

# 鄧蕙敏：傳承中藥與時協行 百年品牌注入新生

三年疫情封關期間，香港零售業寒風蕭瑟，市場汰弱留強。作為零售業一員，香港老牌位元堂同樣歷經艱巨挑戰。位元堂藥廠有限公司執行董事鄧蕙敏表示，雖然封關影響巨大，但幸而位元堂自身的業務紮根民生社區，三年間，仍借著本地的消費群不斷發展。如今，位元堂不但擁有香港最大的中醫團隊，更將自己打造成值得信賴的中醫品牌，不論是「數量」抑或「品質」，都引領行業。受惠於中醫服務帶動，即使在三年疫情期間，成藥及原藥材生意都增長穩健。談及公司的下一個戰略目標，鄧蕙敏指出，位元堂將銳意進取，增加自身在中醫保健品方面的市場份額。

## 推保健品「治未病」

鄧蕙敏介紹，作為一間老字號大小藥廠，位元堂的主力營收側重於中成藥，客戶年齡層偏年長，開拓新客戶群、年輕客戶群是重要戰略方向。將產品線拓展至保健品，有助拓展年輕客群，讓年紀尚輕、尚未罹患病痛的客人，也可以找到適合他們的位元堂產品。這正是中醫所推崇的「治未病」的概念，即未有病痛顯現，也可以開始調理身體，防患於未然。現時位元堂有約30款中式保健品，正是為了迎合都市青年日常所需。

鄧蕙敏續稱，這一場世紀疫情，其實也讓很多客戶開始關注健康，利用中藥調理疫後身體，成為了這一批客戶初次接觸中醫藥的契機。位元堂亦把握機遇，從產品、宣傳、銷售等各方面著力，吸引很大一批新的忠實顧客。

在上個財政年度，僅僅依靠本地市場，位元堂的保健品銷售已經錄得三成增長，其中蟲草類別銷售額更升逾六成。今年，位元堂更推出市場獨有的新產品「野生蟲草皇」，以野生蟲草配合培植蟲草，提供價格相宜又功效顯著的蟲草保健品。鄧蕙敏進一步介紹，是次的產品採用藝人容祖兒作為產品代言人，廣告宣傳強勁，正是希望讓更多年輕人知道位元堂。宣傳效果相當顯著，產品推出短短兩個月，銷售相比去年同期產品，升幅已然超過一倍。

## 拓展零售業務方向

除了在新產品上發力，位元堂在零售業務上也不斷作出新的嘗試。目前，位元堂在香港共有76間分店，大部分都設有註冊中醫師駐診，打造出全香港最大的一支中醫團隊。鄧蕙敏又透露，位元堂目前亦在不斷作出新的嘗試，例如開設於銅鑼灣的兩間分店，分別代表公司的兩個運營方向，也各自走向更加專精的市場定位。其中，開設於波斯富街的



▲位元堂藥廠位於荔枝角道總店。

「中醫中藥堂」，一間分店，五位中醫師駐診，目標就是提供專科中醫服務；而怡和街分店則相反，這是位元堂在香港所開設的第一間只做成品的專賣店，沒有中醫和中藥材配劑，針對年輕一族及遊客，主打保健品和中成藥。她特別提到，為了吸引年輕客戶群，新店裝潢亦作了一定調整，與以往相比，更加明亮簡約。

鄧蕙敏相信，成立於1897年、至今已有超過120年歷史的位元堂，在種種新嘗試、新舉措之下，必將綻放新的奪目光彩。她相信，各分店的定位以及集團旗下的過千種產品，一定能夠滿足不同客戶所需。她不僅希望位元堂能繼續在老一輩人中有口皆碑，更期望新一代人，也能夠深入認識位元堂，體會到香港人上百年間傳承不減的情懷所在。憑藉「以誠意用心造藥，憑信譽繼續往開來」的宗旨，鄧蕙敏表示，位元堂將一以貫之地誠心製造，將更多的優質成藥推向市場，接受時間的檢驗。



▲鄧蕙敏與中醫團隊齊心合力為位元堂再踏上新台階。



▲除營商以外，鄧蕙敏亦身兼多份公職，努力回饋社會，幫助各類有需要的人士。圖為她出席關注動物權益的慈善活動。

## 回饋社會 傳遞愛心

除營商以外，鄧蕙敏亦身兼多份公職，努力回饋社會，幫助各類有需要的人士。她常帶領義工探訪基層家庭，為居民們送上節日福袋或防疫抗疫禮包；也在香港新來港人士服務基金中，利用自己的人際網絡為品學兼優的新來港中學生尋找導師並提供獎學金，助其順利升學；此外，她亦會贊助關注動物權益的活動。

在鄧蕙敏領導下的位元堂，也一直致力於履行社會責任，經常與不同的社福機構攜手合作，傳遞愛心、傳遞溫暖，共同推動社會和諧共融。例如，位元堂定期會與各大機構合辦中醫中藥講座，並且提供免費中醫檢查等服務，在宣揚中醫藥知識的同時，也為有需要的市民提供中醫諮詢。鄧蕙敏指出，位元堂多年來以傳承中醫藥保健智慧為己任，以守護大眾健康為宗旨。位元堂擁有豐富臨床經驗的中醫師會持續走進社區，服務居民，為市民大眾的健康福祉貢獻己力。



▲位元堂藥廠與各大機構合辦中醫中藥講座。



▲位元堂藥廠擁有全港最大註冊中醫團隊。



▲鄧蕙敏事親力親為，為品牌注入很多新元素。

▲安宮牛黃丸、蟲草、養陰丸等均為位元堂的王牌產品，多年來大受市場歡迎。

## 勤勉不倦以身作則

早在學生時代，鄧蕙敏便時常會在位元堂做暑期工，輾轉於多個部門，逐漸對這門生意形成了自己的認知。及至2016年自英國市場行銷及金融學系畢業，她加入位元堂，並致力領導品牌走向年輕化之路。

位元堂育嬰堂是鄧蕙敏加入公司後的首個專案，當時市場上缺少相關育嬰資訊聚合平台，家長往往要甄別不同資訊，披沙揀金。而有這一平台以後，很多育嬰疑難都能夠得到準確解答，此外，也可以從中醫藥角度，在食療方面得到一站式資訊。當年在英國學到的專業知識，如今一一都被運用於實踐，也不斷為

公司帶來新的收入來源。她常常把新的行銷理念用在這間「舊公司」上，而公司老臣子與年輕一代新思維的結合，也產生了良好的化學反應。

新思維也在讓位元堂「走出去」。目前，公司已經在珠海市橫琴成立分公司，意在開拓大灣區市場。揚帆當遠航，作為管理層，鄧蕙敏總是要求自己比其他同事加倍勤奮，以身作則。這是她的自我要求，也是她的家族傳承。父親鄧清河便言傳身教，「一星期做足七天」。而商業的世界，瞬息萬變，必須時刻警醒，因為如若不能準確掌握消費者的需求，便很容易被市場淘汰出局。



▲鄧蕙敏在香港生產力促進局論壇發表建議。