



馬克・休斯和賀寶芙的故事

因為感動， 所以與眾不同

白手起家的馬克・休斯，

從3萬美元、一罐體重管理營養蛋白飲料作為事業的起點，

創辦了賀寶芙公司；

短短三十年，事業版圖遍布超過七十個國家，

集結超過兩百萬名直銷夥伴之力，創造出37億美元的營業額。

龐大事業版圖的成功，來自馬克・休斯強大的「感動力」。



沒有複雜的企管理論，沒有困難的操作方法，馬克·休斯不斷地提醒台下的群眾，追求成功，比你所想像要來得簡單許多，只要你將「Use、Wear、Talk」三個步驟奉行不渝，你不但可以改變自己，也可以改變這個世界。



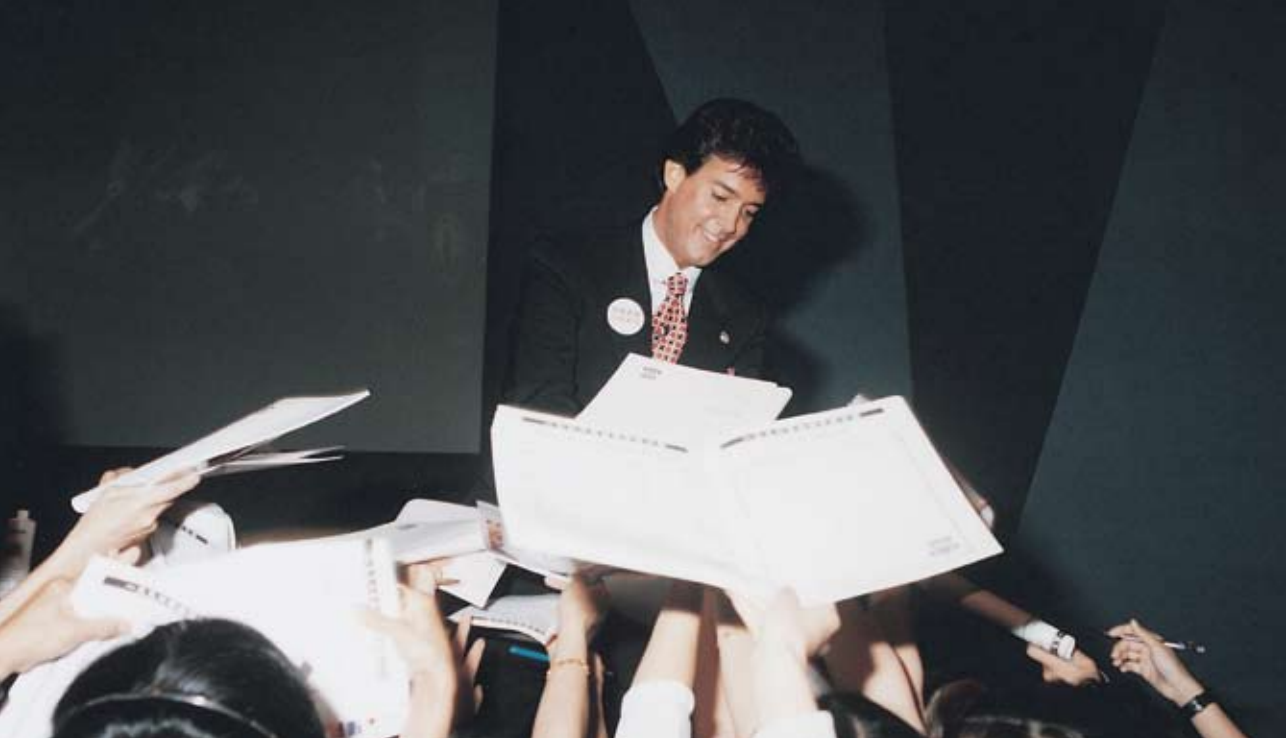
馬克·休斯最激勵人心之處，是他始終相信，賀寶芙不僅能獲得事業上的成功，更重要的是，改變世人看待減重這件事的眼光。

就像一塊超強磁鐵，馬克不斷地吸引他人投身賀寶芙事業，加入改變自己、改變世界的行列。他是怎麼辦到的？



在眾人眼中，馬克·休斯就像是上帝派來的天使，隨著任務大功告成，他也就功成身退。





我們的方法，
是世界上最簡單的——使用產品（Use）、
佩戴胸章（Wear）、與人交談（Talk）。
這一切都非常簡單，
如果我能做得到，你們也可以做得到……。

～～馬克·休斯

如雷掌聲中，一名宛如電影明星的中年男子走上了講台。

身高一八七公分，長相英挺的他，身穿剪裁合身的黑西裝，打著優雅的紫色領帶，左襟口袋露出一截同色的手巾，右襟則佩戴了一只圓型胸章，上頭寫著：「LOSE WEIGHT NOW, ASK ME HOW！」(中譯：馬上減肥，辦法問我。)

他是美商賀寶芙創辦人，馬克·休斯（Mark Hughes）。

「前幾天，有位直銷夥伴問我，『嗨，馬克，為什麼賀寶芙的事業可以發展得這麼成功？』我告訴他，我們的方法，是世界上最簡單的——使用產品（Use）、佩戴胸章（Wear）、與人交談（Talk）。只要保持簡單，就可以使很多人看清楚他眼前的機會，以及希望加入我們的行列，而且我們樂於協助他們成功，這一切都非常簡單，如果我能做得到，你們也可以做得到……。」

在賀寶芙各地的成功訓練大會上，面對台下成千上萬名直銷夥伴，馬克·休斯侃侃說起了經營賀寶芙的經營心法。

沒有複雜的企管理論，沒有困難的操作方法，馬克·休斯不斷地提醒台下的群眾，追求成功，比你所想像要來得簡單許多，只要你將「Use、Wear、Talk」三個步驟奉行不渝，你不但可以改變自己，也可以改變這個世界。

讓人第一眼就「電」到的領袖魅力

成功的企業，背後總是有個偉大的領袖。

創立於1980年的賀寶芙，在短短三十年內，事業版圖遍布超過七十個國家，集結了兩百多萬名直銷夥伴之力，創造出37億美元的營業額。如此可觀的事業動能，馬克·休斯居功厥偉。

就像一塊超強磁鐵，馬克不斷地吸引他人投身賀寶芙事業，加入改變自己、改變世界的行列。他是怎麼辦到的？

與生俱來的明星級外表，以及無法隱藏的領袖氣質，讓人在看到馬克的第一眼，很難不臣服於他的魅力。



高大帥氣的外表，
當然為馬克的個人魅力加分不少，
然而，真正讓他與眾不同的，
則是他擁有觸動人心的能力。
也就是——感動力。

很多台灣賀寶芙的「元老級」直銷夥伴，都曾經跟馬克有過面對面的接觸，提到馬克，他們的眼神立刻閃閃發亮。

總裁組成員華國豪回憶，1996年6月14日，馬克·休斯首度來台舉辦訓練，台北國際會議中心大會堂湧入了近四千名夥伴，當馬克現身的那一刻，現場群眾情緒飆到了最高點，舞台前擠滿了簽名人潮，興奮的吶喊聲，幾乎就要把會議中心的屋頂給震開了。

總裁組成員呂宛儒當時也在現場，為了搶著讓馬克簽名，腳都遭人踩傷了，呂宛儒本來是知名影集「霹靂遊俠」中的男主角「李麥克」的忠實粉絲，見到馬克之後，立刻就「移情別戀」，把「李麥克」丟到腦後了。

總裁組成員徐偉育（顗竣）則透露，1997年，他曾經自費到香港參加馬克主持的訓練會議，見到馬克的那一刻，他就知道自己將會追隨這位領袖。

「一般的企業大老闆總給人肥肥胖胖的印象，但是馬克身上卻看不到一絲贅肉，外在形象非常吸引人。在那次的訓練會議中，幾乎百分之九十都是他授課，全心投入的熱忱，馬上就『電』到我了！」徐偉育細數他對馬克·休斯的第一印象。

高大帥氣的外表，當然為馬克的個人魅力加分不少，然而，真正讓他與眾





由於馬克是賀寶芙的靈魂人物，
不論走到哪兒，
他都盡可能花時間與直銷夥伴相處，
親自為他們上課、做訓練，
示範如何進行產品零售和下線招募，
並且熱情、真心地激勵每一個人。

不同的，則是他擁有觸動人心的能力。

也就是——感動力。

而這份感動力，也成為賀寶芙最重要的企業資產。

在祖父母愛的呵護下長大

什麼樣的成長環境賦予了馬克·休斯如此強大的「感動力」？

時間拉回1956年，在這年的元旦，在洛杉磯郊區一處名為「Lynwood」的地方，馬克·休斯誕生了。他出生沒多久，父母的婚姻就宣告破裂，母親再婚，而馬克則跟祖父母同住。

馬克的母親裘安（Jo Ann）是一位女演員，對外表十分重視。打從馬克有記憶以來，母親就非常在乎她的體重問題，雖然只是過重三十磅，母親仍無所不用其極地致力減重，但是效果相當有限。更嚴重的是，吃了減肥藥丸，導致裘安出現失眠的狀況，只好再請醫師開安眠藥給她，結果造成裘安藥物上癮的問題。

雖然母親的健康狀況惡化，幸好小馬克得到了祖父母細心的照顧，擁有一



個充滿愛和關懷的童年。

讀完九年級（等於台灣的國中三年級）後，馬克就對上學失去了興趣，不再繼續念書，直到十六歲那年，他才重返校園，不過，他就讀的是CEDU，一所專為問題青少年成立的教育機構。

畢業後，馬克選擇留在CEDU，負責幫學校募款。馬克在一次次敲門的過程中，學到如何說服、幫助他人把善念化為行動，而他也就交出了漂亮的成績單，向許多企業家和機構負責人募到大筆經費，包括了當時擔任加州州長的隆納·雷根（隆納·雷根後來當選美國第40屆總統，1981~1989）。

這段歷練，對於馬克日後的事業助益良多，而他也始終相信，勤奮工作與公平的競爭，是邁向成功的不二法門。

不讓母親的悲劇重新上演

十八歲那年，是馬克人生的一大轉捩點。在這一年，母親裘安因為長期的體重問題，終於因為不當使用減重藥物而過世。



馬克自己的夢想，
就是希望透過賀寶芙，
幫助每個人透過良好的營養攝取，
讓健康狀況獲得改善，
同時也因為財務上的自由，
有機會去過更好的人生。



失去母親的巨大傷痛，反而激發年輕的馬克對自己許下一個承諾：一定要找出一種健康又可以有效減重的方式，不要讓母親的悲劇，在其他人身上演。

這樣的念頭，宛如一顆小小的種子，悄悄地栽進他的心田，日後，他全心致力於體重管理計畫與營養補充品的推廣，其實就是在實踐他對自己的承諾。

十九歲那年，馬克加入一家傳銷公司，學習如何做傳銷事業，過程卻非常不順。雖然他的業績非常出色，最後卻因傳銷公司倒閉而領不到獎金。連續兩次碰到這種負面經驗，不但沒有打倒馬克，反而激發了他自行創業的動機。

因緣際會下，馬克參加了一場中國草本醫學的研討會，生意腦袋靈光的他，立刻就嗅到了商機。1980年，馬克二十四歲，他說服了一位專精草本醫學的科學家與他合作，並向親戚籌措了3萬美元，創辦賀寶芙，研發出第一代的體重管理計畫產品——包括營養蛋白混合飲料、草維錠等。他同時身兼第一位直銷夥伴，開著車子到處開發市場、銷售產品，汽車行李廂就是他的展示間。

賀寶芙的第一位顧客，就是一手把馬克帶大的祖母，她使用產品三個月後，就瘦了二十幾公斤。祖母以親身體驗為見證，推薦給她的二十多位朋友，隨

著口耳相傳的影響力，賀寶芙的產品逐漸進入許多美國人的家庭，開始形成一股風潮。

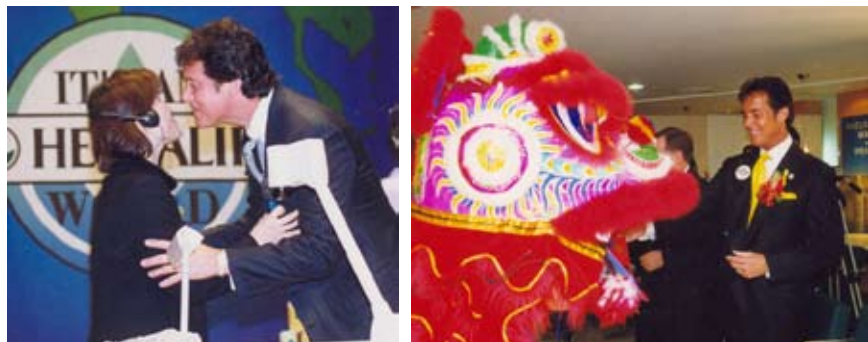
改變世人看重健康的眼光

企業的營運模式，通常跟創業者本身的個性息息相關。

賀寶芙的直銷型態，除了跟馬克·休斯早期接觸直銷業有關，也是因為他相信，直銷業這種人與人之間密切的互動，最能夠幫助那些需要解決體重問題的消費者。對於直銷夥伴而言，加入賀寶芙，則形同是得到人生中難得的機會，他們可以掌握自己的人生，圓滿想要追求的梦想。

而馬克自己的夢想，就是透過賀寶芙，幫助每個人透過良好的營養攝取，讓健康狀況獲得改善，同時也因為財務上的自由，有機會去過更好的人生。

凡事起頭難，馬克創業之初，也遭遇了不少挑戰。比方說，東方世界的這些草本植物，對當時的美國人來說，多半是用在調味食物上，很難想像可以作為體重管理的用途；而馬克所創的銷售方式，對於很多人來說，也是前所未聞，很



多直銷夥伴第一次看到馬克佩戴著「LOSE WEIGHT NOW, ASK ME HOW!」胸章，都覺得不可思議，等他們聽到自己也得戴上這樣的胸章，更是表情怪異。不過，馬克·休斯就是有本事，讓大家最後都乖乖地把胸章戴上。

創業才短短兩年，賀寶芙就在美國直銷業界竄起，年輕而活力充沛的「休斯小伙子」，成了大家矚目的焦點。1986年，這家年輕的公司就在那斯達克（NASDAQ）交易所股票公開上市。有了資金挹注，馬克開始拓展海外市場，他先進軍加拿大、澳洲，到1989年時，已打入七個海外市場。

1990年代初期，賀寶芙的觸角延伸到亞洲，先後在日本、香港、台灣成立分公司，接著再擴展到俄羅斯、巴西、南非及歐洲，事業版圖愈來愈大。

而馬克·休斯最激勵人心之處，則在於他始終相信，賀寶芙不僅能獲得事業上的成功，更重要的是，改變世人看重健康這件事的眼光。

深邃眼神 盡窺眾人的可能性

溫暖、真誠、精力旺盛，是每個直銷夥伴對馬克·休斯一致的評價。

由於馬克是賀寶芙的靈魂人物，各地分公司都殷切希望爭取他來到當地進行訓練，不論走到哪兒，馬克都盡可能花時間與直銷夥伴相處，親自為他們上課、做訓練，示範如何進行產品零售和下線招募，並且熱情、真心地激勵每一個人，日積月累下來，那怕是一個小小的握手動作、擁抱，或眼神的鼓勵，都能讓



Exclusive: Is Your Doctor a Network Marketer?

NETWORK MARKETING

LIFESTYLES

■ **My Mom's a Networker**
We Talk to the Kids

■ Book Excerpt
Wave 4

GET YOUR
AUTOGRAPHED,
HARDCOVER COPY
OF RICHARD
POE'S NEW
BLOCKBUSTER!



Herbalife

HOTTER THAN EVER
GREAT NEWS FOR THE INDUSTRY!

PHOTO: MARK HUGHES, HERBALIFE FOUNDER AND PRESIDENT

- **Brian Klemmer's Formula of Champions**
- **Technology: What Today's Networkers Really Need**
- **Golden Opportunity or Pyramid? How You Can Tell**
- **"Big Al's" Secrets of Sales Success**

Volume 1 • Issue 4
October 1999,
\$5.97 • Can \$6.97

他的眼神非常深邃，

像高山，也像是大海。

他的眼睛像是可以看出每個人身上的可能性，

在他眼中，每個人都可以成為賀寶芙的總裁組成員。

～～總裁組成員 何靜美

直銷夥伴感動萬分。

幾乎每個跟馬克·休斯互動過的直銷夥伴，都有一段「馬克與我」的記憶，深深地銘記在心中。

「他的眼神非常深邃，像高山，也像是大海，」跟著母親呂宛儒一起從事賀寶芙事業的何靜美感性地形容，「他的眼睛像是可以看出每個人身上的可能性，在他眼中，每個人都可以成為賀寶芙的總裁組成員。」

何靜美曾是賀寶芙最年輕的總裁組成員，她透露一段鮮為人知的往事，當她得到總裁殊榮時，馬克特地打電話來恭賀她，當時的她不知天高地厚，竟跟馬克「提醒」，每個月的支票記得要如期寄出，馬克不但沒生氣，反而哈哈一笑：「賀寶芙就是需要你這樣的年輕人。」

她的母親呂宛儒本來就是馬克的頭號粉絲，至今她仍難忘第一次找馬克簽名，面對他認真的眼神時，那種如沐春風的心情。

馬克第二次造訪台灣，會議地點在林口體育館，馬克出場之前，就是由呂宛儒上台主持，第一次接下這麼重要的任務，呂宛儒難免戰戰兢兢，如履薄冰，她沒想到，人在後台等待的馬克，透過監視器的畫面，早已觀察到她的忐忑不安，上台後，不但拍拍她的肩鼓勵她，事後還送了她一張海報，寫著：「To Nina: You are the best！」



台上是強人 台下無比溫柔

大部分的直銷夥伴都是在訓練會議上，才有機會一睹馬克·休斯的風采，尤其是最後的合照時間，更是與馬克近距離接觸的寶貴機會。

因為想要跟馬克合照的直銷夥伴眾多，通常必須要領號碼牌等待。總裁組成員賴碧雲說，她曾經目睹馬克因為要跟直銷夥伴合照，沒有時間吃飯，甚至沒時間上廁所，而臉上卻始終是笑容可掬，絲毫沒有露出任何不耐的神情。後來，馬克很認真地跟她說，「對我來說，跟直銷夥伴拍這張照片，比我吃飯、上廁所，都來得重要許多。」

總裁組成員鄭德華也有一張和馬克的合照，那是她在1999年參加總裁晚宴時所拍的照片。當時，她排隊排了好久，總算輪到跟馬克拍照，卻發現相機卡住了，怎麼都沒辦法處理好，眼看著後面還大排長龍，她真是又急又氣惱。馬克不但沒有催促她，也沒有讓後面的人利用這個空檔先過來拍照，而是靜靜地等待她把相機搞定。

後來鄭德華是借別人的相機完成合照，拍完了，馬克輕輕拍她的肩，安慰

白手起家的馬克·休斯，
如何在短短三十年內，
讓賀寶芙開枝散葉，成為跨國大企業？
因為，賀寶芙是為愛而創立的事業。
有愛，才會有感動。



她，「那張照片對我來說，意義非常重大，」說到這裡，她便紅了眼眶。

「馬克在台上永遠像個強人，私底下則非常溫柔，」華國豪透露，由於他曾經三度受邀到馬克的家裡做客，兩次在比佛利山莊，一次則是在馬里布海邊的新居。每次到馬克家，馬克都善盡主人職責，沒有任何架子，陪著他們一起品酒、嚐美食，讓他們深刻體會何謂優質的生活方式。

華國豪笑說，自己的英文能力並不夠好，但是馬克始終非常有耐心地聆聽他們不標準的英語，並給予貼心的答覆。

上帝派來世間的天使

在華國豪心中，馬克·休斯就像是上帝派來的天使，隨著任務大功告成，他也就功成身退。

正因急於推廣事業，馬克長期馬不停蹄地在世界各地奔波，求好心切的他，總是希望能親自為所有的直銷夥伴訓練打氣，做最佳的示範，這樣的生涯持續了二十年，長期的勞碌，導致他在2000年5月突然過世。

不幸的消息傳出後，震撼了整個直銷業界，也讓快速崛起的賀寶芙公司蒙



▲ Michael O. Johnson上任後，第一件事是放下身段，用心傾聽賀寶芙全球直銷夥伴的聲音。他發現，馬克·休斯的精神，是讓這個事業保持成長的關鍵，也是賀寶芙與其他直銷同業最大的不同。

上一層陰霾。一向視馬克如親人的賀寶芙直銷夥伴，莫不悲痛萬分，一時之間不知所措。但是，想到馬克的用心和付出，直銷夥伴們很快就收拾起悲傷的心情，決定繼續實現馬克未完成的夢想——讓全世界的人，都可以獲得健康的人生與財務的自由。

創辦人遽逝，賀寶芙的未來該怎麼走下去？外界都很好奇。

2002年，賀寶芙被私募基金公司 J.H. Whitney & Co., LLC和Golden Gate Capital, Inc.併購，成為一家私人企業。投資者先後找了幾位執行長來管理，這些外來的專業經理人空降後，若不是想大刀闊斧、重新整頓，就是想用自己在一般企業慣用的行事風格來領導這家公司，卻不知道賀寶芙在馬克·休斯的苦心經營下，早已發展出了一套獨一無二的企業文化，實非空降部隊可以輕易改變。

2003年，曾任美國迪士尼國際公司總裁、將迪士尼錄影帶行銷全球的Michael O. Johnson，接任賀寶芙全球主席暨執行長，在其掌舵之下，賀寶芙再度揚帆，朝健康王國的方向全速前進。

身材高大的Michael O. Johnson上任後，第一件事是放下身段，用心傾聽賀

寶芙全球直銷夥伴的聲音。他發現，馬克·休斯的精神，是讓這個事業保持成長的關鍵，也是賀寶芙與其他直銷同業最大的不同。

於是，他以「持續傳承馬克·休斯的精神」，號召全球所有直銷夥伴，重啟賀寶芙的成長動力。並且發揮自己品牌行銷溝通管理的專長，全力提升賀寶芙的形象與知名度。

2004年12月16日，賀寶芙正式在美國紐約證券交易所股票公開上市。接下來的幾年，賀寶芙持續擴張成長，目前，在全球超過七十個地區和國家都設有分公司，即使經歷金融海嘯的衝擊，2009年依然創下37億美元的營業額。

有愛，才會有感動

白手起家的馬克·休斯，如何在短短三十年內，讓賀寶芙開枝散葉，成為跨國大企業？

因為，賀寶芙是為愛而創立的事業。

有愛，才會有感動。

他將失去母親的傷痛，轉化成改變世界的行動力，而祖母志願擔任第一位體驗者，點點滴滴之中，都纏繞著親子之間最完整、無條件的愛。

也因為這份愛，馬克·休斯創造了個人事業的舞台。事實上，很多追隨馬克腳步的直銷夥伴，也是因為對生命、對家人的愛，從原本崩解的人生狀態中，重新找到了立足的舞台。

受到馬克·休斯的感動和影響，即使他已經不在人間，仍然有那麼多賀寶芙夥伴，全心全力地將馬克的理念和使命，在世界的各個角落，不斷地傳承下去。

這，就是「感動力」源源不絕，長久永續的能量。

賀寶芙台灣／香港分公司總經理陸蓊函

馬克的大愛精神，讓人感動

在賀寶芙台灣分公司的大廳牆面上，印著這麼一段話：

「Your Success is only limited by your imagination and your hard work.」（你懷抱多大的夢想，付出多少的努力，決定你將獲得多大的成就。）

而這句話是賀寶芙台灣分公司總經理陸蓊函在馬克眾多發人深省的

嘉言中最愛的一句，因此她特別挑選出來，跟所有的夥伴互相分享，也彼此提醒。

陸蓊函在台灣賀寶芙成立第一天就加入公司，擔任市場行銷部主管。曾經在德國留學過的她，直言過去其實對直銷產業的印象很模糊，會選擇賀寶芙，實在是馬克的故事太感動人心。實際跟馬克親身互動過之後，目睹馬克熱情充沛，而且衝勁十足，不但親自出馬到各地開拓市場，



和其他直銷業經營者最大的不同是，身為賀寶芙的第一號直銷夥伴，「他凡事都以身作則，親力親為，是我看過最有領導魅力的人。」

預見市場潮流的先知眼光

在陸蓊函眼中，馬克既有企業家的腦袋，又有明星的魅力。在1980年，他就已經看到健康訴求、體重管理、草本醫學的趨勢，而這些在當年還鮮為人知的觀念，如今已經是風行

全球的主流價值，可見馬克預見市場潮流的精準眼光。

另一方面，馬克雖然沒有傲人的學歷，卻是企業經營的高手，他化繁為簡，將賀寶芙的核心價值簡化為三個基本動作：使用產品（Use）、佩戴胸章（Wear）、與人交談（Talk），並在每次訓練會議中，不厭其煩地再三強調，而正是因為簡單、易懂，因此深植人心。

陸蓊函笑說，很多人最初還不



馬克打動人心的真正原因，
是他對人的真誠和關懷。
對於每一次合照、簽名，
他總是最溫暖、誠摯的眼神注視對方，
甚至會努力記住對方的名字。

習慣佩戴賀寶芙胸章，時間久了，當賀寶芙的使命跟自己合為一體，不戴胸章，反而會不習慣，就曾經有一位可愛的直銷夥伴，連泡溫泉時，也要把胸章別在頭髮上，顯見馬克的簡單策略確實奏效了。

當然，馬克·休斯本就是賀寶芙最佳產品代言人，因為他確信賀寶芙提供的是最好的產品。有好幾次，陸蒼函看到馬克在吃賀寶芙的營養食品，表裡如一的作風，讓陸蒼函十分感動，因為他自己真正做到了「使用產品」（Use），他對產品真心的信任，才讓他的訓練會議總是那麼具有

說服力。

真誠和關懷， 才有豐沛的感動能量

馬克的迷人風采，當然很容易擄獲一票粉絲，不過他打動人心的真正原因，則是他對人的真誠和關懷。

陸蒼函說，一年五十二週，馬克可以說幾乎是週週在飛，參加過的訓練會議、活動不計其數，但是他從來沒有因為這些活動已成例行公事，就變得敷衍了事，每次站在講台上，他總是注視著台下的直銷夥伴，關心他們臉上的表情快不快樂，對於每一

次合照、簽名，他總是最溫暖、誠摯的眼神注視對方，甚至會努力記住對方的名字。

「即使是一個再平凡不過的小人物，他也可以很敏銳地感覺到，並關心著你。」陸蒼函強調，而馬克總是不吝表達對他人的關懷和讚美，幾乎每一個跟他接觸過的人，都會深刻感受到他那股豐沛的感動能量。

雖然獲得了事業上空前的成功，但是馬克·休斯並沒有迷失在掌聲之中，每次上台講述自己的故事，他總是興奮地像是第一次講這些故事。他除了大方招待夥伴們到家裡做

客，親切待客如家人，他還大方地將賀寶芙全年的營利另外撥出百分之一，作為分紅獎金，讓每個為賀寶芙認真付出的夥伴，都有機會過最好的生活。

陸蒼函不諱言，馬克·休斯也是凡人，所以不用將他神格化，但是任何一個跟他相處過的人都知道，馬克是個具備大愛精神的人，他是真心地希望因為自己的付出，讓更多人的健康獲得改善，經濟不虞匱乏，每個人都可以過著更好的人生。

很多台灣賀寶芙的夥伴都不會忘記，1999年台灣發生九二一大地

震，不少在中部的直銷夥伴都面臨家園破碎的窘境，也無心工作，而總是馬不停蹄的馬克，獲知台灣遭到地震重創，便取消原本安排的行程，專程來台灣加油打氣，他不但親自捐款救災，並且下飛機後馬上舉辦一場大型直銷夥伴激勵會議。

當時現場湧進了數百人，馬克原本只預備講三個小時，但是最後在台上足足站了七個小時，沒有休息，也沒有上廁所。他的真誠、熱情與活力，立刻感染了台灣的直銷夥伴，士氣大為提升，大家很快地走出地震的

創痛，重新展開新生活。

留下典範 讓影響力永續長存

馬克·休斯雖然已經辭世，但是他留下的典範仍然很有影響力，成為賀寶芙獨一無二的企業文化。

在2003年接棒的Michael O. Johnson，曾經在迪士尼任職十七年，名列世界百大CEO之一，來到賀寶芙之後，這裡的企業文化讓他深刻體認到所謂的真情流露，他開始走進人群，面對夥伴的真實人生故事，他

也深受感動。

更重要的是，對Michael O. Johnson來說，賀寶芙的這份工作，已經形同人生的使命，例如，有一次他在街上看到一個家族，人人體重破表，卻還是要去速食店報到，他忍不住想告訴他們：「不要去吃！」他由衷希望透過賀寶芙直銷夥伴的努力，能夠真正地改變人們的飲食習慣，讓大家不必再為體重問題所苦。

這樣的使命感，也傳遞到賀寶芙全球每個分公司總經理身上，

當然也包括了台灣／香港分公司總經理陸蒼函。即使不是最早扎根在地的直銷業者，也沒有很多的廣告預算，2009年台灣賀寶芙還是拿下了全台直銷業的第二名寶座。

「這一切都是靠每位夥伴攜手合作而來的成果。」陸蒼函強調，而那份凝聚眾人，將大家推著向前走的力量，正是創辦人馬克·休斯無私的大愛精神。

馬克·休斯也是凡人，
所以不用將他神格化，
但是任何一個跟他相處過的人都知道，
馬克是個具備大愛精神的人。

