

2008年5月23日

以下為賀寶芙執行長Michael O. Johnson於美國時間5月21日早上，接受全球最大財經頻道CNBC電視台中Mad Money節目Jim Cramer的專訪，其摘要內容如下：

主持人:當你擁有一間基礎穩固、但是卻爭議頻傳的公司，你會怎麼做？這就是我要問賀寶芙公司的問題。我們長期以來一直很看好這間以體重管理產品為主之直銷公司；一年前我們就已經推薦過HLF這支股票，當時是USD39.39。從那時起股價就驚人的一路飆漲，直到超過美金51元。賀寶芙一直被一些爭議性的傳聞纏身，有一個所謂Fraud Discovery Institute指稱賀寶芙產品疑似含有過量的鉛，應提出產品中有鉛含量之警告。賀寶芙營運長在四月份被發現其MBA學位並未完成，而後已辭職以示負責。西班牙的衛生主管單位也正在處理其公司某些產品被指稱與肝毒性病例有關一事。更別提所謂多層次傳銷公司本身就會引發的許多市場爭議。但儘管如此，我們現在所看到的是一間，在每一季財務報表中，股價表現亮麗並持續成長的公司；其驚人的股價表現大幅超越股市專家的預測。也因此賀寶芙公司的稅後盈餘預測也不斷的往上調升～種種的驚人表現對我而言都是非常難以置信的。但這諸多的爭議還是尾隨在卓越的股價表現之後，甚至有可能影響到產品本身，而使股價下滑。但是，如果你問我結果如何，我只會跟你說股價只會更高。但也許有這麼多的爭議存在，儘管股價表現非凡，我們應該避開這支股票。不過，另一個角度來看，這所有的紛紛擾擾可能根本都是沒有什麼意義的，不會產生太大的影響。這也是為什麼我們今天很高興能夠再次邀請到賀寶芙執行長Michael O. Johnson來到我們節目，來告訴我們該公司的近況。

MOJ：首先提到Greg Probert，他從八零年代就跟我一路在娛樂事業一起工作，而很遺憾一些事情的發生，讓一位想盡辦法打擊賀寶芙公司的人，有了可操弄的空間。

主持人:我們的觀眾並不知道這位一再攻擊賀寶芙的人是誰，這樣聽起來似乎有點陰謀論的感覺存在。

MOJ：就是你先前提過的 FDI。

主持人:我並不會尊稱那個團體叫FDI。

MOJ：就是 Fraud Discovery Institute。基本上他們所指稱的東西都是一些謠傳而已。

主持人:那鉛的部份呢？我們大家都非常害怕有關鉛的部份耶。

MOJ：鉛事實上也存在在你現在正在喝的東西當中。鉛是無所不在的。

主持人:謝謝你的提醒…

MOJ：但不幸的是，只要你特別強調「鉛」這個字，就有許多人會驚慌失措。我們的產品是難以置信的安全～在整個的生產過程中都經過嚴格的檢驗，已保證我們的產品成分從製造廠到銷售的各個環節上絕對都是100%的高標準。

主持人:那西班牙那邊呢？我們很確定西班牙是個真實的國家，而且有一個真實的衛生主管部門。

MOJ：西班牙衛生部針對去年發表的一篇文章做了些回應。那篇文章提到在四年前，2004年所發生的一些事情。當時有幾個案例是與你剛才提到肝毒性的病例。有人針對這樣非常罕見的案例，提出有使用者對賀寶芙產品當中的單一成分，或是混合使用某些產品時所產生過敏的情況。這個罕見的案例被寫在文章上，因此西班牙衛生當局採取了回應。事實上我們偶爾會接到這樣來自衛生機構，甚至是政府機關的詢問，我們會立即進行了解與處理。事實證明這些爭議都是不了了之，因為賀寶芙所有的成分與產品都

被證實是沒有問題的、也從來沒有哪個國家發生賀寶芙產品被下架的事情。所以再一次，我們認為這些狀況都屬於市場上的雜訊，我們現在正與西班牙政府共同處理該事件，此外我們也與各式各樣的團體一起做各種程度上的配合處理。

主持人:我之所以開頭以那樣的方式介紹你出場，是因為我一直認為上述種種的指稱，是有人嚐試以這種方式攻擊貴公司，迫使股價下滑。這也是第一次我開始會擔心這樣的指稱會影響到銷售業績，造成賀寶芙的股價及各種財測數字真的有可能受到影響。你覺得什麼因素會使HLF的股價及產品真正受到影響？

MOJ:當我們的直銷商失去信心的時候！但重點是我們花了相當大的努力與時間讓產品達到最高標準：我們有專業的研發人員及技術、諾貝爾醫學獎得主、持續與UCLA人類營養學中心合作、我們有David Herber博士…等，我們非常確信所有的產品都是有堅強的科學基礎。有時候謠言的確會造成很大的信心動盪，但相信我，我自己每天都有使用產品，我的小孩每一天也都使用產品。我自己的家庭成員、我們的直銷商、以及我們的龐大消費者群眾，對產品都有極大的信任。我們有成千上萬的使用者在過去28年來持續使用這些產品。

主持人:依照你們的銷售模式，你們有督導、有直銷商，一層又一層的銷售產品出去。理論上來講並沒有所謂的最終端市場。

MOJ:其實不能認定所有的人都是經營者(直銷商)，事實上我們有很多所謂的折扣客戶，就像有很多人會花49塊美金去買好市多的會員卡以便取得折扣一樣。我們有大約50%的客戶是所謂的折扣客戶，他們用25%優惠訂貨折扣購買產品，幫助自己進行體重管理。我們的挑戰在於：確保客戶是否能夠每日且長期地使用產品。大部分的客戶在經過6~10周之後，因為有了產品效果就停用產品，但不能以這些數據指稱我們的客戶不願意延續會員資格，因為他們得到了滿意的結果之後，自然就不再需要繼續進行體重管理計畫了。

主持人:我有一個可以解決你們所有問題的方法。你們現在是股票公開發行公司，為什麼不乾脆下市成為私人公司算了？不要笑，我是認真的，你們不需要忍受這些為了炒作股價的惡意攻擊！你是生意人，這些股價的問題實在是耗費你們好好作生意的時間。乾脆改製成為私有公司算了。

MOJ:這是需要一些程序的啦，你知道的。

主持人:我真的覺得因為股價而要被如此攻擊的話，乾脆坐下來仔細想一想，管他什麼股價，把錢還給所有的股東，然後好好的經營這家公司吧。

MOJ:你要跟我們公司提案嗎(笑)？

主持人:反正到時候你們總是要考慮一下的啦。謝謝Michael參與這次的訪談，大部份的CEO是不會這麼做的！