

护发系列屡创销售记录

Candour 冀成首个万人微商团队

Candour 旗下品牌 C-formulae 希之秘护发系列于去年推出后，即火速达到 1000 万支的销售量。

今年 6 月，公司趁势出击将“新 SKU 大支装系列”推入市场，目前已创下 3000 万支的辉煌销售记录！来自韩国的 C-formulae 希之秘护发系列由重生保湿洗发液和重生保湿护发液组成。重生保湿洗发液的主要功能包括保护头皮、控油、滋养发质、顺滑头发，让头发散发芳香。

Candour 创办人冯欣仪 (Candy Foong) 表示，该公司观察到很多消费者因缺乏护发知识而选择廉价且低素质的护发产品，导致他们的头皮毛囊阻塞，年纪轻轻就面对脱发、头发稀疏甚至是秃头的问题。

定位为保养品

她解释，护发工作和护肤工作一样重要，拥有一头健康的头发也可以让外表更亮丽！C-formulae 的特点就是“3 秒奇迹”，它可以在 3 秒内清洗头发毛鳞片并且补充营养和水分，打造出最健康滑顺的



Candour 旗舰产品 C-formulae 希之秘。

发质！

冯欣仪说：“一般润发素被定位为化妆品，但 Candour 把 C-formulae 定位为保养品。化妆品的功能是暂时性遮掩瑕疵，就好像长痘痘时，我们使用遮瑕膏遮掩，但遮瑕膏并不能根治痘痘。C-formulae 是保养品，只要长期使用就可以保持头发的健康。”



Candour 创办人冯欣仪。

整体而言，C-formulae 希之秘护发系列适用的人群包括普通发质、干燥头发、开叉发尾、曝晒过度的头发、频繁烫染和头皮有出油状况人士。

目前 C-formulae 希之秘护发系列除了在马来西亚销售，也在韩国、柬埔寨、新加坡、印尼和越南销售，而中国与香港将是 Candour 的下一个目标市场。

与发廊强势合作 推出“无效退款”策略

尽管 Candour 是成立两年的年轻企业，但该公司短期内在互联网销售行业内连连创举，实力不容小觑。

在刚过去的 6 月份，适逢 Candour 两周年纪念庆典上，该公司推出“新 SKU 大支装系列”。

冯欣仪说：“我们之所以推出套装是希望让顾客回购，并且长期使用我们的产品。”

传统微商的主要销售渠道是透过网络及社交媒体，而 Candour 颠覆传统，透过与发廊合作将产品带到线下！

受韩国发型师推荐

冯欣仪说：“C-formulae 希之秘系列深受韩国著名发型师推荐，在韩国，我们的产品将走入将近 100 家发廊，其中有些发廊具有 88 家分行的发廊连锁店。在马来西亚，我们也和多家发廊合作，包括有着二十多家分行的 Hair Depot。在接下来的日子，我们会与发廊强势合作，线上线下结合，共同将 C-formulae 介绍给更多消

费者受益！”此外，近期 Candour 也与国际企业合作，为 C-formulae 希之秘忠实客户举办幸运抽奖大放送活动！凡购买 C-formulae 产品并下载 Candour 手机软件即有机会赢取 iPhone 手机和丰富奖金！

冯欣仪说：“一般上抽奖活动是短期的，而 Candour 是马来西亚首个举办长期抽奖活动的互联网企业。我们每个月送出

一台 iPhone 手机和价值 400 美元（约 1680 令吉）奖金给予幸运儿，为期一年！”

在来临的 9 月份，Candour 也将实施“无效退款”策略。为了配合此项策略，产品包装内除了有重生保湿洗发液和重生保湿护发液正装，也将附送这两种产品的两小包试用装。若消费者在购买 C-formulae 希之秘使用后发发现不适用或不同意产品，只要包装未拆，即可向公司要求退款。

冯欣仪说：“Candour 敢于作出‘无效退款’的保证，最主要的原因是我们对产品充满信心！”



除了经营线上网络微商事业，Candour 也与 INSTEA 茶饮品牌开创网红线下茶饮店。

落力实践企业社会责任

企业立足于社会，取社会资源转换利润，再将所得利益用之社会，实属合理。冯欣仪认为，只要个人或企业拥有一定的影响力，就应当善用资源，在能力范围以内帮助需要帮助的人一把，而自两周年后，企业社会责任活动成了 Candour 迈向另一个里程碑的重点发展区块之一。

近期内 Candour 参与的两项大型公益活动有由世界宣明会举办的对抗饥饿贫穷公益活动的《饥饿 30》及国家肾脏基金会 (NKF) 活动。

冯欣仪说：“我们与《饥饿 30》配合，让更多人加入对抗饥饿贫穷的行列。而且我们也邀请 C-formulae 品牌代言人黄诗棋及代理们一起到洗肾中心采访肾脏疾病患者。”

谈及未来走向，冯欣仪表示，公司依然着重在内部培训，壮大团队，并且定下目标打破马来西亚微商千人团队的纪录，成为马来西亚首个万人微商团队；而公司也将在来临的三至五年间开发更多行业和领域，尤其是时尚、产业、餐饮和保健行业。



除了积极发展事业，也运用她们在网络的影响力，协助宣传肾脏基金会，为社会公益出力。

盼栽培未来国家栋梁

配合国家 62 周年国庆日，冯欣仪也许下宏愿。

作为 Candour 的掌舵人，她希望公司栽培出来的领袖可以成为国家的栋梁，让马来西亚成为世界的骄傲！同时，她也期许互联网趋势可以带动更多行业，为马来西亚提供就业机会，为马来西亚打造更多成功人士和企业家！

她说：“我们创办 C-formulae 的初心并非着重产品是否畅销或利益，而是它可以为消费者解决哪些问题，带来怎样的效果，因此我们也希望

Candour 代理都是有原则的企业家，而不是商人。

“马来西亚是我们每个人的家园，我非常爱这个国家。Candour 的文化是‘无私、感恩和善良’，我们会把这文化传承下去，发扬光大。爱国不是随口说说，而是要以行动去证明。国家是大家的，我们身为国家的一分子也要负责任为国家贡献，为社会创造价值，这就是我们一直坚持的理念！”

(资讯)