驗需求，讓Ole'面對電商衝擊的同時，仍能保持高速增長。

相比線上商城，劉友庚認爲，Ole'更注重體驗和服務，尤其是在食品方面，

消費者需要現場體驗和雙向交流。「在Ole'，不僅可以親自挑選商品，還可以品嘗銷售人員烹飪的食物，這種服務式的體驗是電商無法做到的。」

他還提出「消費者再教育」的概念，例如Ole'在售賣現做麵包的同時，給予顧客食用建議，包括可與哪些食物搭配食用、如何吃更健康等。

他又強調，不會與電商進行價格競爭，未來會在服務式體驗方面不斷創新，且更注重發展有機、小產區和高品質的產品。

另爲滿足高端客戶的需求，Ole'超市有七成貨品來自海外，紅酒、奶粉、美容護膚等產品更是95%進口，餘下三成貨

品則是來自內地一線品牌。

「同樣是菠蘿，我們在價格上比外面貴，但若追蹤菠蘿的原產地是否受污染、菠蘿的甜度還有營養成分，我們所銷售的貨品都是市場上最優選擇。」Ole'工作人員肖樺表示。

打通會員系統 積分當錢使

自2014年起，Ole'更成立了海外直接採購團隊，派人專門到世界不同地方搜羅特色食品。直接採購一來可減低成本，二來能爲鍾愛進口貨的消費者提供更多選擇，吸引他們到超市消費。

在提供多元化外國商品同時，Ole'還設立了不同的特色品類中心，例如咖啡

吧、酒窖、麵包坊、母嬰中心等。

市場需求大，Ole'亦會加快擴張步伐。繼上半年新開六間分店後，還將於下半年在北京、上海、杭州、深圳等城市開設六間分店。劉友庚指出，Ole'主要目標爲內地市場，對於香港市場暫時未有新規劃。

爲了強化消費者的黏性，Ole'還推出會員積分制度，以「積分當錢使」去吸引長期顧客。截至去年底，會員人數已達60萬人次，當中65%以上爲活躍會員。劉友庚說，目前Ole'有40%至50%的顧客來自會員，爲鞏固和吸納新會員，公司每周還舉辦各種會員課程，另不定期邀請會員對新產品進行試吃。

學子到訪啤酒廠 酒樽彩繪創意多

【大公報訊】實習記者樊一寧報道：雪花啤酒工廠不僅邀請同學們參觀啤酒生產過程、現場品鑒美酒，還貼心地備有顏料及畫筆，讓年輕學子盡情發揮想像力與藝術靈感，以酒樽爲畫布，創作他們心儀的瓶身圖案。

同學們人手一支雪白的酒樽，用清水濕潤毛筆後，挑選喜愛顏色的丙烯顏料，一筆一畫地細心勾勒出精緻花紋。他們時而運筆如飛，時而停下畫筆，構思自己的設計圖案，將各自對雪花啤酒的印象以及對生活的感悟描繪在酒樽上。會

堂中不時傳來陣陣歡笑，同學們都樂在其中，紛紛與自己的傑作合影留念。

每個人的設計都各有特色，或用明亮的色彩，在酒樽上惟妙惟肖地呈現出一處處美景及傳統文化元素，例如嬌豔的桃花、上海地標建築、青花瓷及古代詩句，還有時下流行的寵物小精靈、里約奧運等。

瓶上

▶傳媒學子將近期最紅的Pokemon GO設計到啤酒酒樽上
大公報實習記者許越攝



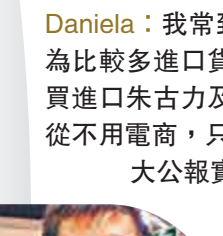
▶傳媒學子設計啤酒酒樽
大公報實習記者許越攝

顧客心聲



Theresa：每周都會到Ole'消費一兩次，主要是買進口水果，感覺Ole'品質有保證。主要是到分店消費，沒有使用線上商城。

大公報實習記者許婷婷



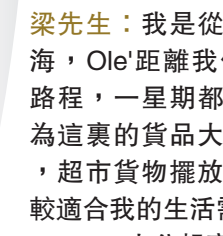
Daniela：我常到Ole'消費，因爲比較多進口貨品。我主要是買進口朱古力及美容產品。我從不用電商，只會來實體店。

大公報實習記者許婷婷



朱先生：我到上海旅行而順便過來的，因爲朋友介紹說這裏的貨品選擇比較多和齊全。

大公報實習記者許婷婷



梁先生：我是從香港外派來上海，Ole'距離我住所約15分鐘路程，一星期都會來三次，因爲這裏的貨品大多來自於外國，超市貨物擺放整齊雅觀，比較適合我的生活需求。

大公報實習記者陳貴和



雪花啤酒 自創消費點質量管理

【大公報訊】實習記者許越報道：成立於1994年的華潤雪花啤酒，已成爲全球十大暢銷啤酒品牌的第一位。華潤雪花啤酒媒體公關部負責人表示，雪花啤酒獨創的「消費點質量管理」，是公司得以拔得頭籌的「殺手鐮」。

目前，華潤雪花啤酒在中國經營97家啤酒廠，旗下含雪花啤酒品牌及30多個區域品牌，共佔有中國啤酒市場24.77%的份額。據上述負責人透露，公司已連續三年啤酒銷量突破1000萬千升，遙遙領先其他企業。

取得如此佳績，離不開雪花啤酒自創的「消費點質量管理」。負責人介紹，除了在生產環節上保證出品，公司團隊每月都會走訪全國各大城市，在最熱、最冷、海拔最高的零售點買回雪花啤酒，再運回公司進行檢測，以確保消費者在各種情況下都能喝到與下線時一樣新鮮的啤酒。

爲了確保品質，雪花啤酒在瓶子、封口的抗壓能力和運輸過

程中會使用避光等方面也下足功夫，盡量減少碰撞和陽光照射而使味道變質。此外，公司還會到全球不同國家採購上乘的原材料，酒花主要購自捷克。

「一切是爲消費者第一感受，雪花啤酒要做到喝到的啤酒就像剛下線的一樣，喝起來順暢、舒適、無雜味。」華潤雪花啤酒（上海）公司執行總經理許如喜強調。



▲傳媒學子參觀華潤雪花啤酒位於上海的廠房
大公報記者林靜文攝

「國嘴」的日常生活

【大公報訊】實習記者陳思羽報道：畢業於中國海洋大學食品工程專業的80後女孩徐鈺倩，是全國50位「國家級啤酒評級委員」之一，被戲稱爲「國嘴」。於2006年加入華潤雪花啤酒工作的她，平時如何保持自己感官靈敏精準，讓香港傳媒學子們備感興趣。

所謂啤酒評級委員，就是在實驗室中，依靠自己的味覺爲啤酒進行打分，分析、判斷不同啤酒的優勢與劣勢，從而研究出更好的啤酒配

方。然而，成爲「國嘴」的過程並不容易，徐鈺倩介紹，作爲啤酒評級師，他們不能經常吃酸、辣等刺激性食物，且要盡量少生病，以保持自己鼻、口的靈敏度。

作爲一名「國嘴」，徐鈺倩的酒量又如何呢？她笑言，自己的酒量不太好，但在品酒時並不用喝太多，只需喝大約20毫升就足以判斷。

◀「國嘴」徐鈺倩（左）正與同事品鑒啤酒酒質
大公報實習記者許越攝



七夕佳節營造浪漫購物環境

【大公報訊】實習記者羅婧藍報道：記者採訪Ole'精品超市的這天，適逢七夕佳節，濃郁的情人節氛圍讓許多顧客在超市色彩繽紛的櫃檯前駐足。據介紹，Ole'節日主題活動以西式節日爲主，籌備組會提前半年針對不同節日推出限定商品。

七夕這天，各色嬌豔的玫瑰和品類衆多的巧克力讓不少情侶停下腳步，細心挑選。展台商品以紅色緞帶進行裝飾，就連生鮮櫃位的澳洲和牛也推出心形款附上紅玫瑰

形成了一大亮點。這樣的情景爲超市增添了一份溫暖與情懷，而酒窖裏琳琅滿目的進口紅酒，也爲節日的到來，烘托出一份香醇的浪漫。

隨着中秋佳節的臨近，相關負責人透露，超市會陸續推出應季的中式糕點和高檔牛肉，以滿足顧客對家庭聚餐的需求。與此同時，萬聖節相關活動和主題商品也在籌備當中。

◀七夕當日，不少顧客到Ole'選購鮮花
大公報實習記者許越攝



要讓酵母吃飽睡好

【大公報訊】實習記者孟然報道：雪花啤酒的酵母培育員倪天樂，是一名90後金牛理工男。他向香港傳媒學子介紹，從第一天上班起，師傅就告訴他要讓酵母吃飽、睡好，才會強壯有活力，才能釀出好的啤酒。

初到公司時，大學畢業不久的倪天樂，並沒有深刻理解「酵母精靈」的含義，在一次實習過程中，曾因一次溫度沒有控制好，造成工作的瑕疵。也是因爲這次的失誤，讓他了解自己工作

的重要性，並專注地做好每一次的酵母管理和培育工作。

他介紹，酵母如同人類的身體一樣有着營養期、成長期、衰老期。爲了更好地發揮酵母神奇的力量，他需要根據酵母的不同時期做出不同選擇。

因爲深知酵母之於啤酒釀造的重要性，無論颶風或下雨，他都會去工廠觀看培育酵母。

◀華潤雪花啤酒（上海）員工倪天樂講述酵母培育的故事
大公報實習記者許越攝

