

360° 史偉莎

issue
01
12.2014



史偉莎人



目錄

issue
01
12.2014

顧問
黃慧敏 Man

編輯
陳巧萍 Doris
吳麗 Candy

美術
Fafa

發行情
繁體版 16,000本
簡體版 9,000本

《360° 史偉莎》電郵
lbsmagazine@lbggroup.com.hk

香港印製
版權所有，不得翻印

- 03 編篇有您
- 04 集團理念
- 05 主席交心
- 06 夥伴第一
翠華集團
- 08 追蹤史偉莎
- 16 圓來如此
圓來如此
- 17 由心出發
深我心、心你心、開心齊心
深人心、心客心、鬥心真心
- 18 人材"5"Rs
中國區紅旗報捷
- 20 新知灼見
新產品服務介紹
- 22 成功秘笈
鑽石人生
眾人媽打
- 26 員工見地
刊物提名獲獎感言
- 27 史偉莎CSR
老吾老以及人之老
- 28 蟲蟲特攻
危害健康的「小魔鬼」蚊子
- 29 吾愛吾家
冬天必飲湯水，您今日飲左未？
- 30 與文成長
《成績是幹出來的》
- 31 輕鬆一下
- 32 管理心法
地氈清潔真的那麼重要？
- 33 營「銷」0與1
高效營銷6部曲
- 34 易蘆醫話
談虛實
- 35 治療自療
病向淺中醫
- 36 帝王之學
帝王之學的第一回
- 37 心中有富
夢想能把鹹魚翻生
- 38 有讚友壇

編者有您

我不是文科人，但不知為何，從小與出版刊物結下不解之緣。小學時，和幾個同學粗淺地製作雜誌，在同學爸爸的學校跟影印機角力。到出來社會工作，有幸參與每間公司的內部/外部刊物，在早前服務的一間企業，更為她出了共56期月刊，足足有4年多的日子，與有正職但同時兼職做編輯的團隊咬緊牙關，每月準時出刊。公司刊物，除了是一個文字及圖像化的溝通平台，更是公司發展歷史記錄，見證著企業的成長。史偉莎集團，是一間很「人」的公司，投放大量企業資源，目標只為做好「人」的工作。一直感恩能與史偉莎結緣，及作為《360°史偉莎》的策劃人。刊物內的一字一句，都是史偉莎人及其夥伴的心血結晶，深信讀者必能從字裡行間，感受到這間真心以培養人材為己任的企業。



黃慧敏 Man
集團顧問

對於刊物，我一直都只是讀者。今次是懷著學習與戰兢的心情，參與《360°史偉莎》的編輯工作。刊物以繁簡中文出版，首刊發行超過2萬本派予集團員工和客戶。我們希望大家可透過《360°史偉莎》內的不同專欄了解集團的最新發展動向，大家一起參與活動，分享知識，交朋結友，加強大中華各地區的溝通。亦希望透過客戶的專訪，加強與合作夥伴的聯繫。我們誠邀大家踴躍參與。您可以投稿，也可以發表對刊物的意見，一同創建史偉莎大家庭的溝通平台。多謝大家！



陳巧萍 Doris
大中華發展及支援中心 助理經理

《360°史偉莎》與大家見面啦！她記載了集團的訊息，員工的成長、員工多彩多姿的興趣活動.....她把史偉莎集團的點點滴滴都記錄在其中。史偉莎集團就像一個大家庭，有著家一樣的文化：「互助」、「創新」、「堅持」。沒有「互助」，各自為戰的團隊將是一盤散沙；沒有「創新」，墨守成規的團隊將是一群庸才的集合；沒有「堅持」，意志脆弱的團隊執行將大打折扣，成為敗軍的主兒。個人的成長關乎企業的成長，個人的進步即是企業的進步，公司的成果與員工共同分享，史偉莎集團將伴隨每一位員工的成長歷程，見證每一位員工的豐碩成果！



吳麗 Candy
大中華發展及支援中心 助理經理

史偉莎集團於1998年在香港成立，引進專業的洗手間衛生管理概念及技術，提昇客戶的衛生環境。憑著多年的努力不懈，集團的業務版圖已伸延至澳門、台灣及中國內地20多個城市。我們細心聆聽、觀察及思考客戶所需，不斷創新，並引入多樣化的產品、服務以至概念，從而發展至「全面衛生解決方案」(Total Hygiene Solution)，務求滿足不同的客戶。

我們的願景

力求將衛生管理服務及產品業務覆蓋至整個大中華區，並且成為業界的領導者。

我們的共同使命

- 提昇社區衛生意識及水平
- 幫助員工成材及發展
- 超越客人期望

我們的企業宗旨

堅持不懈地為顧客提供優質、超值、創新的衛生管理服務及產品，配以真誠、用心、投入感情的專業顧客服務素質。

正因如此，我們透過旗下的各個品牌，提供至貼心產品及服務：

- Swisher史偉莎 — 提供全面衛生解決方案，包括洗手間衛生、商業及家居滅蟲、紙類及垃圾袋、清潔劑及一眾手部清潔及消毒產品，成為您的衛生專家
- LBS Air Purification Service 史偉莎空氣淨化服務 — 採用光等離子技術，捕捉空氣中的污染物，包括甲醛、揮發性有機化合物、臭味、細菌、病毒、霉菌、煙氣及煙味，迅速分解並轉化為二氧化碳及水分等無害物質，保障客戶健康
- Waterlogic — 多元化飲用水機，齊備活性碳濾芯過濾、Firewall™紫外線除菌淨水及BioCote®抗菌銀離子保護層，更榮獲ISO9001、WRAS、NSF/ANSI 53、55A&B 及 P231等多項國際標準，讓客戶能時刻享用清純優質的飲用水
- Puriscent 飄盈香 — 運用不同種類的香氣配合傳遞系統，為客戶營造出獨有的品牌形象，增強消費者對品牌的聯想及有助提升品牌價值
- Fryomate 快奧美 — 透過完善的過濾技術，改善食油的品質及延長食油的壽命，省卻生意成本，食物質量亦得以提升

在現今瞬息萬變及競爭激烈的環境下，企業及員工必須有著清晰及堅定的使命感、核心價值和目標，才能突圍而出，持續發展。我們史偉莎人時刻緊記我們的願景、使命、宗旨及獨特的3“5”理念，以真誠、用心、切實執行。

3“5”理念

“5”Rs 關顧人材理念

- 尊重公司最重要的資產 - 人材，必須珍惜及關注
- 認同人材之表現，時刻予以表揚及肯定
- 嘉獎人材之貢獻，以分享共同努力之成果
- 培訓令人材與公司一同進步，一同成長
- 前景使人材與公司團結一致，共創未來

“5”道

- 相處之道 - 坦誠
- 用人之道 - 信任
- 管理之道 - 溝通
- 業務之道 - 累積
- 生意之道 - 堅持

“5”核心價值

- 顧客第一，員工第二，股東第三
- 人無我有，人有我優
- 成就自己，必先成就別人
- 先捨而後得
- 種因忘果

林浩宏 Franco

史偉莎集團主席



《360° 史偉莎》終於誕生了。這是屬於每位史偉莎人的刊物。

製作一份集團刊物從來都不易，在我們衛生管理行業，能夠有自己的刊物，更是少數。衷心感謝有份參與製作同事的努力。

為什麼史偉莎願意投放資源去製作這刊物？感恩透過同事的努力，史偉莎已在大中華26個城市提供產品和服務，她的使命就是把在內的史偉莎人連繫起來，也擔當了內外溝通、培養我們的員工的其中一個平台。

為什麼其他同行業的公司很少這樣做？因為我們看事物有一點不一樣：我們經營的生意不單單是做清潔、做滅蟲，我們的生意其實是培訓及發展人材。在服務性行業，人材的培養是因，生意的利潤是果，能夠對人材培養有幫助的，就值得去做。

《360° 史偉莎》的誕生，也代表了史偉莎對這行業、這人材事業的專注。互聯網的出現，大量製造了通才，誰能夠專注把事情做深做透，不論是企業層面或是個人層面，往往便能夠突圍而出，這也是為什麼三五理念的「累積」、「堅持」是那麼重要。一些經常轉工的人，往往是能力追不上理想，小事不願幹，大事幹不了，最後便一事無成。

我們要全心專注於我們這充滿意義的事業上，使員工、公司、行業發光發熱。

林卓儀 Dorothy

史偉莎集團副主席



史偉莎人欣喜地迎來了《360° 史偉莎》的誕生，可喜可賀！

今年是我們經營史偉莎的第16個年頭，在提供優質產品和專業服務的此時，終於有了屬於衛生管理服務行業員工心連心、自勉自勵的平台。

今天我們能夠在行業內奠定先驅領導的地位，絕對感謝與史偉莎一起成長的所有任勞任怨不怕辛苦的前線銷售、技術、物流部門同事；大家不管烈日曝曬，還是風雨交加，也能用心、專業地投入服務，以辛勤的汗水換來提昇社區的衛生清潔意識和水平、客戶的認同及社會的肯定。當然其他默默地在背後支持的後勤同事們也是功不可沒，大家雖然在不同的工作崗位，但為著同一個理想而努力！

在這些年與公司一步一步走來的同事們，都是企業的寶貴財產。我們亦深信「人材」是靠自己來塑造的，唯有培育出更多具有責任感、承擔力的人，史偉莎這個依靠人去運作的企業才能成功！所以，在過去的日子裡，我們透過「人材由自己培養」的這個想法，精心培育了不少出色的同事和優質的主管。公司培育的成功，更加肯定了我們3“5”理念的重要性。一直堅信，忠誠、投入、熱誠的員工是企業最大的財富，人材的培養是我們不懈的使命。本著互愛互敬、相惜相容的態度學習、磨練、溝通、進步、茁壯.....為員工勾畫一個正面、積極、長遠的發展前途。培養出更多、更出色的精英，這是我們永恆的定律！

珍愛待客 在細節

在香港史偉莎總部門口當眼處，掛著一塊彩色的牌匾——《珍愛待客》，內有11條史偉莎人一直深信及行使的待客之道，首條是：「顧客第一、員工第二、股東第三」。今期《360°史偉莎》創刊號，很榮幸邀請到同樣「以服務顧客為己任」的翠華集團(翠華)接受專訪。翠華紮根香港40多年，是香港目前唯一一間在香港聯合交易所主板上市的連鎖茶餐廳經營者，也是史偉莎的忠誠顧客、合作超過16年的夥伴。

情緣緣起

這段夥伴情緣，緣起於1997年底，當時史偉莎集團副主席 Dorothy 計劃創業，引進美國的洗手間深層清潔及消毒服務，並獲翠華集團支持採用其服務，在史偉莎創業萌芽時期打了一支強心針。

翠華集團表示：「一個集團的成功，單憑一己之力是遠遠不夠的，除了要有一班專業及經驗豐富的管理團隊、忠誠的員工之外，更重要是一群值得信賴的長期合作夥伴，能夠了解集團的需要，因時制宜，共同成長，從而讓翠華能夠專注本業，專心為顧客提供優質的食品及服務，共建『三贏』局面」。



《珍愛待客》之道，每一條都是以「顧客」為首，每位史偉莎人都明白，顧客有問題要解決才產生企業、顧客的需求給予了我們工作的機會。史偉莎一向以客為先，因而得到客戶的信任，能成為翠華長期的合作夥伴。

沿途有您

於1998年，在史偉莎創業的起步階段，翠華以行動對史偉莎投下信心的一票。翠華新蒲崗店率先使用史偉莎的洗手間深層清潔服務，到2001年史偉莎推出滅蟲服務時，亦繼續獲翠華集團使用。

「史偉莎是衛生管理、服務及產品的國際品牌，在業界建立超卓的信譽，深受客戶認同；史偉莎的宗旨是堅持不懈地為顧客提供優質、超值及創新的衛生管理服務及產品，配以真誠及用心的專業顧客服務素質。」翠華集團這樣形容史偉莎。

同樣地，翠華一向以提供優質、健康產品及服務為宗旨，對每個細節及操作流程都規範細緻，務求為顧客帶來稱心滿意的優質餐飲體驗。兩者的共通點，就是用心待客及從細節出發。

沿途有您16年，只因翠華深信一間成功的企業必須要選擇理念相同的合作夥伴，彼此能互相扶持、互相學習，取長補短，在各自行業與時並進，自然能夠共同成長，並能推動彼此間互相進步，這樣才能夠提升企業核心的競爭力。



成功在細節

今時今日，成功的餐飲業除了在食物、環境和服務三大基本要素著手，其他細節亦不容忽視。

翠華集團認為：「翠華除堅持食物要有高水準外，亦高度重視整個餐廳環境。餐廳的清潔及衛生是絕對不可輕視，因為整潔的環境是其中一個可以吸引消費者再次光顧的重要元素。」



成功從來不是僥倖，翠華集團待客從心出發，每一個細節，皆一絲不苟，重視與夥伴建立長期合作關係，讓彼此在其專長領域獨當一面。而夥伴重視細節，使服務質素提升；我們多行一步，超越客人期望，自然可成為顧客的最佳選擇；建立了口碑，自有更多的顧客成為長期夥伴。這是絕對正面的推動力。

夥伴贈言

16多年後的一天，**翠華集團李遠康主席**收到史偉莎集團副主席Dorothy的電話，被邀請成為《360° 史偉莎》首刊專欄「夥伴第一」的專訪對象。李先生就如16多年前的那天，爽快的一口答應受訪，並贈言：「感謝史偉莎多年來對翠華的支持，為集團旗下餐廳提供專業清潔及滅蟲服務，從而為顧客提供一個舒適的環境，使集團得以貫徹成為優質茶餐廳的策略。」此番贈言，由識於微時的夥伴道出，Dorothy感受至深，感動不已。李先生的贈言，將成為每位史偉莎人心目中待客在細節的動力，並會懷著感恩的心，不斷提升服務以回饋夥伴的支持和鼓勵。

翠華與史偉莎能一起走過15年的「水晶路」，皆因兩間公司的經營理念相似，都是用心服務，以客戶的滿意為首要目標，並各自於自己的範疇，從細節上致力為顧客提供優質的服務。史偉莎感恩所有夥伴對我們一直的支持和認同，並會繼續秉持「珍愛待客」之道，與客戶一同走向「銀」、「珍珠」、「紅寶石」、「鑽石」.....之路。

註：鳴謝翠華集團接受《360° 史偉莎》專訪

您的衛生專家

Your Hygiene Expert

您們有留意到嗎？為加強各地區客戶對我們史偉莎(Swisher)品牌的正面形象，全新的品牌口號 — 「您的衛生專家 Your Hygiene Expert」，現已應用於總公司入口處的史偉莎(Swisher)商標展板、服務員的裝備背包和行李箱、名片、電郵簽章、產品包裝盒、宣傳單張、史偉莎Facebook官網及微博官網等。

史偉莎的每位技術員，都是您的衛生專家。多謝各位客戶的支持及每位史偉莎人的付出！我們會繼續努力，致力成為每位客戶心目中的衛生專家Your Hygiene Expert！

LBS GROUP
史偉莎集團

史偉莎家居滅蟲
讓您安枕無憂 居住更安

- 專治白蟻床蟲及一般家居害蟲
- 超過15年以上專業滅蟲經驗
- 採用美國先進技術，直擊蟲害根源
- 完善售後服務，深入了解滅蟲後情況

極速家居滅蟲熱線
☎ 3103 8168

史偉莎 LBS Group
www.facebook.com/lbscn

SWISHER
史偉莎

商業及家居滅蟲
Commercial & Domestic Pest Control
滅菌消毒
Disinfection & Sterilization
清潔劑產品
Sanitizing Products
滅鼠及蚊蟲產品
Rat & Mosquito Control
經理・陳勇倫經理
General Manager, Mr. Yung Lun Chan
4 Formosa Road, Kowloon

您的衛生專家
Your Hygiene Expert

服務熱線
Service Hotline: 2302 0991

waterlogic

lbgroupon

真誠・用心・照顧您的生活



「襟章獎勵計劃」

襟章制

為實踐史偉莎的“5”Rs關顧人材理念，集團不斷探討和推出新的獎勵計劃，藉以體現尊重人材、認同人材、嘉獎人材和培訓人材的目的，從而讓每位員工都能成材，同時能提升社區衛生水平。很高興通知大家，我們又有新的獎勵計劃推出——「襟章獎勵計劃」<襟章制>。

公司希望透過此計劃，確立清晰的指引，關顧技術員的心態、鼓勵技術員不斷學習，提升實務技能及服務水準。我們還是首家衛生管理服務行業的公司推行<襟章制>呢！

香港總部率先於2014年9月推行<襟章制>，由關顧人材及行政部協助襟章的製作和制服的更新。香港版<襟章制>設有3種不同性質的襟章，包括：技能、年度表現及年資章，合共20款襟章。首階段會按技術員已有的技能/年資，派發有關的襟章，並貼於制服上，以確認其工作能力和年資。

公司鼓勵技術員對有興趣的技能襟章主動提出申請考核，經主管審批後便可安排接受培訓，考核及格後可獲頒發有關襟章及一次性的獎勵金；技術員亦可競逐年度表現獎，勝出者可獲得年度表現獎章及相應的獎勵金；年資達3年或以上的技術員則可獲得年資獎章及相應的獎勵金，工齡越長，獎金越多。

編輯組特地請來服務部高級經理林展雄先生(雄師傅)，了解計劃的推行情況和他對計劃的期望。雄師傅表示首階段推行順利，同事們反應正面，已有技術員提出學習新技能的要求！問到對<襟章制>獎勵計劃的期望，他希望此計劃能令技能的承傳起積極作用，亦可令同事們對較少受注意的技能有更深認識。

整齊醒目的制服，配備別具意義的襟章，史偉莎技術員的專業形象內外一致，為您提供最專業的服務。



註：內地<襟章制>的出台時間為 2015年3月1日

會議室的「榮譽閣」

走進約70平方米的長方形會議室，看見簡潔、平實的裝潢，中間放置一張6米長的辦公桌和十數張椅子，近大門一旁的牆壁掛上公司3“5”理念的牌匾，文件櫃上擺放了一些活動紀念品和公益獎狀，另一盡頭放了數張字畫……好了好了，說到底，還是一個普通的會議室吧！這麼一個不甚起眼的地方，為何要在首刊介紹她呢？



是的，會議室是每間寫字樓都會設有的地方，主要用作開會、面談、見客、聯歡等。然而，史偉莎集團總公司的會議室，卻是非一般的會議室，因為她是體現公司理念和關顧人材文化的重要陣地。總公司的大小制度、計劃、政策，都是在這裡誕生的。好像「優化人材、成就共享」計劃，香港管區團隊經過了近30次會議、積累超過120小時去研究、探索、討論、訂立、檢討、修改後才推展的。過程中每遇到困惑時，3“5”理念的牌匾不時帶領團隊返回正確方向。

總公司會議室的一事一物，都反映著公司的核心價值，最珍貴、重要事物都放在這裡。同樣地，您會把最珍惜和重要的人物相片放在那裡？在家中陳列櫃最顯眼的地方？錢包內？手機的屏幕？一向重視人材的史偉莎，則在這公司的心臟地帶，僻出一隅，像金榜題名似的，掛上大中華兩岸四地管理團隊及每年最優秀員工的得獎同事相片，相片的背後意義，實則是展示了集團“5”Rs的其中三個關顧人材理念——尊重、認同和嘉獎人材。這個「榮譽閣」盛載著公司對這群忠誠、投入、熱誠同事的努力和付出的無限謝意，感激同事努力不懈的提供優質產品和專業服務，幫助公司在行業內奠定先驅的領導地位。

只要您用心服務，表現卓越，明年的優秀員工可能是您、您、您……會議室見！





國內廚神大賽

史偉莎 3“5” 理念活動，是集團近年來每年都會進行的一個重點專案，當中希望通過同事有興趣參與的題目，從而可以把公司文化理念，生動地滲進每位同事的生活中。

繼去年有視頻比賽，今年就有每位同事都擅長的廚藝大賽—廚神大賽，參賽同事必須把3“5” 理念朗朗上口的讀出來、同時菜式名字和用料也要充分體現3“5” 理念奧義，以作為比賽的入場券。

總決賽冠軍—東莞史偉莎易海帶的作品，以普通的材料，經創意性的演繹，突圍而出。「美而廉」的作品—「錦繡前景」，貼切地演繹出集團3“5” 理念中“5” Rs 關顧人材理念的尊重、認同、嘉獎、培訓，最後有著美好的前景；亞軍—南京史偉莎徐美華的作品「3.5呈彩」，呈現出公司3“5” 理念中“5” Rs 關顧人材理念；季軍—廣州史偉莎肖燕鳳的作品「坦誠與溝通的火花」，就如公司3“5” 理念“5” 道中的相處之道—坦誠、管理之道—溝通。



總決賽中各同事盡展手藝，衷心希望同事可以達到把理念讀在口中，記在心中和想在腦中這個「三中全會」的目的。



與未來棟樑有約



「成就自己，必先成就別人」，是史偉莎集團的核心價值之一，我們除了懂得營運生意，亦願意回饋社會，關心年青一代的發展。故此，總公司一直與不同團體合作，參與社區活動，對社會作出一點小回饋。

香港商業領袖培訓計劃 2014 — 智匯四海 · 夢想啟航

2014年4月12日集團主席Franco應邀為鳳凰智庫主辦的「香港商業領袖培訓計劃2014」為嘉賓講者，此活動旨在啟發大專學生對職業生涯規劃的思考，為將來的事業，乃至人生志向作鋪墊。活動在香港理工大學香港專上學院進行，主席Franco與大專學生分享了他的創業經驗及簡介了史偉莎的服務。

中學生團體參觀

2014年5月9日下午，經EL2100 Limited (www.el2100.com)安排下，總公司接待了一群中學生進行參觀活動，當天約有60位同學出席，由集團副主席Dorothy和服務及排版部高級經理雄師傅作演說後，同學們分組參觀各部門的運作，藉以認識史偉莎的衛生管理服務行業及運作，了解商業社會的實際操作模式。

「預見未來」訓育及輔導活動分享日

2014年7月7日，香港教育局訓育及輔導組為幫助中學生思考他們的未來和規劃職業生涯，舉辦了「預見未來」活動分享日。當天約200位中學同學出席，副主席Dorothy分享了事業歷程和創業故事，指導同學們現階段一定要好好裝備自己，要明白行行出狀元的道理，面對任何逆境也不要放棄。服務及排版部高級經理雄師傅則以自身經歷鼓勵同學，要不斷學習、不怕蝕底，將來總有出頭天。

同學們，您們是社會未來的棟樑，加油！

香港餐飲聯 「優良經驗分享」交流團

集團一直很著重與夥伴的交流，透過分享經驗，從而提供全方位的優質服務。

香港餐飲聯業協會(餐飲聯)於 2014 年 4 月 23 日舉辦了「優良經驗分享」交流團，分享會於史偉莎集團總部進行，透過活動教學形式，讓參加者了解史偉莎集團背後的營商理念。當日聚集了一眾餐飲業界的精英，我們分享了：「史偉莎的發展歷程及產品的創新」、「史偉莎的服務性質及急客人之所急的服務理念」及「用人之道和管理經驗」。

集團主席Franco與餐飲聯主席陳首銘博士交換錦旗後，由副主席Dorothy及主管們帶領交流團參觀各部門運作。活動中，來賓們反應熱烈，積極發問，主動分享經驗。

衷心希望來賓們都能從分享及交流中得到借鏡及啟發。



史偉莎台灣 「優化人材計劃發佈會」 一同成長、共創未來

史偉莎台灣從 2007 年發展至今，先後成立高雄、台南、台北、桃園和台中五所營業所，現時史偉莎台灣區同事已超過100 人。

為感謝史偉莎台灣同仁一直的努力，於 2014 年 7 月特地邀請集團主席Franco、副主席Dorothy、香港區高級經理(會計及特許經營支援部)賀曉暉先生蒞臨參加「優化人材計劃發佈會」。由主席Franco親自在台灣南北兩場發佈會上，說明史偉莎大中華的發展和期望，及宣佈台灣的「優化人材計劃」正式開始實行，公司與員工一同成長、共創未來。所有台灣同仁收穫豐富，充分感受到公司對人材的尊重，深化了同事對公司“5” Rs關顧人材的理念。



追蹤史偉莎

2014 遊學營

遊學營是一個一年一度，集比賽、培訓、分享、制度發佈、理念的傳遞和吃喝玩樂等元素於一身的大型交流活動，由史偉莎圓桌會成員組織策劃，出席人員主要為各地區的管理層及當地精英會。遊學營在10月31日，於東莞樟木頭的三正半山酒店揭開序幕，中、港、澳及臺灣，合共25個地區，共117位史偉莎人出席，是歷屆之最。

此屆遊學營主題是「前景」。從史偉莎慈善基金的正式成立，看到了公司對社會企業責任的承擔；襟章制度、學分制及合夥人制度，看到了公司對人材的培育、嘉獎花了不少心思。在優化人材評核中，每一位史偉莎人都能公平和客觀地得到上司、下屬及同級的評分。只要您有能力，願意付出和堅持，終有一天，您也有機會成為公司的高管，甚至合夥人。在遊學營裡，我們見證了從文員晉升為地區總經理及由銷售員變成合夥人的勵志感人故事。



作為一家可持續發展的企業，集團不斷引進優質及有競爭力的國際品牌，銷售員有永遠推銷不完的產品及服務。今次遊學營不但介紹了空氣淨化的產品及甲醛處理的服務，也預告了有可能引進的另一知名品牌。大家也摩拳擦掌，迫不及待要把它們推出市場，務求能夠進一步滿足客人的需求。

當然也少不了所有史偉莎人期待已久的史偉莎3“5”理念廚神烹飪總決賽(中國賽區)，11個參賽地區代表各施煮法，菜式盡顯無限創意及融合公司理念，爭取得到史偉莎總廚神的美號。最終由東道主東莞史偉莎代表易海帶以普通的材料，做出「美而廉」的作品——「錦繡前景」，突圍而出，榮獲冠軍。而亞軍及季軍分別由南京的徐美華及廣州的肖燕鳳獲得。

為期三天的2014年度史偉莎秋季遊學營於11月2日圓滿結束，讓各史偉莎人留下深刻的印象及很多值得回味的地方。大家都期待著下年再會！

追蹤史偉莎



旅遊薈萃



看著這一張張笑臉，您想到了什麼呢？身心的放鬆是為了重新積聚力量，讓史偉莎人有著永遠年輕的心態，享受旅遊的樂趣後，再全程投入工作。這一次又一次的活動不僅增進了大家情感的交流，而且增強了企業凝聚力，同時也體現了公司對員工的關愛，勞逸結合的工作作風。我們愛工作、也熱衷生活，更愛我們的「家」，因為我們是相親相愛的一家人！



圓來如此

○ 圓 來 如 此 ○

史偉莎於1998年登陸香港，除了涉足澳門、台灣，2004年開始進入中國大陸市場。從深圳、北京開始，史偉莎逐步建立起一個由南向北的城市衛生服務網絡，如何才能建立一個覆蓋大中華兩岸四地的網絡？人材培養是史偉莎關鍵的任務。為了實現這個長遠目標，向所在地區推廣集團3“5”理念，史偉莎創立了一個跨城市選拔出來的核心組織——圓桌會。

經過籌備選拔，2012年8月1日，史偉莎圓桌會正式成立。第一屆史偉莎圓桌會覆蓋城市包括：廣州、珠海、佛山、北京、重慶及天津6個城市，圓桌會成員選拔組成後，投票選出會長吳楚堅，副會長吳勇勇，任期一年。

會徽涵義

- a) 外圈圓形，代表圓桌會，圓形沒有盡頭，生生不息。
- b) 圓與「援」同音(以普通話讀音)，意為伸出援手、互相支援，表示圓桌會的功能之一是支援需要幫助的同事。
- c) 整個會徽圖案寓意天圓地方，會徽裡面是集團公司LBS的商標方形，象徵圓桌會是以史偉莎集團為核心，傳播集團的核心思想，貫徹集團主席林先生的3“5”理念，方圓並濟。
- d) 圓圈的紅色代表激情，裡面藍色的色調代表海洋的朝氣、深邃，意味著史偉莎集團的同事不僅有熱血般的澎湃激情，也有海洋般的深邃思想，紅和藍一動一靜，勞逸結合，一切以平衡為主。



期間會員討論、建立了「史偉莎圓桌會制度」，並設計了會徽。

為了配合史偉莎圓桌會，協助史偉莎當地城市執行發展人材工作計劃，我們開始在達標的城市成立史偉莎精英會。第一屆史偉莎精英會於2012年11月1日成立。首批成員包括廣州、珠海、佛山和北京4個城市。

史偉莎兩會「圓桌會」和「精英會」成立後，有力地協助史偉莎大中華執行發展人材工作計劃，各地的興趣小組、旅行、年會、培訓、跨地區比賽、每年一度的遊學營等，都有了一班固定的同事作為推動者，鼓勵各地的同事參與。

經過了第一屆的摸索，在2013年8月1日，史偉莎圓桌會進入了第二屆，新增了成都、深圳、東莞、上海、無錫、南京、南寧等城市，選舉出了第二屆會長吳楚堅，副會長曾劍恒。

如今，隨著圓桌會、精英會的成長，成員們逐步積累了更多的經驗，各地的同事通過一次又一次的活動點滴，漸漸領悟到集團的理念。

2014年8月1日，第三屆史偉莎圓桌會成立，選舉出了會長馬貴琴，副會長楊浩倫。相信在兩位會長的帶領下，史偉莎圓桌會及精英會的成員能團結所有的同事，一步一步書寫屬於史偉莎人特有的歷史。我們都是平凡人，但我們知道堅持，懂得種因忘果，明白要成就自己，必先成就他人！



第一屆圓桌會會長



第二屆圓桌會會長



第三屆圓桌會會長



第三屆圓桌會副會長

由♥出發

深我♥、心你♥、開心齊♥
深人♥、心客♥、鬥心真♥

一間健康強壯的公司，必定由一班開心的員工組成，同時業務上有著一群全心全意支持的顧客。所以說，一間企業的發展，一切建基都是由「心」出發。

如何令員工及顧客開心，便要懂得「開」他們的心。要開他們的心，則首先要做到三心：「留心」、「細心」和「關心」。

留心



全方位「留心」員工可分為三個層面。首先是認識、了解員工的性格、興趣、喜好、學歷、技能、談吐和溝通應對；第二層是他們的生活習慣、家庭狀況及朋友社群；最後是個人的工作技能、經歷及經驗、工作態度及鬥心。透過「留心」便能更有效掌握員工的組合，再加上培訓及適當的工作安排，發揮他們的動力、潛能，導向他們投入工作，融入公司的大家庭。這個「留心」態度同樣應用在認識、了解及掌握顧客，讓顧客開心、欣賞所提供的服務及全心支持公司，是業務發展上不可或缺的元素。

細心



留心只是認識、了解，「細心」是對人(員工及顧客)的心思。觀察員工的細微反射：開心/憂心的事情；積極主動/被動投訴厭惡的事項及情緒；積極掌握/逃避心中抗拒的工作夥伴.....。細心微觀員工的情緒反應反射，才可舒暢、正化情緒，優化、強化流程和制度。細心觀察顧客的內部及外圍環境，顧客的開心/煩惱之事項，他們的客人的種類及動態.....，從而提供高質素的服務，甚至是服務以外的全方位衛生管理知識和意見。

關心



「關心」是溝通、聆聽、探討、協作及行動的精要。互相的彼此關心，信心便能建立，信任才能產生。員工在被尊重、被關顧、被認同及讚賞的文化中，可抒發、可溝通、可發揮的環境中、便會開心、投入地融入公司大家庭，並會用同樣的正面態度為顧客提供關心及貼心的服務。顧客得到全方位的開心而優質的服務，就會成為公司持久的顧客、深交的朋友、一同成長的生意夥伴。

SUM綜合、深深化、心真心



顧客、員工開心開心

公司的"5"Rs理念及優質服務原則便是**由心而發、用心而動、以心而攻**。用「心」出發去認識和尊重每一位同事及顧客，透過培訓及坦誠的溝通，將累積來的知識、經驗和心得真心地彼此交流分享，感動並牽動著他們的心。堅持公司的 5 個核心價值便是「動心」的神髓。「成就自己必先成就他人」、「種因忘果」及「先捨而後得」成就了員工成長及對顧客無私付出的心，同時也提升顧客的生意經營質素，員工和顧客的成績取得相應的肯定及讚賞。用恆常的耐心及關心「攻佔」了員工們的心，凝聚成一個溫暖互助的大家庭，與公司共創未來；同時運用這「攻心」之道取得顧客之信心及信任，公司和顧客的業務聲譽共同提升、持續擴展。因此「心」是令顧客、員工、公司「三贏」的核心動力。



黃劍華 Terence

關顧人材及行政部 經理

人材“5”Rs

中國區紅旗報捷

「錦旗」，是指用彩色綢緞製成的旗子，主要是頒授給各種競賽中的優勝者，或者送給團體或個人，以表示敬意、謝意等。一間企業，為客人提供服務以賺取酬勞，純粹是商業上的買賣行為，與錦旗的應用本來是風馬牛不相及的。然而，最近各地區同事，不斷向總部報上喜訊，傳來一張又一張與客戶合影的收授錦旗相片。由於數量眾多，本期只能精選4個故事跟大家分享。



授旗同事：高級技術員 李平
客戶：上海富士花園會所

我加入上海史偉莎已有一年多，經過公司的悉心培養及個人努力，技術操作水準漸漸提升。有一天，我被公司委以重任，為上海富士花園會所展開蟲害控制工作。此會所位於上海黃金地段，周圍多為老式房屋、會所、商場、酒店等，環境複雜造成猖獗的蟲害。此會所先後共找了5家專業的滅蟲公司，但最終都未達到預期效果。通過兩個月的反復試驗、觀察、操作及換藥等工序後，我終於把會所的鼠密度控制下來，達到愛衛會標準。客戶對此相當滿意，並親自訂製了錦旗「滅蟲高效，服務熱誠」頒贈，以示對我們的認可。這是上海史偉莎和我個人在滅蟲服務中取得的第一面錦旗，每次看到這面錦旗，我都充滿力量，也深信史偉莎的服務絕對是首屈一指的，就正如公司的核心價值—「人無我有，人有我優」。



我加入上海史偉莎已有一年多，經過公司的悉心培養及個人努力，技術操作水準漸漸提升。有一天，我被公司委以重任，為上海富士花園會所展開蟲害控制工作。此會所位於上海黃金地段，周圍多為老式房屋、會所、商場、酒店等，環境複雜造成猖獗的蟲害。此會所先後共找了5家專業的滅蟲公司，但最終都未達到預期效果。通過兩個月的反復試驗、觀察、操作及換藥等工序後，我終於把會所的鼠密度控制下來，達到愛衛會標準。客戶對此相當滿意，並親自訂製了錦旗「滅蟲高效，服務熱誠」頒贈，以示對我們的認可。這是上海史偉莎和我個人在滅蟲服務中取得的第一面錦旗，每次看到這面錦旗，我都充滿力量，也深信史偉莎的服務絕對是首屈一指的，就正如公司的核心價值—「人無我有，人有我優」。



有一天我在成都「香港新記茶餐廳」吃宵夜，在買單的時候，我發現天花板上有老鼠出沒現象，憑著史偉莎人的本能，讓我再一次把史偉莎的使命、我們滅鼠滅蟲的流程清楚告訴他們，並開始了我們的服務。沒想到今早才服務，翌日就把鼠餌全吃光，接著是鼠屎、鼠臭，屍橫遍野！幸運的是，史偉莎不單是滅蟲專家，同時也是衛生服務專家！處理味道，殺菌消毒，是我們的強項！剛剛服務的一個多月，每天，隔天，就要到場免費跟進處理，由此讓我們跟客戶變成老朋友，客戶的每一句讚美，每一個感激的眼神，就是我們前進的動力！



授旗同事：地區主管 陳家慶
客戶：香港新記茶餐廳



2014年9月5日，我到渣打銀行龍城支行做消毒服務時，保安大哥說：「裡面辦公室天花上死了老鼠，現在發臭了.....」。看到客戶如此著急，我拿了梯子爬上天花，用手電筒照著開始找。半個小時過去了，始終沒發現有老鼠殘骸，但憑我多年的滅蟲經驗，判斷死老鼠是在附近的範圍內。可是電線、電話線、線槽、線管都很多，我請保安大哥幫忙扶著梯子，然後我站到梯子的最上面一欄，用手電筒順著線槽看，就在第二層的線槽看到有個凸影，死鼠屍體都膨脹，馬上要生蛆了。我下去拿工具，口罩、調好的除菌藥水等物料.....一切都搞定，臭味沒了，還傳來陣陣的檸檬清香。9月12日，又到了做消毒服務的時間，一進渣打銀行辦公室，銀行主管拿出一面錦旗「敬業愛崗、用心服務」，充滿感激的說：「這是代表我們支行的，所要說的全表示在錦旗裡！」我只是盡自己一點力量幫客戶解決一個服務以外的問題，客戶便對我如此嘉獎，這真應了公司「種因忘果」的理念！



授旗同事：高級技術員 黃橋勝
客戶：渣打銀行龍城支行



授旗同事：高級銷售顧問 劉英偉
客戶：北京市順義區楊鎮人民政府

在北京東北方向有個富饒的地方叫順義區，在順義區的最東邊有個叫楊鎮的村鎮。這裡是順義的經濟開發區，非常有幸的楊鎮政府成為了我們的客戶。每次服務，我們的同事早上六點就已經坐上了去楊鎮的大巴，經過3個多小時才能到達客戶那裡。政府機關每天人流量很大，90多件的潔具，技術員要做將盡4個小時。開始時每週客戶都會投訴，每當遇到了投訴，不管是技術員還是我

都會第一時間的回饋，積極的解決。慢慢的客戶認同了，從投訴變成了認同，再變成了表揚，大家的努力得到了客戶的認可，再辛苦的也值得了。這就是我們北京的錦旗故事，這就是我們北京許許多多的故事之一。



一面錦旗，價值不是來自旗幟的本身，而是得到錦旗的過程及背後的意義。上述的錦旗故事，只是史偉莎許許多多的錦旗故事其中的4個。我們深信，更多的，將會陸續有來。各位史偉莎人，繼續努力！

新知灼見

新產品服務介紹



BIOZONE[®]
SCIENTIFIC INTERNATIONAL

陽光環科國際

我們一直致力提升社區的衛生意識和水平，所以在今年與知名品牌合作 — Biozone (陽光環科國際)，提供消毒、除臭及除甲醛服務，使普羅大眾能夠避免受細菌、病毒及異味等侵擾，影響健康。

甲醛與您

猜想大家應該對「甲醛」這個名詞並不陌生，因為多年前某油漆廣告經常標榜有抗甲醛成份。究竟何謂「甲醛」？

- 甲醛是揮發性有機化合物(VOC)之一，無色透明氣體，有刺激性氣味
- 甲醛已被世界衛生組織確定為致癌和致突變物質
- 甲醛濃度指標普遍為 0.08ppm，香港則分為良好級(<0.081ppm)及卓越級(<0.024ppm)
- 甲醛主要來源包括裝修物件、以脲甲醛樹脂製成的壓製木產品、吸煙及其他燃燒源頭，以及不良通風系統等

消毒、除臭及除甲醛服務

我們與Biozone(陽光環科國際)合作，在香港及大中華區推出消毒、除臭及除甲醛服務。以光等離子(PhotoPlasma™)技術，捕捉空氣中的污染物，迅速分解並轉化為二氧化碳及水份等無害物質。有效消除甲醛及其他揮發性有機化合物，亦能有效減低臭味、細菌、病毒、霉菌及其他飄浮雜質。



型號：PR10/20/30
 覆蓋面積(sq.ft.)：≤500/750/1000
 尺寸：27(L) x 23(W) x 9.5(H) cm
 功能：適用於家居及辦公室，消毒、除臭及除甲醛



型號：AC05/10/20/30
 覆蓋面積(廁格)：1個/≤3個/≤6個/>6個
 尺寸：41.2(L) x 13.3(W) x 9.28(H) cm
 功能：適用於家居及辦公室，消毒、除臭及除甲醛



型號：IZ-X-20/30
 服務量(lbs/daily)：1200-1600lbs/
 >1600lbs
 尺寸：30.5(L)x 10.8(W) x 5.6(H) cm
 功能：抑制製冰機內霉菌及細菌生長

多份國際權威(包括CNRS及FDA Certified Laboratory - Tri-Tech Analytical Laboratories) 測試結果證實，光等離子(PhotoPlasma™)技術能在兩分鐘內消滅單核細胞增多性李斯特菌、大腸杆菌0157、物體表面細菌達致99.999%，而H5N1病毒更能在0.44秒內被殺滅99.9998%。

因此，我們比市場上只針對甲醛處理的服務，更全面、更保障、更重視您和您關心的人的健康。



消毒、除臭及除甲醛服務



成功秘笈

鑽石人生



「陳」是一個大姓，「玲」是很多女性被起用的名字，小玲(陳紅玲) — 史偉莎佛山地區總經理，擁有普普通通的姓名，卻因加入史偉莎這個大家庭，成就了不一樣的仕途和人生。



北京的小玲

2009年11月的北京，就在這個嚴寒的冬季，小玲正式上任 — 北京史偉莎的銷售員，可她不管大風大雪、日曬雨淋，頂著沒業績的壓力堅持下去，越沒單就越使勁播種，最終功夫不負有心人，單慢慢簽起來，生意漸上軌道。有一次，有一位客戶做了服務不願意付款，財務和其他人電話及上門催都絲毫沒用，後來派小玲去幫忙，客戶同樣以冷淡的態度對待，當時北京的天氣很冷很冷，但小玲在客戶門口等了兩個小時，這份毅力深深感動了客戶，最後事情解決了，這位客戶後來還選擇用了公司其他服務。小玲這份堅持，讓她在事業上鋪墊了紮實的基礎。「銷售工作是很辛苦，但您要是熱愛這個行業，只要堅持住了，就變成一份很好玩的工作。」小玲堅定的說。

澳門的小玲

2010年6月，小玲懷著忐忑不安的心情來到澳門史偉莎，任職銷售員，一處與內地的銷售環境截然不同的天地。澳門大型酒樓不

多，大部份只是些小店，而且一些食肆只有夜晚才開門做生意，可她顧不了那麼多，不管是白天還是晚上、是否公司的客戶，都進去拜訪。而這個動力，原來源於中國區營運總監——饒先生。「饒生曾跟我說過，他之前在澳門跑單給自己『一日一單』的目標，我也要跟他一樣，達成甚至超出目標，我深信勤奮會有回報。」一分耕耘，一分收穫；一日一錢，千日千錢。



家一樣的平台

年輕的小玲，能在三個不同地區，取得公司一致認同的工作表現，當問到小玲成功心得時，她把一切歸功於史偉莎充滿家庭溫暖的平台。

在家裡，無論小孩犯了多大的錯，父母總是會原諒自己，是孩子永遠的後盾。「記得今年年初參加香港總部的春茗，中國史偉莎董事劉先生交付我一份重要文件，叮囑要好好保管。誰知我當晚不勝酒力，結果迷迷糊糊的弄不見了」。

弄失重要文件，總有後果吧？第二天，小玲趕緊向上級匯報事件。劉生回覆：「請吃飯贖你無罪。」「我把您交給我的文件弄不見了！」小玲焦急地道。劉生停頓一下，

小玲的心向下沉。「這個事情比較嚴重，唯有……請吃飯+KTV。另外我那裡還有一份檔案可以給你，不過這是最後一份了。」劉生再補充：「我也有記性不好的時候，以後小心便是，沒有問題的」。

小玲內心既內疚又感動，同時默默的告誡自己，以後也要像劉生一樣的包容同事，懂得用輕鬆幽默的溝通方式處理已成事實的錯誤，用言傳身教來感化同事，陪伴同事一同成長。



佛山的小玲

2011年6月，小玲今次帶著集團主席Franco在澳門公司交付給她的期許、肯定和信任，孤身一人來到佛山。「新市場必須自己去跑市場簽單，以後面對銷售時才更有實力，才能管

理團隊。我就這樣堅持著，半年後有了第一位業務同事。」不過，由銷售走至管理角色，曾讓小玲感到很辛苦，甚至懷疑自己的能力。小玲感恩每當遇到困難時，上級總會給她肯定和安慰。史偉莎中國董事鍾先生，經常適時的挑選些書本送給小玲，這些書教會她情緒管理、團隊協調，讓她學會放手讓同事成長，同事間的友愛、團結及工作熱情也相應的提高。



煤炭抱怨自己天生身體黑及沒價值。鑽石聽了安慰道：「同胞，別難過吧！」煤炭不相信自己跟光彩奪目的鑽石是同胞。鑽石回答：「我們是遠房親戚！我們的成份都是『碳』。只因我數千年以來在地底承受很大壓力，及很後期才出土，所以我們後來的樣子會不同。」是的，鑽石和煤炭是家人，前者有幸停留在合適的環境，加上個人的毅力和忍耐，不斷武裝自己，最終成為價值連城的鑽石。小玲把成功歸因於公司像家一樣的平台，事實上在她事業發展旅途上，更多是因為她做事的堅毅、投入，凡事為公司多想一步，勇於接受挑戰。

於2014年公司的遊學營上，主席Franco與小玲正式簽署，成為集團「合夥人計劃」的第一位公司合夥人！ 愛迪生曾經說過：「天才那是1%的靈感加上99%的汗水」。小玲的成功，她自身的付出是不容置疑的。

眾人媽打

世上只有媽媽好，母親在很多人心目中，都是非常偉大的。在香港史偉莎，竟然出現一位人稱「眾人媽打」的人物！她到底是何方神聖，贏得此稱號？她，是服務部經理屏姐(黃惠屏)，香港史偉莎的第一位員工，及香港管理團隊一致推舉為集團刊物第一期《成功秘笈》的專訪人物。

第一位員工

在16多年前，與史偉莎集團副主席Dorothy的一席話，燃點了屏姐心中那團火，從此踏上一條樂此不疲的「不歸路」，正式成為香港史偉莎第一位員工，與一班志同道合的夥伴，拍住上成為「開荒牛」，開創企業發展及個人成長的新天地。

「很多人都問過我，為何願意洗廁所？是緣份，也是性格使然。那年，副主席Dorothy向我解釋他們的新公司引入美國的洗手間深層清潔及消毒服務，可以改善社區的衛生，讓我想起有些朋友的孩子，因公眾洗手間的惡臭而寧願忍著回家，不肯在外如廁。我素來喜歡幫助別人，覺得這是一份很有意義的工作，所以就加入這個大家庭。」

兩個家庭

香港電視劇有一名句：「人生有幾多個十年？」寓意大家要珍惜光陰，在短短數十年的生命，做些有意義的事情。一個使命，讓屏姐在史偉莎經歷了首個十年，並邁向第2個十年。雖說史偉莎是一個大家庭，同事之間互助互愛，但說到底，都無法取代自身的家庭，放下妻子和母親的角色，屏姐作為一位事業女性，究竟是如何平衡這兩個家庭呢？

「加入史偉莎時，兒子已長大成人，丈夫和兒子對我於事業上的選擇是百分百的支持和尊重。上班初期，因生活作息變化很大，他們確實很不習慣。但我很幸運，家人很信任我，讓我做喜歡的事，只是擔心我的健康及能力是否應付得來。」





有人話：「一位成功男士的背後，一定有一位女士在默默支持」，屏姐不是男士，但她一直感恩親人身體力行的支持。「家人為了想多些時間與我一起，他們寧可推遲晚飯時間，我亦會趁吃飯時分享每天工作的苦與樂，令他們了解我的工作、了解我的公司，然後，他們便能放心。」



火繼續燒

一般情況下，人員在入職首三個月，都是充滿拼勁，期望好好發揮，而這份衝勁，往往會隨著入職日久，逐漸遞減。屏姐在史偉莎16年多，心中那團火卻一直燒得火紅。「在史偉莎，同事間的感情如兄弟姊妹般，有難題時一齊解決；遇到難處理的客戶，集團主席Franco會來探班支持，毫無架子；服務後得到客戶的認同；看著新同事日日進步等帶來的滿足感，都是我的原動力。」屏姐分享，在這16年多，每一天都在享受工作，從未想過放棄、離開或退休，她的敬業樂業精神，絕對是我們的學習好榜樣。

不一樣的媽打

雖說不言休，但公司發展需要傳承，屏姐作為眾人媽打，在培育新人自有一套心得。「培訓新同事不能按傳統的師徒制，要互相尊重，千萬不可說：『你唔識，等我教你！』

因為新人會理解為：『年資比我長的同事對我這個新人沒信心。』要耐心解釋和示範，待他們掌握基本技能後，得到客戶的認同，信心便會慢慢增強。」告訴大家一個秘密，外貌青春的屏姐，今年已60歲，生於「家長式」教育年代，但她卻能突破框架，用現代方式培育新人，與時並進，真是讓人由衷的佩服。

成功背後

一個硬幣有兩面，16年多的職業生涯，總有些不足為外人道的經歷。「曾試過因工作令手痛到不能拿起筷子吃飯、不能刷牙、半夜背痛到不能入睡等。但有感當時人手有限，不能失信於客戶，又不想家人擔心，便『頂硬』上，搽上藥油止痛後，又繼續去服務，到真的撐不下去，才請假去看醫生。」

「早期，有很多客戶對我們的服務不了解，沒有太大信心，其中有一次當我去做洗手間首次清潔服務時，一間中式酒樓負責人對我說：『都係營業員吹大效果而已，既然我老闆答應要試，你就即管試下啦！』眼見他的不信任，我並沒有洩氣。我使勁地默默洗刷那些灰黑的潔具，到他來檢查時，看到潔具如新，主動叫我休息一會，還泡了茶邀請我一起吃下午茶點，那隻鹹水角的味道，至今仍不時在我心中回味。」

「成功者找方法，失敗者找理由」，屏姐用效果證明她的專業，客人一個又一個地由不相信到接受，慢慢改善了業界的洗手間清潔問題，提升了其企業形象，也對史偉莎投下信心的一票。「史偉莎 — 您的衛生專家」這個金漆招牌，是透過所有史偉莎人一步一腳印努力得來的成果。

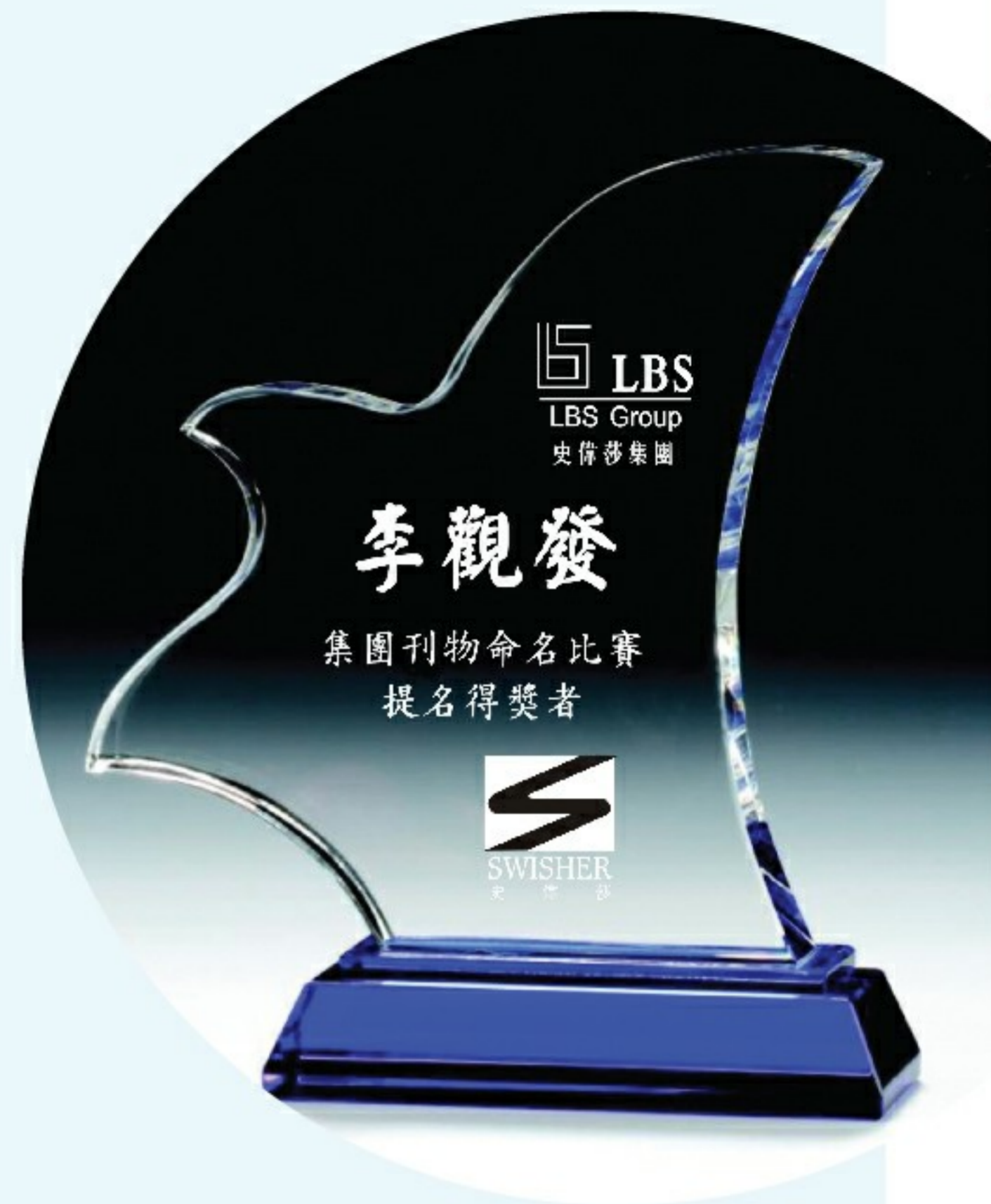
小時候，曾膚淺的認為，律師、醫生才是專業，屏姐的成功故事，說明行行出狀元，在不同行業的您我，都可以是專業。態度影響高度，屏姐的用心、投入和堅持，讓她盡情發揮、享受過程、達成目標。她的身體力行，說到做到，就如母親一樣的偉大，也解釋了她為何成為眾人的媽打。媽打屏姐，我們所有史偉莎人，全體向您致敬！感恩團隊中一直有您在！

員工見地

為了建立一個良好的溝通平台，加強員工的歸屬感，促進與客戶之間的聯繫及提升公司形象，公司準備編制刊物，並舉辦「提名比賽」活動，讓兩岸四地的同事們都有機會給刊物命名。一開始我也想了很多不同的刊物名字，但是都不太貼切史偉莎的發展及前景。後來我在「21世紀」網站上，看到採訪集團主席Franco講述史偉莎發展歷程的報道文章，裡面有一句話：「全面佔領洗手間」，這很有戰略性的一句話，拓開了我的思路。



刊物提名獲獎感言



一路以來，史偉莎服務領域正在逐步的全面拓展，產品和服務專案也是全面趨向多元化。而我，作為廣州史偉莎其中的一位銷售人員，我的工作就是讓客戶全面瞭解史偉莎；我的工作目標就是促成客戶與史偉莎全面的合作。於是，我想到了360°，這是一個全方位的視角，刊物的內容及目的就是讓讀者能以全面的視角瞭解史偉莎。我決定以「360°史偉莎」這個名字參賽。

我想：「360°史偉莎」這個名字恰好符合了大家的想法和理念，所以得到大多數人的投票及認同，所以，最終能勝出。同時，我也很榮幸能為史偉莎貢獻自己的一份能力，為這本甚具意義的刊物命名。

《360°史偉莎》刊物將是史偉莎集團為大家打開的一扇新窗戶，一個新平台。我相信她會越辦越好，因為每一位史偉莎人都在用心的陪伴著她成長！

老吾老 以及人之老

撰稿 | 會計部助理經理 馮志盛 Keith

在香港精英會的安排下，我們一行 13 人於 9 月 14 日下午，到達位於九龍鑽石山的志蓮淨苑探訪長者。

探訪前，我十分緊張。不知這裡的長者的身體狀況如何？對我們的探訪及節目有何反應？當我們到達大廳時，看見很多婆婆已經坐在椅子上等候我們，她們大都精神不錯，只有一些因行動不便需坐在輪椅上。她們臉上都流露出十分期待的表情。

在魔術表演及粵曲獻唱後，隊員與婆婆們一齊合唱「分飛燕」，把整體歡樂氣氛推進了頂峰。在節目尾聲時，全體隊員一起派發禮物包給每一位長者，並且送上親切的慰問和祝福，簡單的言語中，蘊含著真情、喜樂、愛和關懷。那一刻，我們都被感動了，亦為大家真誠的付出而感到驕傲！

探訪後回到家裡，看見雙親正在討論家中要事，這一刻，我感覺到自己是那樣的幸福！



撰稿 | 廣州義工團 (陳玲駒、肖燕鳳、白丹、駱留明、周淑臻、李花美、陳永德)

「尊老愛幼」，是中華民族的優良傳統。在圓桌會會長馬小姐的帶領下，廣州義工團於 2014 年 8 月和 9 月到了「衝口荔灣老人中心」及「海珠區慈心養老院」探訪老人。

這裡的公公婆婆只是廣州老年人的部分縮影，在他們身上有著許多的故事。在短短的數小時，我們陪著他們聊天、唱歌、跳舞，聽著他們嘮叨.....公公婆婆會跟你講很多過去的事情，會唱過去那些年代的歌曲，看到他們滿滿的笑容，我們都感到很快樂。

在做義工的道路，我們會一直繼續做下去.....希望這個社會能充滿愛心和關懷。我們是志願者，我們是廣州義工團——我付出、我收穫、我快樂、我感恩。讓更多的人加入我們的團隊吧！



危害健康的「小魔鬼」蚊子



據調查報告，目前世界上已知的蚊蟲種類達 3,000 種。我國已報道的有 300 多種。經常嗜吸人血與人類關係較大的疾病主要媒介蚊種，全國計 11 種。

蚊蟲可以傳播多種疾病，如中華按蚊可傳播瘧疾、三帶喙庫蚊可傳播乙腦、埃及伊蚊和白紋伊蚊可傳播登革熱、嗜人按蚊可傳播絲蟲病等。上述疾病對人類危害很大。蚊媒傳染病的流行，一般具有兩大特點：一是季節性。蚊媒病只有在某些蚊種活動季節才能傳播流行。如乙腦在上海的主要傳播流行時間是 7 月下旬、8 月上旬，這與 6 至 8 月蚊蟲繁殖高峰期密切相關。二是地方性。蚊蟲的滋生除受氣候影響外，還受到地理環境的影響，不同的蚊蟲有不同的地理分佈。因此，蚊媒病的發生和流行有一定的地區性，形成地方性疾病。

蚊蟲與積水密切相關，有積水才會生蚊，只要消除不同類型的積水，就能有效控制蚊蟲滋生。積水大致可分為兩大類：一類是自然積水，如溝渠、河濱、池塘等；另一類是非自然積水，如缸罐容器、樹洞、竹節、石穴、防空洞、窪地等。對上述滋生地進行化學、生物、物理等防制，是控制蚊蟲的治本措施。

家庭中容易有蚊蟲滋生的場所，有廢棄的易開罐、瓶、盆、泡菜缸(醃製缸)、澆水壺、盆景、花瓶、冰箱接水盤等小型容器積水，這些積水是您家中蚊蟲的主要來源地，要及時清除。

有積水就會生蚊蟲，大到湖泊小到雞蛋殼，只要有積水，就可能有蚊滋生，一些生蚊的特殊場所往往容易被人們忽視，如公園綠化地上廢棄的飲料瓶、飯盒等小型容器、廢船、苗圃中的花盆、釀造和飲料廠的各種瓶、修車廠的輪胎、建築工地的毛竹筒及工地積水等等。這類滋生地滋生的是白紋伊蚊，幼蟲滋生於小型容器積水中，是居民家中的常客，攻擊力強，白天也叮人，叮人高峰期在黎明和黃昏，而且吸血後有再次吸血現象，吸血量大，一隻白紋伊蚊吸血量比蚊的體重還重。

要對付危害健康的「小魔鬼」—蚊子，有效預防蚊患，由處理積水做起。

韓毅

上海史偉莎滅蟲管理服務部 營運經理

進入有害生物防治行業 4 年，持有害生物防制員高級證書，具有豐富的蟲害管理知識與現場操作經驗。





冬天必飲湯水, 您今日飲左未?

「又到聖誕，又到聖誕，又到聖誕啊啦啦啦啦.....」大家係咪開始聽到四周圍都播住聖誕歌呢？聖誕歌一響起，就代表又凍又乾燥的冬天正式來臨。根據香港天文台過去30年紀錄，聖誕節當日平均氣溫係攝氏17.6度、相對濕度69%，呢D溫度同濕度係香港已經可以令您凍到「入心入肺」.....

筆者最近裝左部有齊過濾、紫外線殺菌同抗菌塗層的飲用水機，當然要係呢個冬天好好利用下。有優質的水梗係要煲番個靚湯，滋潤滋潤一下啦！等我介紹兩個冬天必飲嘅湯水俾大家啦！

冬天必飲湯水(一)

沙參玉竹煲老鴨湯

材料 老鴨一隻(約600克)、北沙參60克、玉竹60克、老薑2片
做法 先將材洗淨切好，放入煲煮一個半小時，加鹽調味即可
功效 滋陰潤燥，使皮膚柔嫩細膩



冬天必飲湯水(二)

蘋果雪梨瘦肉湯

材料 瘦豬肉200克、蘋果300克、梨150克、蜜棗50克
做法 將豬肉剁成粒，燒滾水先放入豬肉粒，蜜棗煲半小時，除去泡沫，再放入梨、蘋果再煲半小時，加鹽調味即可
功效 滋潤功效特別強，亦能清熱潤肺、健脾開胃、降低血壓，老少皆宜



資料來源：
香港天文台聖誕節的氣候資料：http://www.hko.gov.hk/cis/statistic/ext_festival_christmasday_c.htm
心食譜：<http://www.xinshipu.com/>
美食天下：<http://home.meishichina.com/>

何廣聰 Kenny
高級市場推廣主任





《成績是幹出來的》

· 安欣 ·



主要內容

作者以「功夫熊貓」作為前言，引申想幹出自己夢想的成績，忠誠是關鍵！職業忠誠，是對於自己所從事職業的認真負責態度及願意為此獻身的精神。這種奉獻精神是發自內心的、自發的、毫無功利色彩的。既然是為職業而奉獻，就少了很多做秀的成分。對於企業來說，所有公司無一例外地希望吸納忠誠的職員，因為忠誠已經不僅僅是對道德標準的評判，而是一個對員工職業水準的衡量，更是一種敬業精神。缺乏忠誠的人，沒有發揮才能的舞臺，成就不了事業的同時，也加入成為「懷才不遇之人」的大隊。

讀後感

「忠誠」兩字，很多人都會聯想到對家人、愛人和朋友的態度方面。好像與我們在史偉莎工作上完全相連不上。但看了這本書其中一章，感覺有莫大相連。

缺乏「忠誠」的員工，會出現以下兩個情況：

- (一) 在事業方面，處處只為自己利益打算、斤斤計較、缺乏投入感和責任感，總是覺得付出多，得的少；
- (二) 在工作方面，不認真為客戶服務及處理問題，導致客戶提出投訴，或停止服務。

其實「忠誠」就等於很多人平常掛在口邊的一個四字詞語：「用心去做」。全心全意做好服務，替客戶改善環境、解決問題，最終是一定會得到認同。反之，只會原地踏步，甚至只能選擇離開。

輕鬆一下

輕鬆一下

請在以下兩幅圖中，找出5個不同之處



地氈清潔真的那麼重要？

我在近日有兩個經歷很有啟發性，在這裡與大家分享。

甲公司的培訓室剛裝修完畢，公司發出了一個新政策：「學員在培訓室只准喝清水，任何有色飲料一律禁止。」原因是室內鋪了米色地氈，弄污了有礙觀瞻，於是索性禁制奶茶咖啡，以保地氈之潔白無瑕！我問：「用之前的深色地氈不成嗎？」管理者振振有詞：「他們下課後在外面喝不是一樣嗎？」啊，原來在他心中，地氈整潔比員工精神爽利更重要！

乙公司近日開放了會議室讓同事中午入內吃飯，大家濟濟一堂有說有笑，越來越多人願意留在公司吃飯，既省錢又溫馨。事緣新任老總有一天看見幾名同事在茶水間站著吃午餐，同事說座位擺滿文件不方便開餐，老總馬上帶他們入會議室，請他們舒舒服服地進食。行政經理婉轉地提醒老總：「會議室充斥飯味，有客人來開會，有點不好意思。」老總溫柔地訓示：「不要擔心飯味，他們還會嗅到我們的人情味。」我問：「還有後著嗎？」老總滿肚密圈：「以後每周為同事供應一次時令湯水，每月在會議室舉辦一次員工生日會，凡有大節日公司上下一起慶祝，反正會議室一天用不了三小時。」

甲乙兩公司的管理政策相映成趣，頗堪管理者玩味。

我問甲公司學員有何感想，他們的反應：「不喝咖啡奶茶不是問題，但知道公司視物件比人的感覺重要，卻滿心不是味兒，我們覺得不被尊重。」乙公司同事對新政策十分擁護，他們視老總為「明君」，覺得一個新時代來臨了，士氣油然而升。兩家公司沒有什麼管理大動作，只是在枝節上做了一些改變，卻因為牽涉人員的情感因素，結果造成了士氣的微妙變化。

管理者在日常工作時要做決策，往往把行政效率放於前列考慮，期望凡事降低成本、提高效率，到頭來卻降低了人員的滿足感，令事情雖然辦好了，同事們卻怨聲載道，不肯全心全意支持公司政策。其實，做人員士氣工作不需要大動作，人人希望得到關懷、尊重、愛護。打工仔一般都知道要服從公司和上司的指令，也明白開源節流是生存關鍵，他們只是反感被人當作工具使用，沒有人考慮他們的需要和感覺，一味追求企業績效而已。

話說有一家近年發展迅速的餐飲公司，多年前因為銀行轉賬手續出了問題，可能要延遲一天發薪。領導人二話不說，從銀行提取巨款，逐家分店向員工發現鈔出糧。員工見到老闆身水身汗來付錢，莫不心弦震動、一生難忘。其他公司多數會怎樣處理？發一紙通告，告訴員工遲一天出糧吧！這名領導人跟我說：「若公司可以遲一天出糧，人員可以遲一點上班嗎？信心和忠誠不是建立在什麼大處，我們時常在小處用功，人員的心水很清，他們發現我們是真的以人為本，大家自然由衷支持公司發展。」

三個故事帶出一個道理：「管理者在小處用功，更能持續激勵員工。」

香港中小企業發展研究中心首席顧問，善長研究及培訓企業壯大，近年專注撰寫企業傳記，包括稻香集團的《得稻多助》、太興飲食集團的《方圓興太》、陽光洗衣集團的《洗出美麗人生》。

鄭柏禮 Paul



營「銷」0與1

高效營銷 6部曲

摘錄自《讓品牌「飛」！— 策略社交媒體、網絡營銷實戰秘笈》(「誠品書店」財經及商業類暢銷書NO.1 * [2014年9月])



第一代高效營銷 5 部曲

結合多個認知心理學著名學院在市場營銷方面的學說，華人策略營銷大師、香港中文大學行政人員工商管理碩士課程主任陳志輝教授(Prof. Andrew C F Chan)在1994年提出了「高效營銷 5 部曲」，當中包括「知」、「明」、「喜」、「行」和「慣」。

第二代高效營銷 6 部曲

其後，羽一於 2005 年綜合了陳教授的五部曲，對這模式作出了補充：

- 引入第六部 — 「傳」：「傳」(Referral)是指消費者會否向其親友推介某品牌的產品、服務。不過一個有趣發現：即使消費者喜歡某產品服務，也不一定會向其他人推薦。3 點原因如下：
 - 人本性自私：以補習課程為例，上過一級補習名師課堂的學生一般都不會向其朋友推薦。
 - 對品牌熱愛的秘密：某些「貼身的私密產品」，很多時都是某傳統文化的「禁忌」，例如衛生巾及安全套等貼身物品。
 - 擔心產品、服務貨不對辦：消費者害怕自己推介的產品不一定能提供相同或更高價值予其朋友。如果該產品或服務根本沒有如推薦者所說一樣好，他會擔心受到指責。
- 生生不息的模型：市場營銷的溝通應為一個不斷循環的過程：一個品牌會推出在價錢及質素方面更好的新產品及服務，從而鞏固客戶關係。每次推出新產品都需要經過一次循環。然而，實際的循環會根據不同的地理及環境因素而有所改變。例如某消費者沒有「慣」— 習慣購買產品，已經將產品「傳」給他的朋友。
- 為不同階段的顧客分類：為了易於分辨已經運用的策略及基石，在不同階段的「客戶群」會有不同稱謂，以資識別。



第三代高效營銷 6 部曲

經過最近數年的反復研究，羽一在2011年再就高效營銷模型作出補充。數碼及社交媒體的興起「顛覆了線性傳遞的傳統市場營銷溝通方式，在數碼時代可以透過社群網絡「Like」和「Tag」的功能，Facebook用家們會在未「行」(購買)甚至未「知」(得知有關產品)的時候已經開始「傳」(推介給身邊的人)。這是一個「病毒式營銷」(Viral Marketing)的絕佳演繹。

香港市務學會副主席及創智市場策略有限公司董事總經理。商業實戰教育家，專研策略數碼及社交媒體營銷、策略品牌管理等，因創建「紫海策略」而獲「紫海之父」之稱。著有:《贏銷策略— 打造品牌必讀 50 例》、《讓品牌「飛」！— 策略社交媒體、網絡營銷實戰秘笈》等。

Email: jeffreyhui@innosights.com.hk

Facebook 專頁: www.facebook.com/lingyuyi 凌羽一 Jeffrey Phoenix HUI



以上內容不代表本集團立場

談 虛 實

很高興能夠榮獲史偉莎集團刊物《360°史偉莎》的邀請，撰寫中醫專欄。在這難能可貴的平台，我會盡力向讀者講解中醫的知識，讓大家了解如何養生保健。

很多人知道中醫講求陰陽平衡，但到底何謂陰陽？何謂平衡？首先，我們便要由「虛」與「實」說起。理解虛實的概念，是了解疾病的起因、治療及預後的基礎。

我們的身體若要維持正常運作，需要各種各樣的資源，如溫暖人體需要火，潤澤身體需要水。每一項資源都有一個相對合適的水平，太多或太少都會出現問題。舉一簡單例子：頭部需要氣血的供養，如果頭部氣血太多，持續不下，就會出現頭脹；相反，頭部氣血太少則供應不足，因而感到頭暈。過多、過少的問題，就是中醫學理論裡，認為人體產生疾病的原因之一。古時的用詞，把過多稱作「實」或「有餘」，過少稱作「虛」或「不足」。

中醫理論的一個特點，在於既有五臟六腑各自運作的個別觀，又有臟腑互相協同的整體觀。要談中醫的虛實，一定要從個別及整體兩方面出發，否則就會被表面的症狀誤導，猶如瞎子摸象，知其表象而不知其內因，得此失彼。

再舉一個例子：頭髮的生與長都需要腎血不斷供應，若腎血供應不足，頭髮就會出現乾燥、易斷、減少等問題。透過中醫的脈診，了解內在的臟腑氣血盈虧，當知道了身體是處於腎血不足的狀態，便找出了脫髮的內因。將內因與表象互相結合，就形成了中醫學理論的整體觀。治療脫髮，除了外用的護髮產品，也要兼顧內因的處理。因為身體每一個外在的症狀，都必然是虛、實失衡的內因所致。單純從表象著手，這種治標的療效不能長久。唯有從內外俱治的途徑，方可相輔相成，一方面盡快減少因脫髮引起的外觀問題，另一方面也解決引起脫髮的根本原因。

「虛」與「實」、「表象」與「內因」都是中醫理論所講的「陰」與「陽」。虛實弄反了，過少的再減少，過多的再增多，病不但治不好，更會加重。唯有把不足的補充，有餘的削減，一切回復到相對合適的水平，這就是中醫追求的平衡狀態。

宏法

香港註冊中醫師，曾任職中醫臨床及科研工作，現致力透過文字道出中醫真諦及分享行醫點滴。



病向淺中醫

阿文是香港一間知名酒店中菜廳的點心師傅，我跟他相識至少有十年。是的，他是因為長期腰骨痛而到處求醫，最後輾轉經朋友介紹而跟我結下醫緣的。在這十年間，阿文的腰痛反反覆覆，每當天氣轉變、颶風季節、工作繁忙或缺乏睡眠都會令情況轉差。當阿文放大假有充足休息及「乖乖地」去游泳後，腰痛亦會稍微好轉。

事實上，初期阿文的腰痛情況表面上並不是很差，可惜他沒有聽取骨科醫生及我的意見，立下決心去把腰痛徹底處理，反而採取「打游擊」政策，腰痛發作時就貼貼膠布、搽搽藥膏、游幾次水等。到這些方法都無效時，阿文就會吃點止痛藥及做一兩次物理治療。當情況稍有好轉，便立即停止對腰病的處理及關注。阿文認為只要腰骨暫時不痛，就沒有問題了。他這些有欠積極的跟進方法，也許是因為他自己對徹底醫好腰病並不抱有太大希望。

說到阿文的身型，他是一名胖子，五呎三吋的高度，卻有一百六十磅的體重。他每天挺著大肚子在廚房內走來走去，既要「擒高又彎腰」地清點存貨，有時又要幫忙把凍肉及食材搬出搬入，做點心時又長期站立缺乏休息。由於要承托大肚臍的重量及長期站立，阿文的腰肌、大腿四頭肌(即大髀正面的肌肉Quadriceps)及臀部的梨狀肌(於屁股外側Piriformis)都因勞損而變得繃緊，走路時屁股及盤骨像鴨子般向後蹺起。這些都是長期腰患的常見徵狀。

雖然阿文很忍得痛，但最近數年，他的腰患明顯轉差，發作次數愈來愈頻密，每次都需要更長的治療時間。他的不適亦由腰痛蔓延至大腿後及小腿後的拉扯痛，又有腳掌麻痺及大腿乏力的徵狀。經磁力共振及骨科醫生診斷後，得知阿文的問題已不再是單純的腰骨痛，而是已發展至更為「手尾長」的椎間盤突出(Protruded Intervertebral Disc)，他的腰椎神經因受壓而引致腰腿疼痛無力。

其實阿文現在最需要的並不是風濕膠布及止痛藥，他需要接受腰椎牽引治療(Lumbar Traction)替受壓的神經根減輕壓力。亦要認真的管理體重以減輕腰椎承受的壓力，每天伸展已勞損繃緊的肌肉以改善腰椎及盤骨的生理弧度，及要鍛鍊前腹的核心肌肉羣(Core Muscle Strength)以鞏固腰椎。最後，更要注意工作時站立及提舉重物的姿勢是否正確，以防勞損或扭傷。

「病向淺中醫」，當身體發出警號時，不宜掉以輕心，錯過最佳的診治時間。所謂「治療」，首先還是要懂得「自療」，在日常生活做好預防及保護，時刻注意身體狀況，發現問題時，主動找專業人士協助。

謝詩聰 Albert

澳洲香港註冊物理治療師
www.bethesda.com.hk



帝王之學的第一回

「帝王之學之連山易」經歷了二千二百多年後，自秦始皇焚書後，終於在2009年重現大地中華，它得以傳承到今天，乃是由於先師們歷盡百代滄桑，一代又一代永垂不朽的承傳。在清朝是老師爺——白勝玉先生，到民國及現在是師爺韓藝先生及師父博爾多。

原篆體隸書抄本在文革中焚毀。韓藝老先生憑藉超人的記憶而著述，至2009年初秋把書問世，今若他不傳，料這學問再無人續寫。至此我中華《連山易》可以正訛誤于易壇，使國學的基礎得以正言，使後代能以此書瞭解自然、瞭解自身，對世界觀、人生觀、處世觀、道德倫理觀的正確認識，為構建和諧的人類社會生存環境而長謝此著！

此帝王之學是中國在七、八千年之前就已成形的象、數、理、占的哲學著作，是教王者如何執掌權柄，東家、商家如何立身立市交貿之機要，是統帥秘笈，是教化我邦爾曹成人之大課。如坎卦教人學習的方法，離卦教兵家如何養兵、用兵和防兵，自家如何優生優育處理家庭和社會問題，農家如何適時種植收穫等。

這學問是由古人觀天文日月氣節變化，再經過我族幾千年的代代驗證及完善的，是我中華之寶。《連山經易》雲：天地之大莫過乎風，風運地，地載山、水、澤，風頂天而推離成日光，萬物生焉。人居地分男女，一陽爻定男，一陰爻定女，陰陽備索乾坤三爻成卦。六氣通，分四季，風雷動，萬物生息。定八節，八卦成，尊戊己，帝王居兮。天設險風雷雨驟河流成天網顯形，地設險成山川湖海盜賊生矣；高山中藏熊羆白虎威傷，有八卦定八方戊己中央；成帝王九五居中，雷聲動相兵戎坎離交鋒；爭乾坤成值符休咎運行，由六氣成生死傷病尚存，逢春震權柄威懾，離文武定帝之本，坎勞役載帝之舟，奪乾坤天下所向。由艮兌人論繁衍，寅申巳亥天網所主司，辰戌醜未父母訓教，巽震主權柄，坎智謀，離文武，兌金銀，各主所論。由三元和六甲萬象之主。由四季運六氣休咎已判。六甲者輪值符各主值運，四季者主司萬物一春人生一世。六氣者三旺三衰主司休咎，決不可推五行謬之人生。立方圓成規矩四季旺衰，有傷符帶病符多主不幸，白虎合病符病患滿門，吉利宮變凶處奔波傷財，有權柄入墓絕難論長命。〔下回再續〕

2014年10月1日草於香港國慶

連山易國學香港總會會長；全球財智薈萃(香港)有限公司首席執行官。擁有超過30年管理及企業戰略實務經驗。曾任職勞斯萊斯汽車中國及香港，策劃及執行過多個極受注目而又成功的行銷及推廣活動。為國立南澳大學工商管理學博士(專攻策略定位)。現為亞太區的註冊市務師，曾擔任香港市務學會主席。《有興趣之士可聯絡：(852) 9722 8850》

黃忠建博士



夢想 能把鹹魚 翻生

影視紅星周星馳先生在電影中講了一句令人津津樂道的說話：「一個人如果沒有夢想，和一條鹹魚是沒有分別的。」可見夢想如何重要，幾乎等同一個人的生命。有否想過發夢也是一種樂趣，尤其是天馬行空的白日夢？在夢想世界裡，我們的思維可以無拘無束地自由奔放，很多平時不敢想的，覺得無可能在現實世界中實現的，竟然可在夢境中達到。

也許牛頓沒有坐在蘋果樹下發夢，就不會由從樹上跌下來的蘋果，想到萬有引力的存在。也許萊特兄弟沒有看著天空自由飛翔的鳥兒發夢，就不會想起人類也可高飛的夢想，不會發明飛機。事實上，人類現在的生活也是從夢想得來的。只要有夢想，再加上主動嘗試，我們總會發現世上很多本來不可能的事也會變成有可能。除了科學家有這種追求夢想成真的精神，在職場馳騁的，也需要擁有這份「夢想力」，才能享受屬於自己的成功。

英國有位商人，他本來不是生長在富貴之家，但憑著夢想，他現在坐擁超過300家公司，更被英國皇室封為爵士，他就是查理·布蘭森。可能有人會說：「也許他成功只是因為幸運矣。」我們不妨看看布蘭森的經歷吧！

在上學時，布蘭森被診斷患上了閱讀障礙症，成績一向不好，他尤其討厭數學，最後輟學時，校長對他說：「你將來要不成為一位偉大的領袖，不然就會成為一位囚犯。」學習上的不如意並沒有影響布蘭森的夢想，他自小就想當上一位企業家。他在學校創辦學生報，更為報刊內容敢於和政府對簿公堂。他又試過走私影碟被捕，坐過幾天牢房。也許布蘭森曾走過不少艱難路，也碰過不少壁，但他始終沒有放棄追求成為企業家的夢想。

剛才提到布蘭森的數學十分差，但做生意最重要的卻是要看好數據，布蘭森在創業期間竟然連GP(毛利)和NP(純利)也分不清楚。結果有人用顯淺的比喻向他解釋道：「毛利就是指大海裡的魚，純利是你網中的魚，也就是說純利才是真正的收穫。」是的，布蘭森的數學雖然很差，但因為他有堅定的目標和不恥下問的精神，且不介意多走一點冤枉路，別人行一步，他行兩步，結果維珍王國就是這樣創立起來。

若不想變成鹹魚，不妨多發夢，說不定有一天靈機一觸，會讓我們找到引爆點(Tipping point)，這時我們只要拿出勇氣，把夢想化成行動，能造就的成就可能會超乎我們所想像的。看罷本文，不妨閉上眼，發一回白日夢吧！鹹魚是會翻生的。

司徒永富

鴻福堂集團執行董事，身為企業家，但同時一人身兼多角，包括副教授、演講員、寫作人。著有《老闆要的不是牛》、《唔緊要——心中有富的人生智慧》等。





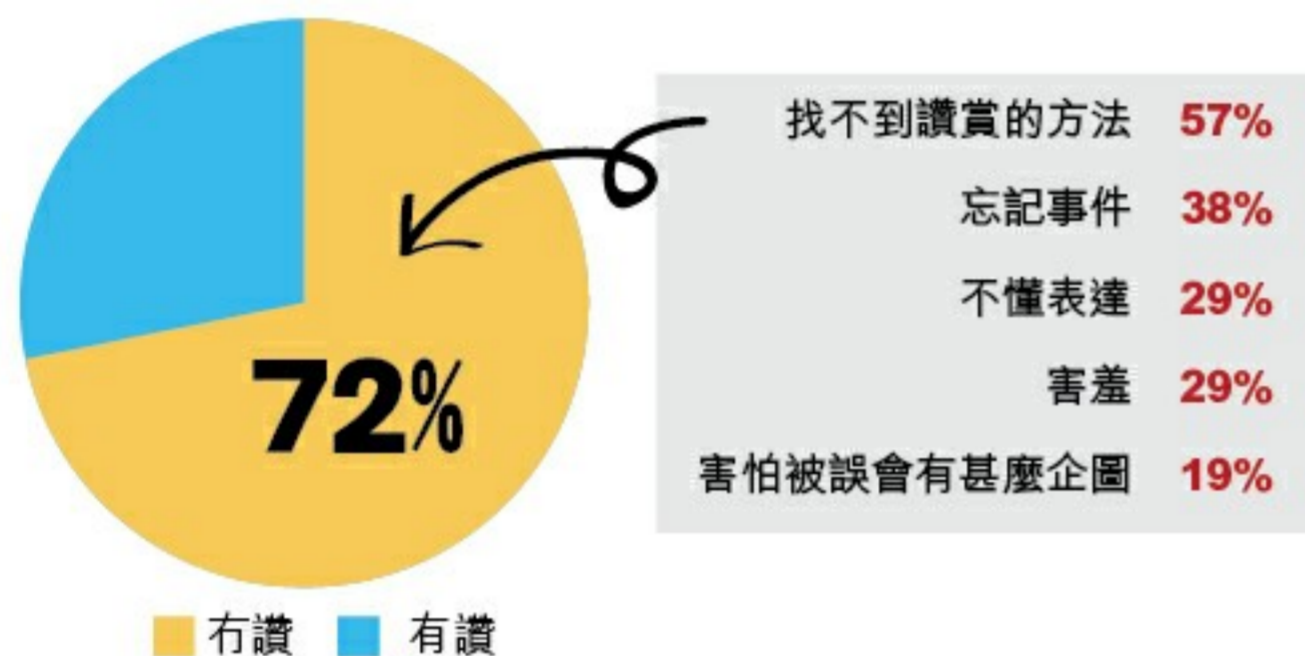
《我讚！焦點》

我讚！委託香港浸會大學，透過電話調查，隨機抽樣成功訪問了900名香港市民，對社會上讚賞文化的看法。

在調查進行期間，大部分受訪者對研究主題表示關注及興趣，表示現時社會的負能量相對高，主要基於生活基本開支愈來愈大，生活擔子十分重，而社會各階層也充斥著很多矛盾，而且偏向以控訴方式去表達不滿，令社會氣氛很不和諧。受訪者普遍希望透過調查可以表達自己對社會仍有希望，希望每一個人學懂珍惜、感恩、欣賞。

以下是調查的主要發現：

想讚賞一些人或服務，但最後沒有讚？



- 近六成人因找不到讚賞的方法而未有讚賞，反映現時社會或企業裡讓人讚賞的渠道不足夠；
- 近四成人因忘記事件而沒有讚賞，顯示有即時、方便的方法去表達讚賞可增加讚賞的機會；
- 不懂如何表達讚賞和感到害羞而沒有表達讚賞的也分別接近三成，反映了受訪者未能掌握讚賞他人的心態及技巧，同時不習慣表達；
- 讚賞別人本是正面、美善的事情，但近兩成受訪者會害怕讚賞別人而被誤會有任何企圖，反映了社會的讚賞文化尚待建立。

當受訪者被問到覺得香港現時有沒有足夠渠道讓他們讚賞各行各業的優質服務時，多於六成(62.0%)的受訪者表示不足夠(與上題因找不到讚賞的方法而沒有讚賞的百份比接近)，期望透過讚賞渠道的設立，加上社會及機構多點推動讚賞文化，能為社會凝聚一股正能量，令我們更樂於讚賞他人。

你覺得香港現時有否足夠渠道讓你讚賞各行各業的優質服務？		
	人數	有效百份比
有	342	38.0%
否	558	62.0%
總人數	900	100%

在數碼時代，受訪者被問到如果有合適、方便的讚賞渠道，例如網上或手機應用程式會否增加讚賞的意欲，接近六成(58.7%)的受訪者表示會。而無論男女及不同的年齡組別的數據的百份比也相近，可見手機應用程式不只方便，若用得其所，可以將讚賞文化推展至社會各年齡層面。研究員相信設計相關應用手機應用程式或透過互聯網可以讓更多人更容易表達讚賞，能更有效推動讚賞文化，提升社會的正能量。

如果有合適、方便的讚賞渠道，例如網上或手機程式，會否增加你的讚賞意欲？			
	人數(有效百份比)		
	會	不會	總計
18 - 29歲	114 (59.1%)	79 (40.9%)	193 (100%)
30 - 39歲	184 (56.8%)	140 (43.2%)	324 (100%)
40 - 49歲	165 (59.6%)	107 (38.6%)	277 (100%)
50歲或以上	65 (58.6%)	46 (41.4%)	111 (100%)

《讚人熱淚》

於燒味店工作多年的霞姐，因為工作勤快、笑容燦爛，獲顧客到我讚！表揚。送讚當天，霞姐看到一班充滿正能量的年輕人送上鼓勵，開始時也有點不知所措呢！

定了神，看過讚賞內容後，她高興地說：「啊，記得.....記得！啊！真是不需要啊，太過獎了！」跟很多獲讚的前線員工一樣，霞姐對獲得客人稱讚，也顯得份外靚腴、客氣。

突然間，燒味店內掌聲雷動，原來老闆跟同事們一齊為她鼓掌激勵！那一刻，霞姐的笑容變得更加燦爛！

「謝謝妳的鼓勵！我當作一個鞭策，繼續努力，加油！」是霞姐寫給「讚賞家」Kristin 的謝語。

讚賞錦囊

員工獲得稱讚，上司跟同事一齊打氣鼓勵，可加強團隊士氣，並展示管理層對讚賞文化的重視與支持。



霞姐 (右) 從我讚！創辦人陳偉業 (左) 接過讚賞嘉許，展出燦爛笑容！



掃描欣賞讚賞故事詳情！

《讚筆絕口》

「沒內涵的讚賞，說前要想一想.....」是讚賞領袖培訓課程中，領袖們要記住的重點之一。

空洞的讚，如「做得好！」、「很棒！」，往往是把焦點放在「結果」上。可是，讚賞跟追業績是不同的：後者看結果，前者看過程。

焦點放在「結果」的讚賞，效果不大，因為結果只有好與不好、理想與不理想，造成讚賞的內容空洞、表面化，對接收的人沒有甚麼意義。相反，焦點放在「過程」的讚賞，內容不單會豐富很多，最重要是把被讚的人在結果背後所付出的努力，加以放大及肯定，同時讓他/她知道自己的優點在那兒。這樣的讚賞，內容自然會變得具體、有內涵，接收的人也會有一份觸動。

「小霞，妳這個PPT簡報，做得太好了！」、「小霞，這個簡報，我知道妳參考了很多不同的例子，也很努力去跟不同的部門拿資料，最後出來的內容很豐富、立體，值得一讚！」

如果你是小霞，以上哪一個讚賞方式，聽後會覺得更窩心、更有力量？

「沒內涵的讚賞，說前要想一想；重過程的讚賞，說後力量最強！」



讚賞別人的時候，如何不止光說：「做得好！」、「很棒！」這些空洞的詞彙，是很多管理人需要突破的障礙。(圖：讚賞領袖培訓課程進行中)

港澳地區

香港

香港九龍新蒲崗爵祿街33A-37A號百勝工廠廈1樓A及B室
852 2302 0991

澳門

澳門慕拉士大馬路185-191號澳門工業中心10樓B室
853 2871 9588

華東地區

上海及杭州

上海市閔行區宜山路1718號C幢1樓
86 21 3466 3108

南京

南京市鼓樓區黃家圩路41-1號紅山創意園A5棟
86 25 8969 1136

無錫

無錫市錫山區華夏路春江花園一期51棟102室
86 510 8821 3822

武漢

武漢市江岸區漢黃路欣正源工業園區1號樓5層
86 27 8280 0082

華西地區

重慶

重慶市渝中區長江一路1號中華廣場2樓
86 23 6366 0630

成都

四川省成都市青羊區太升北路56號江信大廈1704-1705室
86 28 8597 2082

華北地區

北京

北京朝陽區廣渠東路唐家村5號佳之興物業3-115
86 10 5166 5582

天津

天津南開區南開二緯路與南開二馬路交口西北側鳳儀園1-3-1202
86 22 2755 5862

華南地區

廣州

廣州市海珠區新港中路藝苑南路13號大院12棟201房
86 20 3426 3976

珠海、江門、中山及肇慶

珠海市香洲區翠前北路三街118號1棟(森宇國際大廈)2202室
86 756 322 3423

佛山

佛山市南海區桂城東二中心村C區三巷2號
86 757 8622 3262

南寧

廣西南寧市青秀區民族大道100號西江大廈A座1003房
86 771 578 5760

深圳

深圳市福田區車公廟泰然九路1號盛唐商務大廈東座602室
86 755 2594 9913

東莞

東莞市莞城區東城大道駿達商業中心8層16號
86 769 2303 4778

長沙

長沙市芙蓉區人民東路516號西街花園B19棟105號
86 731 8992 3466

海南

海南省海口市振興南路26號美舍苑3棟首層
86 898 6539 4489

廈門

廈門市思明區金榜路61-67號跑凱旋廣場6層620-621單元
86 592 228 7530

台灣地區

高雄

高雄市前金區成功一路303號
886 7 271 0018

台北

臺北市南京西路107巷19號
886 2 2555 7105

桃園

桃園縣中壢市成章一街101巷4號
886 3 452 6052

台中

台中市北屯區昌平路二段50-6巷1號
886 4 2422 2232

台南

台南市永康區東橋三路125號
886 6 302 7500



LBS Group
史偉莎集團



lbsgrouphk



史偉莎 LBS Group

www.facebook.com/lbsgp