

360° 史偉莎

issue
03
04.2016



LBS Hygiene
史偉莎



新標



新制



新故事



目錄

issue
03
04.2016

編輯
陳巧萍 Doris
吳麗 Candy

美術
Fafa

發行量 29,000本
繁體 香港印製 16,000本
台灣印製 5,000本
簡體 香港印製 8,000本

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

- | | |
|--|--|
| <p>03 編篇有您</p> | <p>39 輕鬆一下</p> |
| <p>04 集團理念</p> | <p>40 蟲蟲特攻
貓捉老鼠為何越來越難</p> |
| <p>05 主席交心</p> | <p>41 吾愛吾家
鉛水風波逆襲全城！人心惶惶如何自救？</p> |
| <p>06 夥伴第一
台灣杰立餐飲集團</p> | <p>42 與文成長
種因忘果</p> |
| <p>08 追蹤史偉莎</p> | <p>44 管理心法
做好關鍵時刻</p> |
| <p>22 圓來如此</p> | <p>45 「贏」銷0與1
高效營銷的「5!法則」(下)</p> |
| <p>23 由心出發
基石原則 — 誠信經營</p> | <p>46 易蘆醫話
談虛實(三)</p> |
| <p>24 人材"5"Rs
管理學習小循環後感</p> | <p>47 治療自療
淺談膝痛</p> |
| <p>26 新知灼見
新產品服務介紹</p> | <p>48 帝王之學
帝王之學的第三回</p> |
| <p>28 成功秘笈
肯學 敢拼 創新天
學會感恩，心懷理念，成就精彩人生</p> | <p>49 心中有富
另闢藍海</p> |
| <p>32 員工見地</p> | <p>50 有讚友壇</p> |
| <p>38 史偉莎CSR
史偉莎慈善基金會</p> | |

早前出席聚會時，對講者的說話很有感觸：『我們要時常感恩，起牀的第一件事是多謝睡牀給我一夜安眠！』是的，我們現在擁有的都不是必然的 — 健康的身體、親友的愛護，朋友的關愛、一份穩定的工作、一個可發揮的平台、一群同心的夥伴……

世上沒有十全十美的事物，我們無論在生活或工作中都曾遭遇到挫折、失敗、不公平的待遇。但我們要學習常懷謙卑的心，感恩擁有的一切，不要恨，不要怨。絆倒了，不責怪，它提醒我們要強化雙腿；被欺騙，不憤怒，它幫我們增了智慧；成功了，要感謝幫助過我們的夥伴……學會了感恩，學會了感激，我們的心胸會更寬闊，生活就更精彩。

讓我們帶著感恩的心，工作生活每一天。做一個更好的自己，與史偉莎的夥伴們一起編寫新的故事。



陳巧萍 Doris
大中華發展及支援中心 助理經理

很開心能在集團刊物的一隅留下我只言片語！在我們的生活中，難免會碰到一些挫折，可能是別人的閒言碎語，可能是事情的棘手……但要相信，我們每一個人都有自己獨特的一面，努力給自己一個最美好的心情，平衡住自己的氣息，調整好自己的心態，也一樣能成為明天更好的自己。學著看淡一些事情，才是對自己最好的珍惜。永遠都不要去為自己選擇的道路而後悔，不管是十年前還是現在。控制好心情，生活才會處處祥和。好心態塑造好心情，好心情塑造最出色的您。我們帶著一份感恩的心，把工作當成事業，給予工作最大的熱情和責任感；懂得感恩，熱愛自己的工作，成就自己的事業，追求最大的人生樂趣，使我們最終無愧於社會，無愧於公司，無愧於家庭，無愧於自己。讓我們一起努力吧，在感恩中快樂的工作！



吳麗 Candy
大中華發展及支援中心 助理經理

感謝各史偉莎人的支持，協助編輯組將《360° 史偉莎》這個溝通平台辦得更好。請繼續把稿件和寶貴的意見發到編輯組的郵箱，豐富我們的半年刊: lbsmagazine@lbsgroup.com.hk。

由於版位和編輯的限制，如一些建議無法在目前採用，我們仍會保留這些意見作日後參考之用。

再次感謝大家對《360° 史偉莎》的關心與支持！

編輯組上



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，提升客戶的衛生環境。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。

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：



- LBS Hygiene 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
- LBS Refreshment Services 卓宏飲品服務 — 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

- LBS Commercial Kitchen Cleaning 史偉莎廚房清潔服務 — 使用專利的清潔劑，清潔抽油煙機系統內外、過濾網及抽油煙機與煮食爐之間的可見牆壁，既環保又安全，亦大大節省清潔時間，而我們所使用的清潔方法及技術更符合ISO9001:2008國際標準，信心保證。

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。我們史偉莎人時刻謹記我們的願景、使命、宗旨、基石原則及獨特的3“5”理念，以真誠、用心、切實執行。

“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
- 先捨後得
- 種因忘果

基石原則
誠信經營

△ 3“5”理念

經營理念 ▷

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地區，並且成為業界的領導者

我們的共同使命

- 提升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

主席文心

林浩宏 Franco

史偉莎集團主席



我很喜歡以下故事：

一個人走在郊野路上，看到幾個工人在砌磚。

他問第一個工人，你在做什麼呀？工人回答說：我在混口飯吃！

那人接著問第二個工人，那你又在做什麼？他回答說：我把泥土堆疊起來，再切割成一塊一塊的磚頭。

那人最後問第三個工人同樣的問題。他回答說：我在建一個美麗的大教堂，它將會成為我們這條村，甚至這個地區，這個國家的標誌建築，很多人會慕名來參觀。它讓這個地區的居民有一個崇拜主、景仰主的好地方，讓迷失的人找到方向，讓流浪的人找到歸宿，讓我們每一個星期天有一個良好的集會地點，聯絡、維繫大家的感情。

這三個砌磚工人，哪一個會最快樂？他們對工作的熱情與投入有什麼分別？

答案當然很明顯，第三個工人肯定是最快樂，對工作最有熱情和投入的。

如果你是其中一個砌磚工人，你覺得你會是哪一個？

套用到史偉莎人的工作，我們每天其實是在做什麼？洗廁所？搞衛生？殺蟑螂？或只是混口飯吃？

如果你是這樣想，你肯定不是第三個砌磚工人，在工作上很難得到最大的滿足感和快樂，而我認為你也沒有真正看到史偉莎工作背後的重要意義。

為什麼史偉莎的“共同使命”的第一條會定為：提升社區衛生意識及水平？因為史偉莎公司希望每一位史偉莎人都能真正明白，我們每天的工作，不是表面的“洗廁所”、“搞衛生”、“殺蟑螂”，而是參與解決我們所處地區、所服務場所的衛生問題，減少疾病傳播機會。中國的洗手間衛生水準更是外國人的話柄，他們說：在中國找洗手間不需用眼睛找，用鼻子聞便知道在哪裡了。史偉莎人不正是每天都默默耕耘地付出、努力去改善這種情況嗎？

因此，我很肯定，我們每天的工作都是具有很大意義的，也為史偉莎人對社會所做的貢獻感到驕傲，我在此衷心向大家致敬！無論職位的高低，您在公司、在社會都是十分有價值和重要的！

明白了自己工作背後的意義，便能好像第三個砌磚工人一樣，每天都能從心而發，快樂地享受每天的工作，這也是最有福氣的人了！

林卓儀 Dorothy

史偉莎集團副主席

光陰荏苒，史偉莎在大中華地區已經踏入了十八個年頭；

物轉星移，史偉莎的誠信經營是永不改變的基石原則。

在2015年12月1日，史偉莎集團翻開了嶄新的一頁，因為我們的衛生產品和服務有了一個新商標，一個屬於自己的品牌 – LBS Hygiene，她終於誕生了。這代表著我們又邁向一個新里程！

回顧十七年來我們所走的每一步，都是有賴一群敬業樂業的史偉莎人，包括所有管理團隊、前線技術人員、後勤支援人員的努力 – 與他們誠心地投入服務、不斷更新改良產品、積極參與技能培訓息息相關的。大家都是為了我們共同的使命 – 「提升社區衛生意識和水平」而默默地耕耘著；「加速幫助員工成材和發展」也是管理團隊刻不容緩的任務；「超越客人期望」更是每個史偉莎人的榮耀！

如今在新商標的帶領下，我們會秉承一貫為客戶提供專業素質服務的態度，眾志成城地持續專注做好、做深每一項工作。當得到客戶的認同和讚賞，就是全體人員最大、最好的回報！

讓我們更值得驕傲的是：在用心完成每天崗位工作以外，史偉莎人還熱心參與史偉莎慈善基金會的活動，出錢出力的同時，更將「善的力量」帶給社會上有需要的弱勢群體，使他們感受到我們史偉莎人的溫暖！！

今日，您們因加入史偉莎這個大家庭而開心；

他日，史偉莎更因您們對社區的貢獻而自豪！



我們已設立主席信箱，歡迎各史偉莎人透過電郵(chairman@lsgroup.com.hk)或微信直接反映情況、表達意見、提出建議，讓我們一起建造一個更好的史偉莎。



堅持、創新、獨特 與夥伴共贏

哲瑋先生接受專訪。《開丼 燒肉vs丼飯》是杰立餐飲股份有限公司旗下的品牌，一個年輕但經驗豐富的餐飲團隊，《開丼》產品為燒肉丼飯為主，從專業的丼飯醬汁出發，結合專業級的燒烤技術，提供多種創新口味的燒肉丼飯料理。

史偉莎集團17年來堅持專注發展獨特的衛生管理業務，不斷創新，引入多樣化產品、服務以至概念，務求滿足不同客戶的需求。今期很高興能邀請到以“堅持，創新，獨特”為經營理念的台灣《杰立餐飲集團》執行長楊

地表最強燒肉丼

「堅持是在獨特！」是《開丼》楊執行長對品牌發展訂下的指標。『我們不做與其他同業一樣的東西，一定要做出差異和獨特性，去創造市場獨特價值，不採用紅海政策去比價錢。』開丼餐飲起跑點並沒有比其他人優異，他們是用自己的手法和楊媽媽精心調配的醬汁，堅持用心去做出價錢合理、讓客人驚喜的料理。這點，在我們試菜時便深深體會到。楊執行長設計

“骰子菲力丼”時，是想把吃牛排的體驗移植到丼飯上面，讓客人有種不只是吃“丼飯”的感覺。“無雙”是「無可匹敵」的意思，“無雙牛排丼”整體看起來很豐盛，一重付費、雙重享受，只有《開丼》才會有的，一般丼飯店目前也沒有這種做法！《開丼》2010年開業時以“堅持，創新，獨特”的經營理念發展，以「地表最強燒肉」定位，帶領了一波創意丼飯的流行風潮，慢慢累積死忠的客戶，現已有七家分店，更已建立中央倉儲系統，成績卓越。

同樣地，史偉莎集團致力提升社區衛生意識及水平，以「人無我有、人有我優」核心價值，開拓專業衛生管理行業這片藍海，不斷創新，堅持以合理價錢，提供優質衛生解決方案抓住客戶的心，現時已在大中華20多個城市提供洗手間深層清潔和滅蟲服務予一萬多個客戶。



獲微風集團頒發最高營業額獎杯和最佳排隊人氣獎

目標一致的夥伴

楊執行長只會找理念一致，對自己產品/服務堅持做好的合作夥伴。《開丼》與史偉莎兩個集團都是致力為客戶提供更優質的用餐環境而努力的經營者。楊執行長稱讚：『因為你們是專業衛生管理行業最頂尖的，用一個合理的成本，由史偉莎提供洗手間清潔和滅蟲的服務，服務貼紙給店內用餐客人一個承諾，讓客戶可安心用餐，也告知客人開丼也是走在最前端的！』

楊執行長認為洗手間的衛生情況可看出餐廳的管理、重視客人的層次及經營的精神。給一間專業的公司服務才可以維持店內整體的品質，是給客人的承諾，也算是一個員工的福利，讓他們清潔的工作更輕鬆一點。如果客人到一間餐點、服務、裝潢都很不錯的餐廳，但發現洗手間有污漬或有異味，客人對餐廳感觀會一瞬間變差。

有些客人只注重店面的衛生情況，但楊執行長卻指出廚房的衛生是更重要的，因為那裡是優先處理食材的地方，廚師或料理人員如使用了不乾淨的洗手間，恐怕會讓病菌傳染到食材上，間接影響到各門市分店的品質，是一件非常恐怖的事情！

感謝《開丼》對史偉莎的信任和支持，我們會一如既往的與客戶攜手做好衛生環境的管理，協助客戶提升全方位服務水平，為客戶間接帶來業務發展空間。



關顧人才的文化



楊執行長肯定的說《開丼》能發展迅速，是通過不斷的人才培訓和透過長時間去建立獨特團隊文化而達成的。餐飲業100%是在做人的生意，只要是有心想做好工作的年輕人，楊執行長都非常樂意的去教育。『我們會先給員工一個非常簡單和清晰的信念 — 《開丼》的品牌，是取「開動」之音義，希望所有來這邊用餐「開動」的客人，除了享用超值的美食外，更增添一份溫暖幸福感覺。我們透過大量的POS零售系統管理數據(註1)、機器自動化去把品質穩定下來，讓所有的服務流程更便利，出菜的方式和品質更一致。』楊執行長亦會經常檢討員工福利，讓人才能在公司發揮。因為有員工滿意工作、滿意公司這個「因」，才會有員工對客人笑，用心把餐做好的「果」。

史偉莎深信清晰的企業文化，就是把價值信念傳承下去的載體，集團一直秉持“5Rs”關顧人材理念的尊重、認同、嘉獎要素，積極培養人材，再輔以公平透明的制度，建立一個給員工發展事業的平台。現時員工逐漸思想一致，形成步伐一致的齊心團隊，與我們共創未來。

《開丼》和史偉莎都一直孜孜不倦地耕種，抱著“種因忘果”的信念。專心經營、不斷優化和創新服務、注重管理系統，創出公司、顧客、員工、供應商四贏局面！

註1 POS系統是一套整合訂餐/ 出菜/ 發票開立的結帳系統，並可以運用這套系統來統計每日營業額，來客點餐最多的產品，可以準確的提供變更菜單時的依據。

2015遊學營

2015年11月28日，史偉莎集團的遊學營活動，於武漢瑪雅海灘酒店如期舉行，這種由工作、學習、娛樂集為一體的活動，讓大家都有著不同程度的收穫。

史偉莎集團每年的遊學營主辦者是集團中一個很強的“組織”——圓桌會，很感謝兩位會長，帶領著各成員，一直來默默地服務我們，真心說一聲：謝謝您們，辛苦了！接下來當然是由圓桌會會長換屆儀式拉開序幕……

總結過去，展望未來，新標、新制度，新故事，誠信經營是關鍵

集團主席Franco宣佈：史偉莎新標、新制度，新的開始，我們要展望未來。由2015年12月1日開始加入一個很重要的基石原則——誠信經營，分享了美露潔事件，不為眼前的一些利益而做出違法的行為，雖然競爭對手越來越多，做好自己的同時，以誠為本，把自己的品牌做好做強！

慈善基金的最新資訊



史偉莎慈善基金
LBS Charitable Foundation

總部授權圓桌會和香港精英會，本著基金會「救急優先，同時助困」的宗旨，議定2016年的籌款活動，確定援助對象及方法，務求有錢出錢，有力出力；凝聚一股善的力量，讓我們史偉莎人工作起來更安心，讓社會上不幸的人感到多一點愛心。

學分制推廣活動的總決賽



為了融入公司文化理念，鼓勵史偉莎人全方位發展，2015年辦了這一場以水果拼盤、書法、仰臥起坐三項競技的學分制推廣活動比賽。十幾個地區海選出來的冠軍，來參加這一次中國區的總決賽，比賽緊張又精彩，選手們的作品都非常有創意，一一結合學分制的“德智體群美”內容，表達得淋漓盡致；還有他們那一種堅持到底的精神，著實可讚。冠軍得主是廣州賽區代表呂林峰，而亞軍及季軍分別是南京的李淨及上海的苟秀明。



培訓學習活動

每年的遊學營活動都會安排有銷售技巧、財務知識的培訓，今年也不例外，還增加了月亮老師的《性格解析與團隊建設》的培訓。講述了四種不同性格的人的特點、優劣勢，以及在實際團隊中的運用。現場的測試活動，讓我們更深瞭解自己是屬於哪一種性格類型，對團隊的影響又是怎麼樣的，一個團隊的建設、團隊的任務必須由不同性格的人去協助完成。每一項培訓不但可以提升



我們的能力水準，達到人與“事”相匹配的有效途徑，而且還能形成良好的工作氛圍，增加了員工對企業的認同感，增進了同事間的凝聚力及團隊精神。

由心底感謝集團對我們的培養以及關愛，每年舉辦這麼一場具意義的活動，看著這一張張照片，不需要多餘的闡述，一目了然就知道其中的故事，期待來年的故事，感恩有您 — 史偉莎。

追蹤史偉莎



您的衛生專家
Your Hygiene Expert

LBS Hygiene
史 偉 莎

集團形象革新

新形象、新起點、新征途

在2015年12月1號開始，我們正式使用屬於自己的品牌《LBS Hygiene 史偉莎》經營我們在大中華各區的洗手間深層清潔、滅蟲服務和產品業務，更能體現集團統一化的動力，凝聚強大內力推動集團前進，以全新面貌迎接新挑戰。

各部門
換上新商標制服

✓ 醒目 ✓ 整齊

物流及貨倉部



換上新裝的車隊



服務部



全效及廚房清潔小組



商標雖然改變了，但史偉莎人的團隊、服務、誠信和能力沒有改變，因為史偉莎人的卓越，我們有百分百信心，一起創造一個更美好的故事！

追蹤史偉莎



上海精英會會長：馬雯瑾



北京精英會會長：王晶

踏實，勤奮，一直在路上。



上海精英會副會長：韓毅



北京精英會副會長：楊欲龍

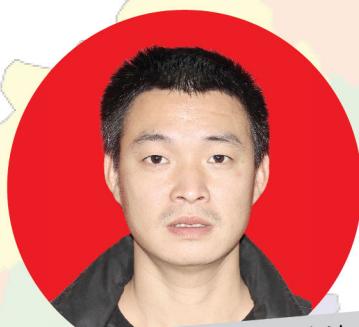
少說話，多幹事，全面發展
最重要！！！



珠海精英會會長：梁小青

不為失敗找藉口，只為成
功找方法。

精英會正副會長



東莞精英會會長：龔金沙

用心做事，用心做人。



廣州精英會會長：李觀發

你能成就多少人，就會有
多少人成就你。



廣州精英會副會長：白丹

感謝廣州全體同事支持和信任，
我會全心全意協助會長完成任務，組
織好精英會每個活動！



佛山精英會會長：陳曉燕

生命不息，永不停歇，保
持初心。



深圳精英會會長：黃橋勝

做好自己的同時，帶好團隊一起成長，才是最後的成功。



高雄精英會會長：葉紜呈

精英會讓員工更加團結，也讓我學習到活動的策劃經驗，我會珍惜這份機會。



史偉莎精英會



深圳精英會副會長：羅祝茹

我相信努力付出，一定會有收穫和成效。



中山精英會會長：梁淑芬

幫助別人，自己也會強大起來。



台北精英會會長：陳煥舜

相信自己，無限可能！

當選心聲



香港精英會會長：高佩興

人生真正的歡欣，就是幹有意義的事。



香港精英會副會長：簡浩強

我會發揮潛能，身體力行，堅守信念，做到最好。



澳門精英會會長：韓帥

信任等於責任，精英必須出彩！



澳門精英會副會長：何佩南

體現精英關愛，提供參與機會，讓每一個人樂在其中！

資料 | 各地精英會正副會長



「種因忘果」新書發佈會



推薦序：陳裕光、鍾偉平
企業發展系列

作者：鄭柏禮

集團很榮幸獲香港中小企業發展研究中心(HKSME)的首席顧問鄭柏禮先生(Paul Cheng)選為企業發展系列叢書的中小企業成功參考個案，於去年9月出版了「種因忘果 — 創業奇葩史偉莎的故事」一書，為香港創業者提供可資借鑒的學習材料。

HKSME的宗旨和使命是發掘和研究香港的成功中小企業，提倡和傳承香港的創業文化，研究及發表香港中小企業的發展個案，為創業者提供可行的發展之路，燃點創業興家的夢想。



新書發佈會於去年9月9日舉行，出席嘉賓約有300人。主持人Paul與集團主席Franco及副主席Dorothy透過輕鬆對話，帶出史偉莎集團的創業奮鬥故事。過去17年，憑著集團的使命、3“5”理念和種因忘果的精神，成功建立LBS史偉莎的信譽品牌，培育出一批忠誠能幹的員工，改變了地區的清潔衛生文化。分享環節時嘉賓踴躍發問，氣氛熱烈，衷心感謝嘉賓們百忙中抽空出席、交流。



我們剛得知「種因忘果」將於3月再版，期望Franco和Dorothy的創業分享能鼓勵更多香港人認真創業。

◎追蹤史偉莎

史偉莎集團一直重視經驗和知識的承傳，經常與不同團體和界別交流。主席Franco去年底分別應邀與地產和金融界別的新一代交流，分享管理及營商的經驗。

風華香江 銳意傳承活動

去年10月，Franco應邀出席了交通銀行為國內高端客戶接班人舉辦的「風華香江，銳意傳承」的活動，與32位來自北京，南京，上海，山東及廣州等地來香港學習的年青學員分享創業及營商經驗。他們要在活動完結前，撰寫一份商業建議書，由Franco擔任評判。學員要對史偉莎集團國內新市場的拓展計劃，以及把在活動中學習到的知識、透過市場分析及解決問題的技巧，提交建議書，學員都能學以致用，期望他們早日成功接班。



管理智慧講座

在去年11月，Franco獲美聯集團(www.midland.com.hk)邀請，在他們的「人才發展計劃畢業典禮」上，與90多名地產界畢業生（包括前線、後勤和分行文職員工）交流管理及營商心得。當天的「管理智慧分享會」現場氣氛熱鬧，畢業生們都把握機會踴躍發問，Franco更送贈史偉莎集團新書「種因忘果」予部分畢業生，祝願他們都能勇闖事業高峰。



「預見未來」生涯規劃活動



集團非常關心年青一代的發展，副主席Dorothy應邀參加了香港教育局的「預見未來」生涯規劃活動。活動分為兩部份：(一)為觀塘區的高中學生安排「職場影子計劃」，讓同學們到我司參觀和實習，(二)為「生涯規劃講座2015/16 — 與集團副主席相遇」演說。這些活動目的是希望豐富學生不同的學習經歷，加深他們對不同職業的認識，從而加強學生對香港企業經營及運作的了解，更好地規劃自己的將來。

「職場影子計劃」在本年1月13日及20日進行了兩次半天的參觀和實習。安排了6位香港扶幼會盛德中心學校的高中學生，由2位老師帶隊，跟隨我們不同的技術員到客戶服務點，透過實地示範、交流和實習，親身體驗專業衛生管理行業工作的苦與樂，然後回辦公室總結活動的得著。過程中讓同學們實地了解專業衛生管理行業的工作範疇、日常運作及入職要求等，期望能提供多一個行業給同學們選擇，幫助他們在職業生涯規劃時作出最佳的選擇。

「生涯規劃講座2015/16 — 與集團副主席相遇」將於3月舉行，Dorothy會與300名高中學生分享專業衛生管理行業的入職要求、發展及成功的經驗等，期望同學們在職業生涯規劃時能有更多的選擇。





客戶分享會



一直以來，我們深信，達致最佳的服務效果，與客戶有著良好溝通、緊密合作是密不可分的。去年12月總部的服務及排版部高級經理雄師傅和服務部經理振強便獲邀出席客戶每月的大型例會，向管理層及所有店舖經理講解害蟲知識，分享滅蟲經驗。當天約有90人出席，雄師傅與振強分享了如何控制飛蟲和老鼠、預防害蟲爆發的心得，期望能與客戶雙向地把害蟲問題減到最低。



城市特搜專輯

您知道11月19日是什麼大日子嗎？原來是“世界廁所日”！

廣東南方衛視的“城市特搜”節目組，於去年的“世界廁所日”直擊採訪廣州史偉莎公司（於當晚19:00於廣州南方TVS的「城市特搜」節目裡播出）。

集團大中華區域總監饒永康先生接受訪問時，先介紹集團由2003年進軍國內洗手間清潔市場，現已在二十多個城市提供服務，協助客戶提供衛生和舒適的洗手間予客人使用。饒生指出在過去十多年，市民的衛生意識在不斷提升，年青人更大大關注洗手間的清潔問題，廣州廁所現時的覆蓋率和普及性都較高，目前公廁有兩大問題要改善 — 氣味和潮濕，必須清除異味和保持乾爽，以避免細菌滋生。最後，我司小隊長亞峰即場演示洗手間衛生服務的操作流程，從而達到史偉莎集團的“無菌”、“無臭”、“衛生”和“令人舒適”的標準。

得到社會各界的慕名關注，離不開我們公司強烈的社會責任感，長期致力於提高社區的衛生意識及水準。在此，謹向前線辛勤服務的史偉莎人說聲：兄弟姐妹們，辛苦了！為您們喝彩、因您們驕傲！

撰稿 | 廣州地區總經理 馬貴琴 Anita



◎追蹤史偉莎

我們的團隊

在這裡，有快樂，有友情，有學習，有交流.....，像一個大家庭？還是像學校？.....

每一次的旅遊活動，都使我們積累的繃緊情緒得以盡情的宣洩，在活動中放鬆心情，享受愉悦，再次以飽滿的熱情投入工作中；各種多樣式的培訓活動，讓大家更懂得如何去思考問題和提升解決問題的能力，營造出一種在工作中學習，在學習中工作的良好氣氛；溝通可以讓問題得以解決，交流分享心得，讓我們相互學習，共同成長.....這就是我們的團隊。我們要持續不斷的學習和實踐去提升個人能力和素質，才能應對社會上各種壓力及挑戰；我們透過分享、交流凝聚團結力量，使我們的團隊越來越強大！

銷售交流會



華東



華南



台灣

拓展活動



長沙



華東



廈門

旅遊



上海 杭州



廣州



東莞



天津



北京



深圳



南寧



香港



南京



海南



高雄



珠海 中山



澳門



台北 台中

其他活動



成都



台北 桃園



佛山



武漢



重慶



無錫

榮獲匯豐營商新動力2015 「僱員關懷獎」

「匯豐營商新動力」一直致力協助香港中小企在業務營運中，實踐對社會、環境負責任的可持續營商手法，配合企業全方位僱員關懷措施，藉此提高香港中小企業的競爭力及生產力。

而史偉莎集團在環境衛生管理界能傲視同群，除管理人高瞻遠矚，對社會上各持份者賦以支援外，對各「史偉莎人」更是關懷珍惜，這也令我們全情投入，為集團的發展打拼。

誠然，史偉莎的集團使命與「匯豐營商新動力」的理念十分相近。因此，我們參加了2015年「匯豐營商新動力」獎勵計劃。經過主辦單位的嚴謹評審後，我們在「僱員關懷獎」組別榮獲優異獎。

史偉莎集團一直視「史偉莎人」為公司最大資產。我們承諾會持續以公平、雙向及透明的原則下實踐並優化關顧人材、培育人材及回饋人材的政策及制度，令各位同事融入「史偉莎」大家庭的懷抱中，並與集團一同茁壯地成長。



撰稿 | 大中華發展及支援中心助理經理 陳巧萍Doris

市場領袖大獎2015



史偉莎集團榮獲香港市務學會(HKIM)舉辦的2015市場領袖大獎。該獎項旨在嘉許過去一年於市場佔有率、客戶參與度、品牌知名度、提升業界標準等各範疇上取得顯著進步的企業。我們很榮幸得到評審們的一致認同，成為獲獎的機構之一。

頒獎禮於今年1月25日舉行，表揚各行業獨當一面的精英及品牌，由營業部經理黃少烈Edwood代表集團領獎。當晚商務及經濟發展局局長蘇錦樑先生擔任主禮嘉賓，600多位傑出市務精英出席見證，更即席交流分享心得。



非親聘用政策

2015遊學營中，史偉莎集團主席Franco確立「誠信經營」為公司基石原則外，同時亦公佈了集團由2015年12月1日起實施與「誠信經營」理念相輔相成的「非親聘用政策」。

概括來說，「非親聘用政策」就是公司聘用人員應全面考慮其才能及品格，避免只以親屬或親密關係作為唯一考慮聘用元素，並減輕因聘用親屬或親密交往關係者後或會構成嚴重利益衝突或偏袒的風險。也許讀者會好奇的問，為何「史偉莎」要推出有關政策？我們可循公司的成長過程找到端倪。

「史偉莎」自1998年成立至今，已從一間家庭式經營的小單位，發展為一所落戶兩岸四地，人員接近千名的企業。在公司發展初期，為達至最高效益，我們跟其他小企業一樣採取傳統家庭式管理模式，任用較易建立互信的親屬或親密關係人員一起打拼，令公司快速成長。

儘管聘用親屬或親密關係者有一定的好處，但我們明白若要維持公司快速發展，必須設立一個既完善、又高透明度的聘用機制，以人員之「才能及德行」為主要考慮聘用元素，並配以「公平」及「公開」發展機會及合理的回報機制，令史偉莎在市場上吸納更多優質人材、產品及服務供應商，並與我們共同成長。

況且，「史偉莎」的業務以「人」為本，幫助員工成材及發展，更是公司的使命，故我們十分重視每名「史偉莎人」在團隊內成長發展。公司深信，推行「非親聘用政策」可讓公司達成(1)吸引更多優秀人材加入、(2)讓人材在公司內發展抱負、(3)避免優秀人材流失的三大策略性關顧人材管理理念。為公司打造好人材基石。

「史偉莎」將持續致力營造一個公平、公正及高透明度的人員聘用及事業發展環境及平台，除可吸納才德兼備者願意加盟之餘，並讓每位「史偉莎人」在工作平台上安心發展其個人事業，與公司一同茁壯發展，成就共享。

「非親聘用政策」要點重溫

- 公司規模越大，為確保業務持續發展，需要吸納更多才德兼備者加入。
- 廣納才德兼備之士，避免用人唯親。
- 建立公平的人才任用及發展平台及機制，讓「史偉莎人」安心發展事業。
- 成功吸納、激勵及挽留優秀人材持續在「史偉莎」發展。



圓來如此

史偉莎集團圓桌會宗旨之一是「協助史偉莎大中華執行發展人材工作計劃」。上年度工作總結如下：

- 第三屆史偉莎圓桌會加入了四位新成員，分別是：深圳曾玉蓮、東莞黃錚、北京呂遊和上海黃莉。
- (2014年11月初)圓桌會負責籌辦集團每年一度的遊學營，于東莞樟木頭舉行，齊集了25個地區，117人來參與。
- (2014-12月)圓桌會配合編輯組完成《360°史偉莎》刊物的第一期，圓桌會會長負責撰寫“圓來如此”專欄，重點分享圓桌會的動向。
- (2015-01-14)圓桌會拓展活動 — 台灣之旅，感謝台灣同事們編排精采的行程、熱情的款待。
- (2015-2月至3月)各地區參與學分制詩詞比賽的創作，通過圓桌會成員投票，上海技術部主管何玉三的“學分頌”勝出。
- (2015-5月)完成製作圓桌會成員的正裝會服。
- (2014-2015)圓桌會將繼續全力配合總公司，鼓勵當地精英會，透過不同的活動來推廣、普及“學分制”和“襟章制”。

楊浩倫會長感言：

十分感謝圓桌會各成員的支持和肯定，讓我和馬貴琴小姐分別成為第四屆圓桌會的正、副會長，使我們能延續上一屆的精神，再次為史偉莎人提供服務。

經過上一屆和馬小姐的磨合，彼此間的合作更加有默契，相信這一屆將會擦出更多火花。以去年11月底，第四屆圓桌會舉辦的第一個大型活動 — 史偉莎集團冬季遊學營為例，我們在2014年的基礎上，增加及優化了一些細節，比如：增加了來賓歡迎卡、當地“武漢”景點推介短片及紀念杯抽獎環節等；同時亦優化了背景牆、橫幅、簽到板等設計，一律採用統一的風格。這一切都是為了讓每一位出席的史偉莎人感到貼心及滿意。然而，還有一些細節沒有達到預期的效果，日後我們一定會做出改善。雖然我們不是專業舉辦活動的，但我們絕對有誠意。

第四屆圓桌會的任務除了履行以往固有的工作之外，今年將會更加有意義，為配合史偉莎慈善基金會的發展，我們將會舉辦一個以慈善為目的的拓展活動，到時需要全國的史偉莎人齊心協力，為有需要幫助的目標群眾提供幫助。活動在計劃中，敬請關注。

最後，我想給圓桌會和精英會的成員傳遞一個訊息。我們集團一直奉行客戶第一的理念，而其實客戶也有內、外之分。外部客戶就是我們每天在外面服務的餐飲、物業及企業客戶；那麼內部客戶就是我們身邊的史偉莎人。正因為我們相信客戶第一，因此我希望所有兩會成員都要以服務好每一位史偉莎人為兩會的另一個宗旨。



基石原則 - 誠信經營

集團經營多年以來，先後歸納了兩岸四地的發展心得，從而演化為史偉莎的使命、前景和理念等重要核心價值，使我們在不斷擴展版圖的同時，也得以認清我們的長線發展目標和方向。不過，我們最近發覺在現有的理念上，還需要一個可以更有力地貫穿整個集團目前和將來發展步伐的重大原則，這個就是我們最新頒布的「基石原則：誠信經營」。

從集團層面來說，誠信經營就是奉公守法，員工應當遵守當地營商、貿易、財務、稅務、勞工等法律法規，同時以公平和透明的方式經營；並遵循公平競爭、尊重知識產權、保障持份者商業機密等理念，令集團鞏固在誠信經營的基石之上。

同時，集團亦十分重視我們史人的忠誠、正直、信守承諾等誠信品德的元素。因此，在人材招聘方面，我們不但考慮求職者的資歷，更看重其個人誠信。試問一個沒有誠信的人，縱然能力再高，但心術不正，又怎可託付並交予重擔？這也許就是我們常說的「用人不疑，疑人不用」的大道理吧。

此外，集團在日常操作上也需要建立一套誠信標準及守則，輔助員工合規經營，提高集團商譽。譬如說，設立防止利益衝突、利益迴避機制，配以教育和內部監察制度，讓同事明白誠信經營對集團及個人的重要性，從而育成高度自律性；亦需訂立反貪腐制度，嚴禁史人在營商上作出行賄及收賄等不正當行為。

我們秉承誠信經營，並以此為基石原則，明確行事標準，抗拒一切違反誠信的誘惑。因為我們知道以理念推動的行為上，如果沒有誠信在左右護航，經過時間的洗刷，就會出現虛偽，舞弊等負面情況。所以我們建立一個企業，必須要有內外如一的誠信操守。「誠信」可分為員工的、集團的、對內的和對外的。「員工誠信」是希望每個史人都要坦誠互信，「集團誠信」是在經營的每個環節上也要透明、公開、守法、合規，對內誠信，我們史人在各地可以形成一個清明的大家庭，對外誠信，我們可以成為客戶值得信賴的夥伴。基於此，史偉莎集團才可以在瞬息萬變的市場裡屹立不倒。

饒永康 Joe
中國區營運總監



王耀海 Chris
關顧人材及行政部經理



人材“S”Rs

管理學習小循環後感



2015年度集團其中一個創新的管理培訓事情，莫過於去年十月舉辦的「管理學習小循環」會議了。管理學習小循環，顧名思義，是希望地方老總可以按集團一貫的自我學習循環的優化方法，在管理上進行到底，把自己完善起來。

史家的管理學習循環，在實際的操作上，其實是把公司每天雜亂零碎的部門數字，變為一些有參考價值的大資料，最後在大資料中經過消化，找出管理上各個環節進步的方法和前進的大方向。當中，老總可以通過自身的努力，或借鑒其他已經成功的地方經驗來達成，這個就是管理學習循環的要義。至於“小”循環的含義，是跟舉辦的形式有關的。因為小循環是指每三個月舉辦一次，每次只是中國兩大地區老總聯手舉辦（華南跟華西，或華東跟華北），規模上只屬局部性，故以小循環冠稱。之後還有一個一年舉辦一次、兩岸四地老總共同參與、規模最大的學習循環交流，是整個管理培訓裡最高級別的交流會，也是管理學習“大”循環的關鍵所在。



要達到把數字變為資料再演化為趨勢指數線，當中必須創建不同的管理工具，才有機會實體化做到。所以我們創建了兩套報表：

- 1.史偉莎營運日報表 — 主要記錄每天地方裡的客戶營運情況，需要每天提交
- 2.史偉莎管理月報表 — 以客觀資料評估在地方上各部門的表現狀況，需要每月提交

通過這兩個工具，持續反複的將資料收集，配合原有的財務資料，就可以得到我們需要的趨勢大資料，也可以做到資料“點線面”的效果。

在小循環中，見到各地老總確實花了很多時間準備，當然在第一次的表現裡，各有不同的水準。畢竟各地老總由不同的部門基層晉升到負責人的位置，在擔任管理上確實各有長短，也正是想透過這個學習循環的過程，令老總們把營運日報表和月報表這兩個“因”種好，那麼他們在地方管理上的能力這個“果”就可以達到相約的水準；同時也希望老總可以在已經做得不錯的城市裡分享到一些成功的竅門，或把各自在發展時面對的一些瓶頸或困難個案，通過在小循環的交流，可以借鑒已經克服了的城市，或大家“腦震盪”出一些方案，令自己少走一些彎路。

地方老總通過親身的準備，對自身經營城市更掌握實際情況，更重要的是他們可以在趨勢上發現自己的問題後，找到改善的重點方法，從而落實改革，這樣才可把學習循環的精要發揮出來，逐步提升集團的整體管理效率。

管理學習小循環後感

台灣



台灣在2015年7月份開始執行「管理學習小循環」，期間，我們在進行報告內容時已經覺得日常管理已不容易，在這次會議更需要自行報告地區業績和經營狀況，大家都心情非常緊張但又期待！透過會議報告的內容我們真的學習到管理的細節，包括：

- 地區業務增長的主動推動力的必要性
- 新業務開發必須要有堅持和累積才會有感染力
- 業務開展不可依靠單一服務，必須發展多元化
- 服務品質的追求，達到客戶的需求
- 員工的效率和在工作崗位上的正面心態的維持
- 公司成本控制的管理等.....

以上這些我們都漸漸關注和學習並確實執行，令地區主管不斷地在管理上有更大的進步空間和改善。最有效的是在「管理學習小循環」的會議中，各地區主管透過會議勇於發表自區的強弱表現，並即時與其他地區主管分享，也可聽取領導團隊 — 主席、副主席和中國區營運總監的寶貴意見。期間大家都在輕鬆愉快的氛圍中取得自己更進一步的方法和新的目標。

我相信地區主管只要不斷用心把小循環學習的事項關注並執行，在地區管理上建立良好的管理基礎；只要我們保持虛懷及進步的決心，相信團隊的力量並願意關注人材的培育，「管理學習小循環」對我們未來的發展一定會更好。



新知灼見

撰稿 | 維保生產品集團總經理 趙明華 Jackson
瀛峰有限公司副總經理 黎思穎 Helen

新產品服務介紹

保而剋® 滅蟲劑產品



保而剋® 滅蟲劑產品對人類及溫血科動物安全，獲得香港漁農自然護理署豁免“毒藥”標籤；並曾榮獲1999年香港環保產品獎銀獎。

保而剋® 的特性包括：

人畜*及植物安全

*溫血科動物

瑞士配方

天然降解及環保

具有預防作用

非易燃

無臭無味



基於保而剋® 滅蟲劑的安全及上述特性，絕對是家居、貨倉、食品製造工場、食品倉庫及其他工商業最理想的滅蟲劑。

現時保而剋® 在全球超過45個國家發售，東南亞地區包括香港、中國、澳門和南韓。



保而剋®全效滅蟲劑

- 有效殺滅一般常見家居冷血科害蟲
- 可用於住宅、辦公室、工廠、食肆、醫院、植物等地方
- 效力長達4星期



保而剋®持久強效滅蟲劑

- 有效殺滅已知的冷血科害蟲
- 特有的微膠囊能定期釋放有效殺蟲成份
- 特別適用於潮濕、害蟲滋擾及骯髒的地方及室外
- 效力可長達6個月



保而剋®滅蟎噴劑

- 專門殺滅蟎及其他依靠真菌或霉菌生存的昆蟲，如：書蟲
- 適用於床寢用具、地氈和傢俬墊子
- 效力長達4星期



保而剋®安全消毒劑

- 成份天然、安全，不會引致敏感反應，並有效殺死細菌、病毒和霉菌
- 免沖洗配方，可使用於敏感範圍，如：家居範圍及玩具等



保而剋®天然驅蚊膏

- 不含避蚊胺，成份天然、強效及加入了蘆薈成份
- 有效提供保護達8小時



保而剋®環保老鼠膠

- 3D設計，可摺成不同形狀，配合不同環境需要
- 設計輕巧，使用方便，棄置衛生



我們很高興宣佈維保生產品集團(EPC Group)成為史偉莎集團旗下的重要成員。

維保生產品集團是瑞士保而剋®滅蟲劑的中國、香港及澳門進口商及配方研發商。集團旗下公司包括瀛峰有限公司及生機源(香港)有限公司。

瀛峰有限公司為瑞士保而剋®產品香港和澳門分銷商，主要的銷售對象為連鎖式超級市場、百貨公司及藥房等。

生機源(香港)有限公司成立於1991年，為香港首間滅蟲公司獲得ISO 9001與ISO 14001認証，主要為香港市場提供環保、安全和專業蟲害管理服務及產品；並獨家使用保而剋®滅蟲劑進行治理服務。亦為心居康™ Sentricon® 白蟻族群滅治系統的香港首席授權營運商。主要為高端客戶群提供安全、環保及有質素的滅蟲公司。

成功秘笈

肯學敢拚創新生天



高大威猛，人稱雄師傅的林展雄，2002年加入史偉莎，雖然只有平凡的學歷及背景，但由於肯學敢拼，不斷提升自己，加上公司的支持及栽培，像坐上白金升降機般扶搖直上，15年間由資深滅蟲技術員晉升至主任，部門副經理，部門經理到高級經理，現已成為史偉莎管理團隊核心成員，負責管理排版及服務部兩個部門、參與培訓、銷售策略的制訂等。今期就讓我們分享雄師傅這個勵志故事，了解他成功背後的堅持和付出。

人生轉捩點

年輕時的雄師傅了解自己不喜歡“坐定定”，但學歷不高的他，可選擇工種不多，故首十年都是做一般外勤及需要走動的工作，例如銷售員和滅蟲服務。做了12年滅蟲工作，到2002年，前公司因生意差要裁員，那時剛結婚和購置物業，突然失業，感到壓力很大及徬徨，急於找工作。很快便加入史偉莎做資深滅蟲技術員。當時沒甚麼工作目標，只想賺錢付房屋貸款，早期還是抱著“騎牛搵馬”的心態，但後來發現公司發展空間大，才打消換工作的念頭，專心做好目前的工作。雄師傅的事業及人生的轉捩點從此拉開了序幕。

主動多走一步

當時史偉莎架構相對地簡單，雄師傅主要是抱着主動、多走一步的態度，常常想着：我們不去做，難道待主席Franco做嗎？日間完成服務工作後，會等待技術員回公司，了解他們工作情況，如有需要，會作出指導，與他們慢慢建立關係。

當時辦公室同事對滅蟲服務及相關知識認識不多，對客戶的查詢和投訴都未懂有效應對，頗多時候都未能快速有效回應客人及安排跟進服務。雄師傅會以自己累積的滅蟲專業知識和技巧，主動協助各部門有效與客人溝通，令營運更暢順。另外，他也會支援營業部同事見客，令公司售賣的滅蟲服務更具成效。



堅持、肯學、敢拼

雄師傅的努力獲公司賞識，在2008年晉升為服務部經理，由前線外勤轉型到寫字樓工作。兩個完全不同的工種，他是如何克服？答案是堅持、肯學、敢拼。

晉升初期，仍是半天處理服務部外勤的工作，半天留在辦公室。但坐在辦公室沒事可幹，他自己慢慢摸索，最終決定由營運流程著手。先閱讀服務咭，與不同部門同事溝通，了解排版部及客戶服務跟進的安排，更學習使用電腦。又用心參與公司安排的培訓課程，學習管理和溝通技巧，從中了解自己的強弱，得到啟發，定下清晰方向，激勵和裝備好自己。堅持了好一段時間，才能克服下來。

雄師傅亦開始做傳承的工作，指導高級技術員帶領新技術員的技巧，與被投訴的技術員面談，改善他們的工作態度和心態，亦開始到澳門支援服務部。同時，在主席Franco及副主席Dorothy的鼓勵下，他結集了一些工作心法及經驗，制作及編寫了《入職訓練光碟》，《滅蟲天書》，《我用這心態面對工作》的小冊子等項目，作為新入職同事的工作“錦囊”，讓技術與經驗傳承得以繼續。

由於業務發展需要，2014年雄師傅再獲晉升為服務及排版部的高級經理，使兩個頗重要的部門在工作上的協調更有效率。

深刻的體驗

雄師傅感恩地表示：『公司給我很大的空間去摸索，成長。過程中，曾做了一些嚴重的錯誤決定，公司都與我一同面對和承擔，給予指導，而不是指責，令我由錯誤中學習、成長，令我學會包容，改變一意孤行的毛病。我的進步是由很多小錯誤構成的，我亦抱着沒有最好，只有更好的做事態度。』



雄師傅期望他的故事能激勵大家，他深信只要肯主動付出，不計較，凡事多走一步，堅持不放棄，您也可以有不同的選擇，不同的人生。在史偉莎這個人材大舞台，只要您堅持、肯學、敢拼，您也可以創出一片新天地。

Dorothy是我的良師，在處理工作期間，頗多時不給與我答案，倒像社工般與我面談，給我分析，培育我做決定的能力。她時常幫助我疏通腦筋，突破盲點，修正心態，低落時給我加油。Franco則提示我管理工作需多使用頭腦思考，又鼓勵我多閱讀，給自己補充養分。我遂閱讀大量有關管理和心靈的書本，提升個人素質。』

感恩有您們

雄師傅覺得自己很幸運，太太的體諒令他可勇往直前，百份百投入工作，發展事業。他很珍惜寶貴的優質家庭時間，會排除干擾和雜務，專心地與家人相處，亦會分享工作的喜樂，使一對兒女有正面的教育和影響。

雄師傅表示：『我只有平凡的學歷及背景，因有公司的支持及栽培，我現在得到的，是我以前從沒想過的。前年，我有機會到一所中學，與年青一代分享交流，以我的成長經歷鼓勵他們，感到很有意義。工作受到認同，亦可回饋社會，我已沒有遺憾。』

現時的工作目標是做好傳承的工作，培訓更多中層管理同事，來報答公司對我的栽培。借此機會，我衷心感謝公司對我的栽培，太太的默默支持，旁線(同職級的同事)們的包容，服務部同事對工作的尊重，排版部同事的辛勞，祝願您們身心愉快。』



同事獲客人嘉許，雄師傅倍感開心

成功秘笈

學會感恩，心懷理念 成就精彩人生



感恩的力量是無窮大的，一個真正對企業感恩、又與企業理念緊密相連的員工，一定會全力以赴地投入到工作之中，會給企業、團隊帶來榜樣，感染到更多的同事。史偉莎集團華南區總監 — 吳楚堅先生（下文稱：吳生），他，在十年裡，從地區總經理走到現在的區域總監，始終堅持公司理念，保持著一份感恩的心，在史偉莎集團走過了十個年頭，他又是如何演繹這十年的職業管理生涯呢？



堅持、累積

吳生在入職史偉莎之前，是從銷售員開始做起，在任職銷售之初，毫無理論知識，所以在跑市場，努力尋求各方業務的同時，不斷地通過結識不同的人，邊做邊學，累積知識，豐富經驗，通過磨合武裝自己，成為了管理者。2005年加入了史偉莎，被委任開拓新市場，吳生單獨一人前往珠海，準備開闢一片新天地。我們都很清楚，成立一家公司，前前後後所需要做的工作，既費時又費力，但他還是很好地辦妥了。接下來的重要任務 — 把業務開拓起來，做大做強，但他發現結果並不像自己想像的那樣，雖然之前有幾年的銷售工作經驗，但要把一項新的衛生理念的服務在珠海市場做起來，並不是件容易的事情。兩三個月下來，業績都不是很理想，心有些許的動搖。【想到公司對自己的信任，想起集團主席Franco對我經常講的陌生拜訪的大多數法則，還有現在中國營運總監饒生抽空與我一起做陌生拜訪，慢慢地就堅持了下來】。功夫不負有心人，經過他和同事們的堅持與不懈努力，客戶數量慢慢累積，半年後，業績明顯上升。吳生，從珠海史偉莎開始了他的新篇章，邁出堅實的第一步。

成就自己，必先成就別人



2008年，吳生被調到廣州史偉莎，任職總經理。廣州廣闊的市場具有更大的挑戰與機遇，更加需要有一個優秀的團隊，吳生意識到這點，著重栽培每一位用心的同事，不管加入的同事有沒有經驗，他都用心與同事一起面對困難，找出解決方案。隨著市場的深入拓展，不僅公司品牌在廣州的知名度越來越高，公司也培養出了一批有理念的人材，成為公司管理的中堅力量。入職五年，現任廣州副地區總經理阿May跟我說【吳生，是一個認真、負責，又可以談笑風生的人。是他，改變了我的人生，給了我就業的機會，讓我成為一名銷售員；在業績不好，想放棄時，又是他，給了我明確的指導，讓我有了方向，終於成為合格的銷售；也是他不斷在工作中、生活中，給了我支援和開導，使我的人生有了最大的跨越，將我從一個銷售員提升為副地區總經理】。阿May在吳生的指引下，通過自己不斷去學習，提升自己，得到了更廣闊的發展空間，重新認識自己，從中享受到工作給她帶來的快樂。在史偉莎，這樣的例子比比皆是，不同崗位用心做事的同事，在吳生的幫助下，也走上了管理崗位。「成就自己，必先成就別人」，這是史偉莎集團3“5”理念的核心價值，吳生把這一理念很好的演繹了出來。2012年，由於集團發展的需要，吳生獲晉升為華南區總監，此時的他，職責將更大，但他時刻謹記公司使命，幫助大家一起成材及發展。

感恩團隊，關顧人材

2013年，為了華南區的發展可以發揮更大的優勢，吳生舉家搬到深圳，此時已是華南總監的他，兼任深圳史偉莎總經理。【同事是內部的客戶，屬於上級服務下級，以服務的心態對待下級，而不是管。我們的同事本身很優秀，也有很多潛能，我尊重他們，對他們的付出給予肯定與認同，嘉獎他們的投入，讓同事們看到前景，這樣大家才會重視這個團

隊，在成長時也願意幫助身邊的同事一起成長，集團的理念也是要成就平凡人嘛！我們都是平凡人。】這兩年，我目睹了吳生與同事們的相處，他把這種上下級之間的關係，演繹成為服務與被服務的境界；見證了他帶領著深圳史偉莎這個團隊，日趨壯大。盡管自己是位主管，有權發號施令，但他更多想到的是對這個團隊的責任，期望讓

身邊的同事們也可以成為一個有理念、有使命感的人。在人材培養發展方面，我見證了很多技術員晉升為高級技術員、小隊長、組長，文員晉升為部門經理，財務晉升為副總經理……



常懷感恩，快樂工作

【我很榮幸能加入史偉莎集團，只要您有一種感恩的心態，時時感恩得到的回報，就會覺得時間過得飛快，這個是我在史偉莎集團最大的感觸。】

吳生，他把企業的事情當作自己的事情來做，與企業的目標保持一致，他邊做邊學，堅持公司的理念，不斷提升自己，證明自己，完成了職業生涯中一次又一次蛻變。



“好水釀好酒，好土塑好壺，好的環境造就好的人材”，專注自己工作中的每一點一滴，將自己的工作做好就是對公司最好的感恩。在集團理念的指引下，每天都懷著感恩的心情，快樂的工作，種因忘果卻碩果纍纍，成就了精彩的人生！

我的心聲

撰稿 | 上海服務部副經理 吳炳豔

刻苦銘心的一句話



2007年5月份，我加入上海史偉莎公司，有幸成為了集團其中的一員，到目前已近9年了。在這9年裡，公司從一開始的幾個同事發展到現在的近百人，這一路，我看到了一個公司成長的艱辛與不易，也看到了公司各層領導的努力及付出，銷售人員的累積及堅持，感觸頗深。

感謝公司各層領導的培養及認同，給了我一個發展的平台，讓我成為了管理層中的一員。

我是一個平凡的不能再平凡的人，學歷不高，沒有一定的管理經驗知識。我曾經跟我領導說：人家為什麼那麼優秀，而我為什麼這麼差呢？是不是我書讀的少的原因？領導跟我說：不要去跟別人比優秀，一個人，優秀與否，跟書讀的多少無關，主要看你今天有沒有比昨天做得好，只要今天比昨天做好，就說明你一天比一天進步了，學歷和經驗不是主要，態度才是最重要的。

反反覆覆思考了領導的話，受益匪淺。是呀，只要態度端正，堅持去做，總會有收穫的。就像集團主席林先生說：只要努力和堅持，平凡的人也會變得不平凡。

我知道我現在工作中還有很多的不足，但只要努力和堅持的去做，相信必會有所進步的。

撰稿 | 廣州高級技術員 呂林峰

用心做好重複的工作

時光荏苒，歲月無聲。

不知不覺中，我已經在史偉莎度過了4個春秋。現在回想4年前的選擇，覺得自己是正確和幸運的。

“簡單的工作重複做，重複的工作用心做。”我覺得這是在史偉莎工作的真實寫照。每天，每週，面對熟悉或是陌生的客戶，不斷的重複著加香、清潔消毒、除臭、滅蟲、施藥控制、檢查、溝通、簽單和跟進處理等等。在日復一日的重複工作中，在公司耐心反復的培訓指導下，逐漸成長為一名合格的清潔、滅蟲高級技術員。

記得剛開始做清潔服務的時候，由於對操作流程不熟，經常手忙腳亂，工作效率不高，有次服務還給公司造成了很大的損失，心理上有些壓力。後來，經過不斷自我總結，堅持、重複用心去做，才有了如今忙而不亂，眼到手來，總之就是熟能生巧吧。對於所做的清潔和滅蟲服務工作，正是由於重複再重複的做，才由最初的緊張、不知所措到如今的應對自如、從容自信；正是由於熟能生巧，才覺得清潔和滅蟲服務工作是如此的簡單啊！

我剛開始對清潔服務的不習慣，不適應，經過每天重複用心的做，做出被認可的服務效果，自己工作，思想上的認識就在這用心重複中慢慢改善，做出了自己的風格和態度，既磨煉了自己的工作意志，又加強了自己對工作的認識，以及個人的思想情操。

另外一方面，我覺得用心做好重複簡單的工作，也是一種感恩的工作態度。是對自我付出肯定的感恩，是對同事關懷配合的感恩，是對公司認同給予的感恩，也是對客戶服務滿意的感恩！

世上無難事，只怕用心做！簡單的工作重複做，重複的工作用心做！這樣的工作，越做越簡單，越做越輕鬆。



我的心聲

我的心聲

撰稿 | 武漢技術員黃小建

成長經歷



2014年武漢史偉莎剛成立，需要招聘技術員，一個偶然的機會，我來到了武漢史偉莎做外勤工，那時剛辭去了保安工作，覺得這份工作比較簡單，而且自由，跟整日呆在一個地方做保安有一個反差，覺得比較適合我，於是抱著試試看的心態。

剛開始，我是做清潔，這個對我來說，並不難，說有點累吧，身體還行，這點累對我來說也不算什麼，沒想到後來連主管對我說：“黃師傅，你要跟其他師傅學滅蟲，以後不僅要做清潔，還要做滅蟲。”我一聽滅蟲，頓覺得腦袋要炸了，心煩意亂，心想：滅蟲，我從未接觸過，心裏沒底，感覺很複雜，萬一做不好怎麼辦？

就對連主管說：“連主管，我不想做滅蟲，這個太複雜，我怕學不好怎麼辦？”通過連主管一番思想工作，我勉強答應下來，試試看吧。

於是跟著師傅學習滅蟲工作，開始是看他們是怎麼做的，了解滅蟲工作的流程及相關知識後，就可以獨立工作了。我去到客戶處，按照我所學到的滅蟲知識，放什麼藥，怎麼放，放在哪裡，噴什麼藥，怎麼噴，然後就是搬梯子，到天花板檢查一下，就這樣重複的做著，服務做完了，但我還是信心不足。連主管鼓勵說：“不要着急，滅蟲工作除了依靠師傅指導外，經驗的累積也很重要的。另外，公司也會有不同的培訓，慢慢用心學，肯定沒問題。”

接下來，通過多次培訓，現場指導，我學會了看鼠跡和怎麼找到蟑螂的巢穴等等。我把所學到的知識做了總結，慢慢地，滅蟲工作對我來說，輕鬆自如，再無壓力。以前怕做滅蟲，有壓力，是因為不懂，工作沒有目標、目的性。現在做滅蟲工作，不僅是帶着目的性，從中亦感到一些樂趣。現在，我真正喜歡上了這份工作！

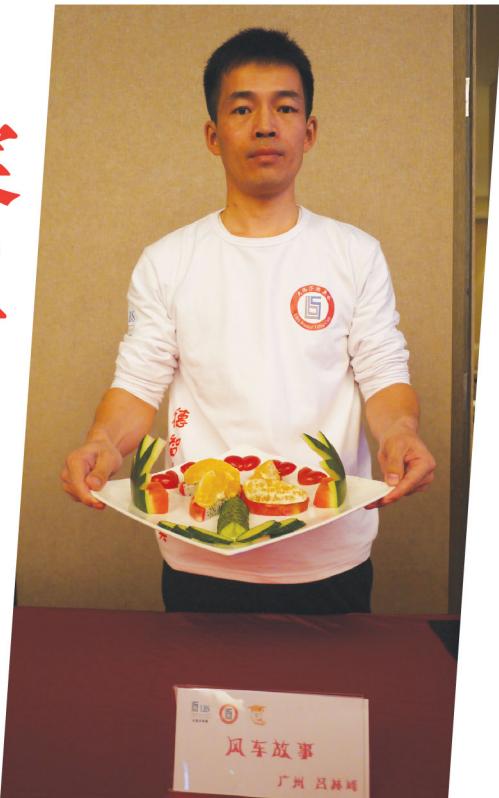
員工見地

學分制推廣比賽 獲獎感言



2015年11月28日至30日，美麗的江城武漢，我，呂林峰有幸能夠參加史偉莎集團一年一度，豐富多彩的遊學營活動，並很榮幸代表廣州地區參加了28日舉行的學分制推廣活動的總決賽（中國賽區）。

在各地同事們的熱情鼓勵下，13個參賽地區同事在各地區經過緊張精彩的較量後，勝出者代表地區參加武漢的總決賽。在水果拼盤、書法、仰臥起坐三項比賽內容上進行了同台競技，全面展示了史偉莎人“德智體群美”的良好精神風貌，通過評委的認真評判，我代表廣州地區獲得了總決賽的冠軍。很高興自己能夠為廣州贏得榮譽，沒有辜負同事們的期望，感到十分開心！



過程的投入是精彩的，結果是美好幸福的。通過參與此次學分制活動推廣的比賽，真實體會了學分制在提升自身綜合技能素質方面的積極作用。比如：水果拼盤的創意製作，以前我是沒有實踐過的，在同事們的鼓勵幫助下，通過不斷的學習改善，終於掌握了水果拼盤的基本製作技能，看著自己的作品，心裡是開心幸福的。比如：書法，通過不斷的練習書寫，現在也可以寫出有模有樣的書法作品了；仰臥起坐，經過堅持鍛煉，可以輕鬆完成五十多個標準動作，同時自己的身體素質也得到了提高。

比賽結束後，書法作品很榮幸得到了集團主席林先生的肯定，林先生高興地說：「我看到我們史偉莎真的是人材濟濟，通過學分制這個平臺，很好地展示和提高了同事們各方面的技能水準。」

比賽重在參與，通過參加此次學分制比賽活動，我認識到只要積極參與，堅持投入，就一定能夠收穫精彩。今後我將繼續積極參與學分制，享受學分制！



2015冬季



撰稿 | 廣州副地區總經理 李美花May

很榮幸，已經連續三屆參加史偉莎集團舉辦的遊學營，每一次都帶給我很大的感觸，也很開心能夠看到團隊日益壯大。三天時間，不算很長，但相信每位同事包括我，都得到了很大的收穫。

對我個人而言，每年遊學營的內容都豐富，不但能收到集團發展的最新資訊，也給予我們各地區之間一個很好的交流機會！會後的交流，也是獲益良多！

集團主席林生介紹了集團的新動向。當中的基石原則，尤為重要，我們地區更是要堅持好這一點，做到誠信經營，不為眼前的一些利益而做出違法的行為。特別是美露潔事件的分享，也正是證明了這一點，如果你的目的，是以爭奪來獲得利益，是沒辦法長久的，沒有自己的原則，如何能夠有穩固的根基呢？現在各地都會有些競爭者，但是我們相信，做好自己、做到誠信，只會是往好發展，而不會有任何的損害。

最開心的是學分制推廣活動總決賽，在經過地區海選，再到決賽，各地區的同事們都付出了很大的努力，有的同事做仰臥起坐的時候，以他的體形去完成這個項目，是有很大的難度，但他依然一直堅持下去，精神尤為可佳，我們都為他鼓勵加油，而我們廣州參賽者呂林峰，拿到了冠軍。記得初賽時他是沒完成50個仰臥起坐的，但是為了決賽，開始天天練習，還有練習書法，才能得到這個第一名，除了替他開心，為廣州爭取到了集體榮譽，也更能體會到我們集團理念之一——堅持，任何事情，只要你能堅持，總是可以得到你想要的，付出總有收穫。

月亮老師的講座，以色彩分析人的性格，真的是很準，每種性格的人，都會有一些相似的獨特性，一件事情，不同性格的人，處理起來一定是不同的。學習了性格色彩管理，也清楚地看到自己和別人的不同，也明白不應該將自己的思維方式和行為模式套用在別人身上。理解了四種性格的人，從他們的言語及行動上確認他們的性格色彩，便能用適合於他們的方式與其相處。就像月亮老師在性格色彩課程中指出的，對性格的了解是為了更好理解別人的行為，從而使自己的工作、生活更愉快和順利，但它不能取代工作能力，我們需要更多的理解和包容，管理自然就會比較容易。

最後，我非常希望每次的遊學營都能有一些管理或者與人相處的一些講座課程，讓我們能夠學習及運用到工作及生活中。



每一年史偉莎最盛大的日子是遊學營，兩岸四地精英薈萃、熱鬧非凡，而今年的舉辦地是具有四大火爐之稱的武漢。

冬季的武漢，柏油路兩旁的銀杏葉在陽光下閃著金燦燦的光，穿過另一條街的梧桐樹葉兒，也隨風雀躍在空中，劃出優美的舞姿，太陽湊著熱鬧，一掃前幾日的陰霾，發出熱情的暖陽來歡迎我們這些遠道而來的朋友們。

第一天的遊學營在一片歡呼聲中拉開序幕，上午的議程莊嚴而精彩：圓桌會會長換屆儀式，圓桌會所有成員祝酒儀式，還有我們的大家長LBS集團主席林生的講話等。印象特別深刻的是林主席宣佈的三件大事：1. 介紹基石原則，誠信經營，史偉莎新標、新制、新理念。2. 宣佈非親聘用的政策。3. 收購同行業公司。這是公司前進路上又一次的提升，打破常規框架，讓我們更加清楚前面的路如何走，又怎樣走得更遠、更好。

遊學習分享

撰稿 | 佛山地區總經理 陳紅玲

當天下午國內地區的學分制比賽，13個地區的冠軍參與其中，水果拼盤、毛筆書法、仰臥起坐，比賽愈演愈烈、精彩紛呈。仰臥起坐階段，看著參賽者們越來越精彩的比拼，連評委們都按耐不住，紛紛上台一較高下，令我們這些觀眾都起身圍在賽台旁，為他們打氣加油，氣氛好不熱烈，最後比賽在一片歡笑聲中結束。雖然我們地區沒有奪冠，但是參與其中的這份快樂已超越比賽時的初衷，現在回想起來，嘴角還會不自覺的上揚。史偉莎人才濟濟，每一個人用自己的汗水換得這份成功的喜悅，這便是史偉莎集團成功的所在吧。

史偉莎慈善基金會不斷在累積善緣，這既是對史偉莎家人們的保障，也為社會做出一份貢獻，作為史家人非常驕傲。

月亮老師的色彩性格分析，讓我領悟到面對不同性格的人用不同的溝通方式，只有瞭解對方才能將交談達到最佳效果，也因為瞭解自己的性格，所以嘗試不斷挖掘自己的潛能，發現自己的不足。這是一堂極具魅力的課程，令我更加清楚日後的管理方法及管理風格。

三天的遊學習結束了，其中既充實又精彩的內容環節及氛圍無法隻字片語一一道來，需要參與其中的人去領悟，去感受，去回味。感恩集團舉辦如此有意義、有震撼力的遊學活動，讓我們玩得開心，學得輕鬆。

沒有參與到遊學習的同事們也不用著急，新的一年，努力加油，爭取參加來年的遊學習，我們在2016遊學習見咯。



撰稿 | 天津會計 鄒靖宇

在大家的翹首期盼下，2015年我們史偉莎的遊學習活動於11月28日在武漢瑪雅海灘酒店拉開帷幕。今年參加活動的人數為170多人，相比去年又多了53名成員，這也意味著我們史偉莎大家庭越來越壯大。

為期3天的活動日程集合了學分制比賽、新標新制下全新的史偉莎風貌、2015年各地公司的新故事及外部老師的培訓。

2014年集團引進的空氣淨化除甲醛業務，率先在一部分地區展開業務，在本次會議上已開展此業務的地區同事給我們講解他們的工作經驗，令我們受益匪淺，為我們今後開展這項業務奠定了良好的基礎。

今年最吸引大家是集團在2016年以全新的面貌迎接挑戰——我們創立了自己的“LBS Hygiene”品牌。相信在公司全體同仁的努力下，我們的“史偉莎”會更上一層樓。

2016年，集團的財務管理也將統一，更加規範，方便。無論哪方面都體現了集團對人材的重視與培養，這正是關顧人材管理的核心。

一分耕耘一分收穫，只要你認真付出就一定有回報，感謝公司提供了這個學習交流的平台，讓我們共同期待在2016年史偉莎人共創輝煌！



史偉莎CSR

史偉莎慈善基金 會章的設計意念



「史偉莎慈善基金」會章的房屋設計，喻意LBS史偉莎集團是充滿愛心的大家庭，“人字屋簷”代表公司視所有同事為一家人。除了向遇到不幸的史家人提供安全網和保護網，亦向社會上生活艱辛的人士提供援助。透過基金會這平台，啟發史人的「向善心」，讓史人學習幫助有需要的人，凝聚成一股「善的力量」。

為善不甘人後

撰稿 | 圓桌會會長楊浩倫 Ziv
圓桌會副會長馬貴琴 Antia

隨著史偉莎慈善基金的成立及相關制度出台之後，圓桌會便擔當起傳遞及執行基金會宗旨「救急優先，同時助困」的角色和使命，我們定當身體力行、有錢出錢、有力出力，務求把慈善做到最好。我們以啟動“善”的循環為最終目標 — 讓受到幫助的人再去幫助比他們更困難的人。

今年圓桌會將會推動在中國區內舉辦的首個慈善活動，亦已經有了初步的方向，經會內投票決定，本次活動的受助群體為山區的貧困兒童。我們瞭解到很多山區兒童都過著十分艱苦的生活，無論在生活或學習方面，他們都欠缺了很多日常基本所需的東西。因此，圓桌會第一步需要做的就是到山區瞭解實際情況，我們希望捐贈給他們的物品正是他們所需要的，這樣才能更有效地運用好善款。

我們計劃在全國18個直營城市，先由當地精英會或管理層組織內部籌款及募捐行動，所得的善款將會用於購買適合受助人使用的物品，再連同募捐所得的慈善物資一併運往目的地。待圓桌會成員到達該地之後，親自派發給每一位受助人。為了讓受助人得到更多的關懷，我們認為，除了在物質方面的援助之外，在受助人的心智發展上也希望能予以一定的幫助，比如說為他們提供一些教育性或手工藝方面的課堂學習機會等等。

在接下來的數月，圓桌會將落實最終執行的細節。所謂為善不甘人後，那麼有意義的活動，史偉莎人都熱烈期待著！

撰稿 | 香港精英會會長 高佩興 Merry

除了籌辦年會活動進行得如火如荼之外，精英會的第一項慈善活動亦在進行中，以「團結互助，救濟助困」的口號推出首批附有史偉莎集團標誌及產品標誌的小全章紀念郵票，透過具有珍藏及紀念價值的郵票來籌募史偉莎慈善基金會的經費。我深信史偉莎集團的員工一定會鼎力支持這項具有珍藏價值及慈善意義的活動，更希望此活動能傳承下去，以後每一年都有史偉莎新版紀念郵票發行。

除此之外，精英會會員亦不斷構思新的籌募方案及聯絡其他慈善機構，希望能合辦有意義的活動，讓地區更加和諧、溫暖。

在此謹多謝史偉莎集團成立了精英會讓公司的同事們透過精英會的平台發熱發光，更多謝精英會的會員對我的支持及愛護，我會在你們支持下竭盡所能為精英會創一番新景象。



輕鬆一下

輕鬆一下

請在以下兩幅圖中，找
出5個不同之處



～蟲蟲特攻



貓

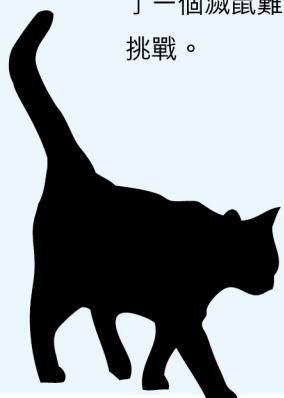
捉



老鼠

鼠

為何越來越難



一提到貓，人們往往想到捕鼠能手，老鼠的天敵等。可隨著社會的發展，科技的進步，生活物質的提高，那些養在家中的寵物貓，以前他們所擁有的捕鼠功能已經慢慢的消退。

德國海德堡大學生物學教授穆勒博士在分析研究城市老鼠為何越來越猖獗的課題時說：『當代城市社會中的貓處於一種惡性循環的現象』。一方面因為絕大部分的貓已經普遍家養，有充足的食物來源而不必再為了捕食老鼠為生。另一方面是因為貓無法從老鼠的體內攝取一種叫“牛磺酸”的物質。(牛磺能提高哺乳類動物的夜間視覺能力)。如果貓不能在體內合成牛磺酸而體內又長期缺乏這元素，貓在夜間就會由“一目了然”變成“睜眼瞎”，最後喪失夜間活動能力。因此，貓只有不斷捕食老鼠，才能彌補體內牛磺酸的不足，以保持和提高自身的夜視能力，正常的生存下去。此外，因貓很少或幾乎不吃老鼠，這使它們的夜間捕鼠能力大大降低，而這種降低又使它們少食鼠肉。這樣下去現代貓的捕鼠功能自然是一代不如一代了，最後變成夜裡的“瞎貓”。

實際上老鼠的猖獗與人類自身的行為有很大關係，生活中的浪費與環境的髒亂是老鼠密度高的重要原因之一。人們隨意傾倒的生活垃圾和殘剩食物等成為老鼠的豐盛晚餐；亂堆雜物的走廊成為其藏身的理想場所。另外，下水道從居民家中或飯店流出來的污水進入或匯入的第一個下水道井口，它的上游入口是居民戶、飯店、菜場的下水道口和大樓的污水井口等。這個原本匯集污水，用於檢查、疏通下水的檢修口，因對老鼠來說有食物，易於打洞築巢，隱蔽性好等特點而成為地面鼠類的一大隱藏地。通常這些老鼠的活動範圍並不局限於下水道內，它們常常攀爬入室內，吃在廚房及住在下水道內。在生活環境受到威脅的情況下也可以完全躲入地下，在下水道裡生存。

鼠類是有記憶能力和回憶能力的少數動物之一，老鼠的學習能力也不可小看，它的許多避害和自我保護能力在生活經歷中得到強化，並可通過遺傳基因傳給下一代，使新生代有更好的適應性和自我保護能力。那些有較好的適應性和自控能力的老鼠得以生存下來，而那些適應性差的老鼠在人類的滅鼠活動中得以淘汰。在這個過程中，鼠類變得更狡猾、警惕性更高、更隱蔽、對策更多，甚至拒食。慢慢的那個地方就成了一個滅鼠難點，出現了鼠“越滅越多”的現象，這對有害生物防治工作者帶來新的挑戰。

孫紅專 教授

上海市奉賢區疾病預防控制中心消毒病媒科主任；04年至今受聘於上海市有害生物防治職業技能培訓中心擔任客座教授，具有30多年四害防治經驗。目前為光明乳業華東中心有害生物策劃指導顧問及史偉莎上海有害生物防治顧問。



吾愛吾命

鉛水風波逆襲全城！ 人心惶惶如何自救？



要數2015年度最矚目的新聞，一定非「鉛水事件」莫屬。

是次事件於去年7月在香港爆發，事件轟動全城，鬧得沸沸揚揚，其後台灣、美國等地也接二連三傳出飲用水含鉛的報導。到底「鉛」對於我們的身體有多大影響？我們又該如何自救呢？

「鉛水」對人體有何影響？

根據世界衛生組織《飲用水水質準則》，飲用水中的含鉛量標準值是每公升10微克以下。若人體吸入的鉛多於此標準，即為之「血鉛超標」。一旦體內的鉛含量過多，並累積在體內，便有機會引致貧血、高血壓，甚至令腎功能及神經系統受損。若兒童的血鉛濃度過高，更會令他們的身心智力發展遲緩，有研究更指出他們的認知及社交能力，會比其他兒童差5%-10%！



蔣憶爾 Jess
香港Marketing Executive

我們應如何避免受「鉛水」影響？

「鉛水事件」被揭發後，香港政府首要採取的補救措施是向受影響的家庭派發瓶裝水，及與主要承建商商討重新鋪設喉管的可能，避免再出現含鉛量超標的水喉部件；台灣當局亦準備進行更換水管。

然而，筆者認為上述方案並非最安全的方法。要避免飲用水含鉛，或其他重金屬、細菌，最好還是安裝具濾鉛認證的NSF 53濾水器或飲用水機，此濾芯能過濾鉛，同時亦可去除水中殘餘的氯及細菌，這樣才能保障自己和家人的健康。



資料及圖片來源：

- 1.中時電子報：<http://www.chinatimes.com/newspapers/2015102200409-260102>
- 2.東方日報新聞網：http://hk.on.cc/tw/bkn/cnt/news/20151021/bkntw-20151021173342778-1021_04011_001.html
- 3.雅虎新聞：
<https://hk.news.yahoo.com/%E7%94%9F%E5%91%BD%E6%B3%89%E6%BA%90%E6%B0%B4%E4%B9%8B%E8%A7%A3%E5%A7%BB-22300019.html>
<https://hk.news.yahoo.com/E5%95%9F%E6%99%B4%E9%82%AB%E8%9E%89%9B%E6%B0%B4%E6%A7%92%K7%A6%BD-%E6%8E%80%E9%A3%9F%E6%9E%90%E6%9E%81%90%E6%85%BC-225132506.html>
- 4.立場新聞：
<https://the立场news.com/society/%E9%87%84%E6%80%BA4%E5%8B%99%E7%BD%2B%79A%84%E4%BF%A1-%E6%9C%89%E5%97%9C%E9%A3%9F%E6%80%BA4%E5%90%AB%E9%89%9B%E9%87%8F%E8%86%95%E6%A8%99%E8%AA%BF%E6%9F%A5%E5%A0%B1%591%6A%E7%9A%84%E5%85%AD%E5%80%8B%E7%96%91%E5%95%8F/>

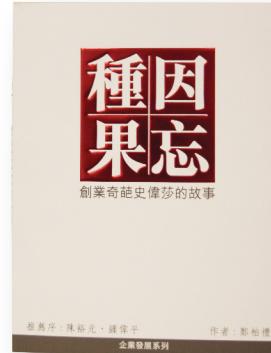


撰稿 | 廣州銷售員 歐培清

種因忘果讀後感

主要內容

《種因忘果》講述了創始人林浩宏(Franco)和林卓儀(Dorothy)兩位看似兩兄妹的姐弟前期的創業背景，在史偉莎香港創始階段的艱難困阻中，努力堅持把一家小公司、一門厭惡行業，經過十七年的努力完善，以“以人為本”、“成就自己，先成就他人”、“種因忘果”之初心實行管理及經營，成功打造了一個信譽品牌、培養了一批忠誠能幹的員工、擁有一片不見邊際的市場、改變一個地區的清潔衛生文化。



讀後感

我在去年12月1日正式入職廣州史偉莎任銷售員，至今一月有餘，之前對同事所說的“學分制”和張貼在公司公告欄的“襟章制”內容感到陌生而好奇。通過閱讀史偉莎創業故事《種因忘果》這本書，我對公司的經營理念，對“合夥人制度”、“圓桌會”、“精英會”、“襟章制”和“學分制”都有了更深的認識。

《種因忘果》告訴我們，創業成功的關鍵在於堅持、在於保持初心、在於種因忘果、在於不計得失地付出！其實這個同樣適用於我們銷售新人！銷售前期，我們唯有堅持大量的陌生拜訪，通過陌拜鍛煉自己的銷售技巧，持之以恆，才能增加簽單機率！以種因忘果之心，堅持創造，累積業務，以公司“人無我有，人有我優”的產品和服務作為堅實的後盾，善於播種，願意先付出，專心打好基礎，先舍而後得，纍纍果實必然收成，不用操之過急！市場裡充滿着希望。做兔子的人，大家都想“快靚正（又快又好）”，這是人性所然。但兔子對事情掉以輕心，容易放棄，不肯全力以赴，他們擁有大好條件，到頭來卻難以成功！我覺得我就是這個兔子——做事急躁，想快速成功！黃生（銷售經理）曾誠心告誡我不要著急，當時我不以為然！看完《種因忘果》，我才深刻明白揠苗助長是於事無補的，要遵循回報規律，要學會做一個烏龜，雖慢但實際，只要堅持做好本份，努力創造，沒有條件的人也能成功！

《種因忘果》同時告訴我們，史偉莎集團始終堅持“以人為本”、“用人唯心”的關顧人材理念，只要我們有積極向上的態度和與公司共同成長之心，邊做邊學，不論出身背景，不問學歷經歷，不理貧富貴賤，在史偉莎集團，您都能得到認可和提拔！史偉莎集團，以“坦誠”、“信任”作為溝通的基礎，尊重、欣賞人材，以“成就自己，必先成就他人”之心，與員工共贏，與客戶共贏！



種因忘果

創業奇葩史偉莎的故事

推薦序：陳裕光、鍾偉平
企業發展系列

作者：鄭柏禮

撰稿 | 廣州銷售員 陳文彬

種因忘果讀後感

主要內容

種因忘果：只問耕耘，不問收穫。這是闡述一個無人看得起的行業，如何華麗轉身成為一個了不起的企業的故事，更是香港無數卑微行業引以為傲的故事。這是史偉莎創業奇葩的故事，史偉莎人堅信：平凡人可成就不平凡事，務求將一個無人看得起的夕陽企業轉化為一個了不起的驕陽行業，這就是我們集團主席林先生經常跟我們談的“我們預見了一片藍海”。

讀後感

當我接到《種因忘果》這本書時，首先是看了序言，大家樂集團主席陳博士和稻香集團主席鐘生對史偉莎‘成長’的評語，確實感到震撼。

我用了兩天時間，仔細地看完了整本書，通過這本書，更加瞭解史偉莎的發展歷程，公司的宗旨、使命和理念，也因為之前集團主席林生對史偉莎的前景描述，帶給了我對這個行業的信心。其中第十章人員成長實錄個案五，首位合夥人陳紅玲（小玲）的這個例子，【銷售工作是很辛苦，但您要是熱愛這個行業，只要堅持住了，就會變成一份很好玩的工作】。銷售當中必不可少的大數法則和堅持，而這堅持如何讓自己不斷去陌生拜訪、回訪客戶、跟進客戶等，觀念必須要正確，有了正確觀念，然後持之以恆地實踐，縱使建設過程會比較慢，但基礎會更牢固，對日後的快速發展，會帶來更重要正面作用。首先我會設立一個目標，讓我可以能夠在不迷失方向的情況之下，慢慢地累積經驗，並且也會有了我自己的客戶群體。

我進入史偉莎已經一年多，我會繼續堅持這個並不輕鬆的挑戰且不會退縮，只有不斷嘗試，克服困難才能證明自己存在的價值。我選擇了這個崗位，是我實現人生目標的起點，是成就事業的舞台。我所要做就是要以飽滿的熱情和充足的幹勁去工作，找到自己的歸屬感。

最後，我想用書中一句話總結：一分耕耘，一分收穫；一日一錢，千日千錢。

做好關鍵時刻

我最近因為眼疾，需要入院治療，對何謂關鍵時刻，有了深刻的體會。

由於要住院兩週，心裡很期望有人關心，尤其因為手術後要安排保險賠款，所以特別掛念我的保險經紀。但在留院期間，我這位已認識了超過20年的朋友，竟然一次也沒有出現。我不禁想，不是說：「養兵千日，用在一朝」嗎？心裡覺得失望透了。購買保險的關鍵時刻，明顯就是在索賠的時候，令到投保人可以得到休息和心理上的慰藉。之前的20多年，一直相安無事，到了關鍵時刻，才是真正的考驗。

我以「追女仔」為例，善於追求女孩子的人，其實很明白當中的一些關鍵時刻。例如電影中常見的英雄救美橋段，當美人被欺負時有人挺身而出 — 關鍵時刻；她生日時，有人為她舉行生日會，送上她喜歡的禮物，令她終身難忘 — 關鍵時刻；當她遇上難題，有人代她出頭(解決) — 關鍵時刻。其實並非英俊、有錢就可以追到女孩子，能掌握關鍵時刻才會受到歡迎。

又如客戶服務，平日流水作業，沒有機會表現勝人一籌，但如能掌握三個關鍵時刻，對方會是你一生的客戶。第一、初次服務給人的印象，如能做得好、做得投入、做得徹底，讓對方留下一個良好的深刻印象 — 關鍵時刻；第二、當有鑊(黑鍋)出現的時候，馬上奮身補救。對方以為你會逃避，誰知你迎難而上、勇於承擔 — 關鍵時刻；第三、如果客戶因為你的服務而被上司責罵，你立刻向其上司道歉，哪怕事件其實與你無關 — 關鍵時刻。能掌握這三個關鍵時刻，必會成為客戶心目中超凡的服務員，沒有人可以代替你。

員工管理亦有三個關鍵時刻。第一、新人加入公司的時候，必定會戰戰兢兢，所以需要你的陪伴，告知公司的避忌，向他介紹新朋友，讓他不用碰壁，他自然會感激你 — 關鍵時刻；第二、當員工犯錯時會很擔心受罰及破壞自己在上司心目中的印象，若你在此時能拍拍他肩膀，告訴他學習的時候到了，跟他分享過來人經驗，鼓勵他「失敗乃成功之母」，讓他安定下來，才慢慢跟他說教、讓他學習。他明白上司是為他好，不是怪責他，他就會知道值得為你賣命 — 關鍵時刻；第三、當人要承擔新責任，如升職、調職、做艱難任務等，就算他多勇敢和願意，必定有誠惶誠恐的感受。這時你告知他有需要時可來找你，你一定支持他，令他成功，請他放心。這句話令他明白有後盾支持，讓他產生向上衝的動力。因為你正正在關鍵時刻，為他打了強心針。

平日在管理上、客戶服務上做得好，是應該的。但若在關鍵時刻做得不好，就很可惜。平時做得好，關鍵時刻做得特別好，才是在管理上的精髓。所以，做管理人員，一定要留意每件工作都有其關鍵時刻。大家不妨為每件工作都想出三個關鍵時刻，然後加以注意，當出現時加把勁去做好，你就會成為一個無往而不利，受人歡迎，而且甚有成效的管理者了。

企理-企業管理顧問有限公司及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



高效營銷的「5I法則」(下)

科技令整個社會文化、市場的去向和消費者的習慣等都帶來巨大的轉變，羽一綜合多個國際及本土營銷成功案例，從中得出成功的關鍵因素，歸納為「5I法則」，「息息相關」(Interrelation)，「資趣並重」(Infotainment)，「互動傳真」(Interaction)，「整合虛實」(Integration)和「精進日新」(Innovative)。承接前文，今期會繼續介紹餘下的3I—「互動傳真」(Interaction)，「整合虛實」(Integration)和「精進日新」(Innovative)：

「互動傳真」(Interaction)

市場的供求是由眾多不同規模的企業和大眾消費者組成，因此，除了企業內部的產品、品牌和營銷策略需要有緊密的關聯外，亦需要增強企業、產品和消費者三者的互動性，讓消費者能在營銷計劃中直接參與。所以，在籌辦各類型的營銷活動時，必須先考量如何讓消費者感到自己是屬於營銷活動中的一員，才能有效地增強消費者的投入感，藉著消費者之間的交流與互動，從而吸納更多新客戶。

在香港，WeChat與 Now TV 合作，於 WeChat 平台上推出「Chat it now! 英超聊天室」，讓一眾球迷能於聊天室中暢所欲言。為讓各隊的球迷能一起支持各自的隊伍，官方在每場指定賽事中均會開設不同的聊天室，而一眾Now TV 的主持或嘉賓亦將會與WeChat用戶即時討論賽事，更會抽選精彩的內容放在電視畫面上，與觀眾分享。通過此等安排，增加與球迷產生互動，為觀眾帶來全新的服務體驗。

「整合虛實」(Integration)

除了需要和外界緊密地互動外，在營銷的媒介上亦要有緊密的互動才能發揮營銷的最大功效。隨著科技的進步，網絡世界繼續以驚人的速度不斷擴張，企業要在現今市場上取得成功，除了要做好傳統的營銷策劃外，還必須顧及網上世界的配合，才能有效地獲得消費者的青睞。因此，企業在虛擬世

界和現實世界的營銷策略上必須互相配合，才能產生「協同效應」(Synergy Effects)，令產品和品牌的資訊能從不同的方向滲透至更多不同階層，讓品牌能接觸到更多消費者。

2013年海港城成功邀請荷蘭概念藝術大師霍夫曼 (Hoffmann) 的經典代表作 — 16.5米高巨型充氣「橡皮鴨」首次亮相大中華，舉辦香港首個海上公共藝術展。攔截海港城官方帳號順勢轉連至應景的動畫表情的推出 — 網民可通過微信下載表情，並可在好友間互相發送，起到N次傳播作用。通過「實景」與「虛擬動畫」的互動結合，成功把此次活動打造成為「香港最熱的話題」。

「精進日新」(Innovation)

愛因斯坦謂：「想像力比知識更重要。」這名句套用在現今的市場營銷亦然！擁有創新的思維和想法，比擁有豐富的知識更為重要。創意能有效地增添企業的魅力和吸引力，同時亦能向消費者表現出企業不斷追求突破的精神，企業必須利用具創造性的思維和眼光來持續發展其業務。在現今競爭激烈的市場，企業除了需要知識和經驗並重的市場營銷者來策劃營銷方針和活動外，還需要多運用想像力，再配合精密的執行計劃，才能取得先機。

結語

網上的資訊泛濫的情況亦趨劇烈，使各企業的產品資訊透過各種不同的源頭，如潮水般洶湧到消費者的面前。要緊貼市場的動態，便應好好學習以上的「5I法則」，在這個新潮流中逆流而上，以獲得空前的成功。

商業實戰教育家，創智市場策略有限公司董事總經理、香港市務學會主席、Effie Awards (大中華區) 終審團評委。著有：《贏銷策略》、《商識滿天下》、《讓品牌「飛」！》(*多次榮獲誠品書局商業管理暢銷書榜第1位) 及《品牌超連結》等。

Email: jeffreypheonix@gmail.com

Facebook專頁: 凌羽一商管之友—www.facebook.com/lingyuyi

凌羽一 Jeffrey Phoenix HUI



談

虛

實(三)

坊間傳言，檸檬有降血糖作用。西方醫學亦有相關報道，認為血糖過高，是由於長期高熱量飲食所致。檸檬能降低食物升糖指數，控制血糖增高。中醫從長期實踐中總結，認為嗜食肥、甘、厚、膩，以致濕熱積於脾胃，形成熱痰所致。檸檬，因性涼而散，故能分解痰熱，散發熱氣，從而令血糖降低。筆者聽聞，檸檬能去除污垢，曾以一積滿水垢的保暖壺試之，果見其效，一點不假！亦發現市面上個別碗碟洗潔劑，均加入檸檬，作為分解油污用途。透過此例，可見檸檬能解濁液，對高熱量飲食，或嗜食肥甘厚膩，以致血糖過高人士而言，確有一定程度的降糖功效。

大部份女士均認同，檸檬因為能夠令大便暢通，達到排毒目的，成為追求瘦身者首選食物。實際上，脾胃從食物中吸收營養，是需要一定時間的。如果進食過多，會使體內對於酸性食物的調節機制被改變，加速了分解和排泄。排泄加速，意味著身體因時間不足，腸道營養還未盡吸收時，與大便一併排出體外，造成營養不良，肌膚處於脫水失養情況下，面色反而蒼白無華。所以，實行檸檬排毒美容前，應加以慎重考慮。

《素問・陰陽應象大論篇第五》曰：“五臟皆得胃氣，乃能通利。”說明胃氣對五臟的重要性。古代醫家李東垣在《脾胃論》中曾提及“內傷脾胃，百病由生。”再一次強調脾胃與健康的關係，所以“胃氣”可說是人體生命動力的基礎。

消化力源於脾胃之氣的凝聚，氣的集中力越強，脾胃運化能力越高。檸檬雖能解痰，但其散力使胃氣失去約束，因而不能凝聚而散亂，推動的能力便會下降，營養難以透過氣的傳輸，運送全身，以致出現氣虛症狀，包括容易疲倦、食欲減退、中氣不足、反應遲鈍等。

此外，檸檬所含維生素C成分，即是中醫所指散性成分之一。近代研究發現，過量攝入維生素C，會對人體造成各種不同程度影響：如果兒童服用過量，會損害成骨細胞形成過程，易患骨病；或使原有心腦血管病者，更易發生腦梗塞；女性則易降低生育能力，且影響胚胎發育；又或促成腎結石，引致血尿和腎絞痛等。

現今大部分都市人工作忙碌，加上應酬繁多，飲食難節，久之，脾胃損耗難免。所謂預防勝於治療，筆者在此鼓勵讀者們，多吃白米飯、意粉之類，偶爾麥冬與豬肉煮湯，對脾胃有莫大益處。麥冬滋陰，有助胃中散亂之氣凝聚，意粉、米飯皆補胃氣，兩者配合，可謂相得益彰。

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。



淺談膝痛

在我工作中遇到的病人，膝痛病人差不多佔了四份之一。他們心中有一些問題，可能各位讀者亦會有。今天就讓我們略為解釋，希望能幫助各位更了解自己的問題，從而選擇更為合適及有用的處理方法。

最最最常見的問題是：『我的膝痛是否因為膝關節的軟骨已磨蝕退化？』排除因意外而引致的膝痛不談，一般引致長期膝痛的病因，除了軟骨磨蝕，亦有可能是髌骨（Patella俗稱菠蘿蓋）輕微錯位（Patella Mal-tracking）、大腿正面的四頭肌（Quadriceps）過於僵硬引致髌骨承受過大磨擦、大腿肌肉力量不足、偏平足、不正確的步行姿勢、不合適的鞋子。腰背勞損或座骨神經痛亦有可能引起膝痛。

有很多病人亦會直接將膝痛及骨質疏鬆連結為同一件事情，認為應該要額外攝取鈣質或維他命D。其實，除非經正式骨質疏鬆測試證實，一般膝痛都不應隨便歸究於骨質疏鬆及不應胡亂服用補充劑。維他命及礦物質並不是愈多愈好的，因它們是可以累積在身體並引致慢性中毒。

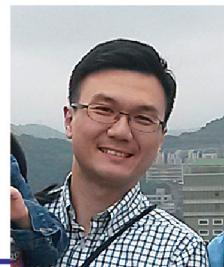
同樣道理，大部份病人都會詢問有關葡萄糖胺（Glucosamine）對修補軟骨及治療膝痛的「神奇功效」。看到此處，精明的讀者應該已明白軟骨磨蝕並非膝痛的唯一原因。如果你的問題並非出自軟骨，服用再多的葡萄糖胺對膝痛都沒有明顯幫助。

最後，當你患有膝痛，身邊關心你的朋友便會有很多意見及秘方提供給你。例如有些人會說只要多多運動，膝痛便會自行消失，藥也不用吃；但亦有人說膝痛要多休息，並穿著護膝，千萬不要操勞膝關節。我的意見是，如果有急性膝痛，又熱又腫，就當然要多休息及看醫生。如非此類膝痛，則可小心嘗試做一點的伸展拉筋或於水中步行，略為活動一下，看看是否有幫助。

其實姑勿論何種原因而引致的膝痛，一般來說游泳、減輕體重、穿著波鞋、多多伸展四頭肌及大腿後的胭繩肌（Hamstring）、暫時停止跑步及避免爬樓梯，對膝痛都有相當程度的幫助。在正式尋求專家意見前，各位可以先自行嘗試自救，看看是否有幫助。當然如果試過無效，便應尋求專家的意見了。

謝詩聰 Albert

澳洲香港註冊物理治療師
www.bethesda.com.hk



帝王之學 的第三回

坎卦的互卦為山雷頤，（即二至四爻）人到了成年後必要養家，小為家，大為國家，至壯年後變為老頭為乾卦所屬。八卦中乾為什麼要排西北呢？因為西北是日暮之所，人到了天年，就要等著歸西了，（西為兌宮）後天八卦圖中兌卦位是正西，兌又為少女，古人的生死觀點是人到老死之後叫一命歸西或命歸西天後，在兌宮的位置上等，等到少女成人嫁夫再投胎輪迴。故有說坤為土為黃，兌為澤為泉，坤兌相連並稱黃泉之路，又因坤兌皆能生育而並稱黃泉路亦是輪迴之路。

乾卦訓詞是：“元、亨、利、貞”四字。“元”是指在官府做過官的老人，告老回鄉後稱元，人們常說“元老”稱謂。“亨”是指沒做過官的紳士們，為富戶大亨者。“利”是指種地或管土地的小地主員外，以及兌換貿易者中的富人；利字禾帶刀，禾為莊稼農耕，刀為貨幣，他們亦為富人一族現稱中產階級。還有一個“貞”字是指一沒做過官，二沒有紳士之業，三沒有土地的人，用一個貞字概括，簡而言之是窮苦人已到了天年還仍然在辛苦之中叫貞。

這乾卦中簡單的四個字說明了男性人生四種變化和四種不同社會地位的人生境遇。（必須說明的是，“元、亨、利、貞”之解亦為連山師所傳，口授記之，以待史實考究。）

女性出生小女孩時命名為兌，位居正西方，兌在地上亦為石，故叫石女（石女後傳為不能生育的女人，但也說明始意為小女孩性未熟而不會生育之時）。

女孩降生後照樣教她先說話，講話要有禮貌，中聽，否則將來夫家不悅，故兌又為悅為取悅於人，也學習說唱歌文樂器。據師口傳，當時歷史背景女孩到七歲就教編織說唱，如織席結網之類，由此可見，“習”、“席”同音皆有緣來。到了十四歲就要嫁人再生兒育女，古醫書中雲：“石室，女七歲陰氣通，二七壬癸至”就是說女人十四歲要來月經。

女人到十四歲後嫁人稱“歸妹”。首先從離卦的離字開始演變，離字如兩個西字正反而背，兩個兌七為十四歲，故女孩二七後亦長的美麗動人了，要離開娘家嫁人去了，離就是離去的意思，嫁到所去的地方叫歸，就是指回到她原本的家，亦叫“歸妹”。

當時，奴隸極權制時，女人、女孩被當作一種貿易品，可以當商品，如同財帛金玉一樣，歷史上一直稱少女為千金；如此兌為金，為少女，為錢財亦古時早已成八卦人事定義，奴隸主可以把女人（女孩）當作一種財物隨便換取另一個奴隸主的東西。（下回再續）

連山弟子黃忠建博士
2015年12月20日於香港

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



另闢藍海

從前在荒漠中有一個小鎮，當第一個猶太人走到了小鎮時，便決定在高速公路旁開個加油站。很多高速公路的旅行者也光顧他，為車子注滿燃油。

第二個猶太人來到小鎮，看見加油站的生意很不錯，便決定在加油站旁開設了一家便利店。旅行者在入油時，往往也會到便利店走一趟，看看有沒有甚麼需要補給。

第三個猶太人來了。他在便利店旁建了一間旅館。很多旅行者夜裡到達小鎮時，都樂於入住一晚。

第四個、第五個、第六個……來到小鎮的猶太人越來越多。而餐館、超市、戲院等的商舖也陸續建成，小鎮的人氣漸漸暢旺了，成了個經濟繁榮的小區，很多的小鎮市民都富裕了。

在地球的另一端，第一個中國人來到荒漠的小鎮，並在高速公路旁開設了一間加油站，也有不少人光顧。

第二個中國人來了，看見加油站繁忙的生意，便決定在旁開設另一間加油站。隨着第三個、第四個中國人到來，加油站漸漸開得密密麻麻。為了競爭，每間加油站都得打廣告促銷，而旅行者也對小鎮毫不留意，往往加完油後便揚長而去……

撇除民族嘲諷的角度，這個故事其實頗有意思。看見一間公司成功以後，很多人會仿效，希望能「複製」別人的成功。但往往這些模仿也只會令行業因競爭變得困難，沒有把整個市場擴大。不少行業因而盛極一時後便立即萎縮掉。正是：「瘦田沒人耕，耕開有人爭！」這些例子，在日常生活中，比比皆是，例如早年的葡式蛋撻、靈芝孢子、台式飲料，近年的科網、團購、健康產品、醫學美容、健體、修身……等，有的曇花一現，有的苟延殘喘，亦有的汰弱留強。

但亦有人能在別人的商機中看見藍海，打造出自己的一條康莊大道，這便是在競爭劇烈的紅海中，另闢藍海，刻意進行「藍海策略」的生存之道。近年紅酒市場的大力拓展便是經典例子。在紅酒消費大國—美國，有三份之二是由加州生產的紅酒雄霸。而外來入口的紅酒只能瓜分餘下的三分之一。而外來入口的紅酒中，又由數間法國、意大利紅酒業壟斷了，其他產地的紅酒難以撼動美國的品酒市場。

澳洲的卡塞拉酒莊(Casella Wines)當時無論在品質、知名度上都難以打入美國現在的品酒市場。卡塞拉酒莊並沒有強行模仿其他酒業龍頭，走高格調的路線。相反，他們發現除了紅酒以外，美國人在啤酒、雞尾酒等的消費整整是紅酒的三倍。卡塞拉酒莊於是推出[Yellow Tail]葡萄酒，主攻消閒飲品的市場。

卡塞拉酒莊不把[Yellow Tail]定義成紅酒或白酒，而是塑造成社交消閒飲料，宣傳它沒苦澀味，容易入口的特點，吸引了不少啤酒、雞尾酒愛好者，甚至本來抗拒紅酒的人一試。卡塞拉酒莊把葡萄酒引入到中低端的市場，拒絕走高雅、精深、專門的印象，開創了「消遣紅酒」這個藍海市場。

是的，模仿、複製別人的成功雖然看似是最容易的途徑，但往往在不知不覺間把整個行業鑽入死胡同。反之，如果能看到自身的優點，看到市場上真空的地方，以創意打造全新的市場，才能把整個行業的「餅」做大。

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。



有讚✓友壇



陳偉業 Danny

我讚！創辦人。70後，棄高薪創業，相信成長自己為「創」，貢獻社會為「業」。



《我讚！焦點》

10個 無奈

1. 同你打招呼，唔望兼扮Cool
2. 等陣都唔得，光速回至得
3. 細路四亂走，家長縕埋手
4. 著數擺唔到，投訴搵大佬
5. 有道理唔講，錄影post上網
6. 動輒就投訴，仲要加鹽醋
7. 人手勁不足，服務要做足
8. 顧客扮神秘，分數係咁計
9. 高層睇業績，追數靠壓迫
10. 讚賞唔多句，投訴就係罪

劉華話唔夠，點樣先至夠？ **praisage**

員工的無奈，大家可有共鳴？
內外均受壓，企業如何舒緩？
負能量不斷，正能量何處出？

《讚人熱浪》

第一次遇到這樣好的售票服務

今日同老公去看電影，遇到一位不得不讚的經理：

- 1.他看見到我們遠遠走過來（約有20米遠），就已經很有禮貌地面露笑容，舉手示意我們過去買票。
- 2.走到櫃台前，他第一句話就讓人感覺窩心：「今天想看甚麼電影呢？」說真的，看電影以來，這是第一次在買票時聽到這樣的說話！
- 3.原本想用積分換購電影票，後來一看積分不夠，但這位經理好有技巧地說：「啊，差少少分才換到啊，下次吧！」付錢之後再補多一句：「讓我幫你再複查下您的積分。」全程面露笑容，令人感到好舒服呢！

剛才偷偷看到您的工作證，希望沒叫錯。多謝Jay您的用心服務，希望「我讚！」可以代為表揚，為您打打氣。繼續努力啊！



電影院經理Jay（左二），說收到客人讚賞，是「開心、高興、被認同」。

《讚筆絕口》

「距離」，是畫家為此畫的命名。

作品曾被瘋傳，留言者大都會說：「唉，現在人人都做低頭族.....」、「假裝看不見、不讓座.....」。瘋傳過後，我們卻不自覺地變回畫中的主角。為甚麼？

人性，無善，無不善；影響人的，是環境。當人人自私，您自私，沒問題；當人人不讓座，您不讓座，沒問題；當人人自私不讓座，而您不自私、肯讓座，反而變得好像有問題？

大環境，較難改變，但我們可以改變自己！從今起，在車廂不做低頭族，觀察身邊是否有人需要協助，主動讓座予有需要人士，甚至鼓勵低頭的人讓座.....很難嗎？

不難！捨我其誰，由自己開始，一切皆在內而不在外！

「距離」，是您我也能改變的事情。



港澳地區

香港

香港九龍新蒲崗爵祿街33A-37A號百勝工廠大廈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

台灣地區

高雄

高雄市前金區成功一路303號
886 7 271 0018

台北

台北市大同區南京西路107巷19號1樓
886 2 2555 7105

桃園

桃園市中壢區永強街16號1樓
886 3 452 6052

台中

台中市北屯區松竹北路100號
886 4 2242 6368

台南

臺南市永康區東橋三路125號
886 6 302 7500

華東地區

上海

上海市閔行區宜山路1718號C幢1樓
86 21 3466 3108

南京

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

無錫

江蘇省無錫市新區湘江路2號金源國際B座905-906室
86 510 8821 3822

武漢

湖北省武漢市江岸區漢黃路欣正源工業園內1號樓5層
86 27 8280 0082

杭州

浙江省杭州市濱江區濱盛路1870號新世界·鉑悅軒2010室
86 571 8538 3906

華南地區

廣州

廣東省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 2856

珠海及肇慶

廣東省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

中山

廣東省中山市東區康樂新村33號
86 760 8823 7369

江門

廣東省江門市蓬江區豐樂路口興盛里32號之一
86 750 306 0805

佛山

廣東省佛山市南海區桂城街道夏南路61號創越時代創意園4座509-511
86 757 8622 3262

南寧

廣西省南寧市青秀區民族大道100號西江大廈A座10層1003房
86 771 578 5760

深圳

廣東省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

廣東省東莞市莞城區八達路140號恒豐大廈13樓1304號
86 769 2303 4778

長沙

湖南省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

福建省廈門市思明區金榜路61-67號凱旋廣場六層620單元
86 592 228 7530

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

北京市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

天津市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

