

360°^{史偉莎}

issue
01
12.2014



史伟莎人



目 录

issue
01
12.2014

顾问

黄慧敏 Man

编辑

陈巧萍 Doris

吴 丽 Candy

美术

Fafa

发行量

繁体版 16,000本

简体版 9,000本

《360° 史伟莎》电邮

lbsmagazine@lbsgroup.com.hk

版权所有，不得翻印

- | | |
|---|--|
| <p>03 编篇有您</p> <p>04 集团理念</p> <p>05 主席交心</p> <p>06 伙伴第一
翠华集团</p> <p>08 追踪史伟莎</p> <p>16 圆来如此
圆来如此</p> <p>17 由心出发
深我心、心你心、开心齐心
深人心、心客心、斗心真心</p> <p>18 人材"5"Rs
中国区红旗报捷</p> <p>20 新知灼见
新产品服务介绍</p> <p>22 成功秘笈
钻石人生
众人妈打</p> <p>26 员工见地
刊物提名获奖感言</p> <p>27 史伟莎CSR
老吾老以及人之老</p> | <p>28 虫虫特攻
危害健康的「小魔鬼」蚊子</p> <p>29 吾爱吾家
冬天必饮汤水，您今日饮左未？</p> <p>30 与文成长
《成绩是干出来的》</p> <p>31 轻松一下</p> <p>32 管理心法
地毡清洁真的那么重要？</p> <p>33 营「销」0与1
高效营销6部曲</p> <p>34 易芦医话
谈虚实</p> <p>35 治疗自疗
病向浅中医</p> <p>36 帝王之学
帝王之学的第一回</p> <p>37 心中有富
梦想能把咸鱼翻生</p> <p>38 有赞友坛</p> |
|---|--|

我不是文科人，但不知为何，从小与出版刊物结下不解之缘。小学时，和几个同学粗浅地制作杂志，在同学爸爸的学校跟影印机角力。到出来社会工作，有幸参与每间公司的内部/外部刊物，在早前服务的一间企业，更为她出了共56期月刊，足足有4年多的日子，与有正职但同时兼职做编辑的团队咬紧牙关，每月准时出刊。公司刊物，除了是一个文字及图像化的沟通平台，更是公司发展历史记录，见证着企业的成长。史伟莎集团，是一间很「人」的公司，投放大量企业资源，目标只为做好「人」的工作。一直感恩能与史伟莎结缘，及作为《360° 史伟莎》的策划人。刊物内的一字一句，都是史伟莎人及其伙伴的心血结晶，深信读者必能从字里行间，感受到这间真心以培养人材为己任的企业。



黃慧敏 Man
集团顾问

对于刊物，我一直都只是读者。今次是怀着学习与战兢的心情，参与《360° 史伟莎》的编辑工作。刊物以繁简中文出版，首刊发行超过2万本派予集团员工和客户。我们希望大家可透过《360° 史伟莎》内的不同专栏了解集团的最新发展动向，大家一起参与活动，分享知识，交朋结友，加强大中华各地区的沟通。亦希望透过客户的专访，加强与合作伙伴的联系。我们诚邀大家踊跃参与。您可以投稿，也可以发表对刊物的意见，一同创建史伟莎大家庭的沟通平台。多谢大家！



陈巧萍 Doris
大中华发展及支援中心 助理经理

《360° 史伟莎》与大家见面啦！她记载了集团的讯息，员工的成长、员工多彩多姿的兴趣活动……她把史伟莎集团的点点滴滴都记录在其中。史伟莎集团就像一个大家庭，有着家一样的文化：「互助」、「创新」、「坚持」。没有「互助」，各自为战的团队将是一盘散沙；没有「创新」，墨守成规的团队将是一群庸才的集合；没有「坚持」，意志脆弱的团队执行将大打折扣，成为败军的主儿。个人的成长关乎企业的成长，个人的进步即是企业的进步，公司的成果与员工共同分享，史伟莎集团将伴随每一位员工的成长历程，见证每一位员工的丰硕成果！



吴丽 Candy
大中华发展及支援中心 助理经理



史伟莎集团于1998年在香港成立，引进专业的洗手间卫生管理概念及技术，提升客户的卫生环境。凭着多年的努力不懈，集团的业务版图已伸延至澳门、台湾及中国内地20多个城市。我们细心聆听、观察及思考客户所需，不断创新，并引入多样化的产品、服务以至概念，从而发展至「全面卫生解决方案」(Total Hygiene Solution)，务求满足不同的客户。

我们的愿景

力求将卫生管理服务及产品业务覆盖至整个大中华区，并且成为业界的领导者。

我们的共同使命

- 提升社区卫生意识及水平
- 帮助员工成材及发展
- 超越客人期望

我们的企业宗旨

坚持不懈地为顾客提供优质、超值、创新的卫生管理服务及产品，配以真诚、用心、投入感情的专业顾客服务素质。

正因如此，我们透过旗下的各个品牌，提供至贴心产品及服务：

- Swisher 史伟莎 — 提供全面卫生解决方案，包括洗手间卫生、商业及家居灭虫、纸类及垃圾袋、清洁剂及一众手部清洁及消毒产品，成为您的卫生专家
- LBS Air Purification Service 史伟莎空气净化服务 — 采用光等离子技术，捕捉空气中的污染物，包括甲醛、挥发性有机化合物、臭味、细菌、病毒、霉菌、烟气及烟味，迅速分解并转化为二氧化碳及水分等无害物质，保障客户健康
- Waterlogic — 多元化饮用水机，齐备活性碳滤芯过滤、Firewall™紫外线除菌净水及 BioCote® 抗菌银离子保护层，更荣获 ISO9001、WRAS、NSF/ANSI 53、55A&B 及 P231 等多项国际标准，让客户能时刻享用清纯优质的饮用水
- Puriscent 飘盈香 — 运用不同种类的香气配合传递系统，为客户营造出独有的品牌形象，增强消费者对品牌的联想及有助提升品牌价值
- Fryomate 快奥美 — 透过完善的过滤技术，改善食油的品质及延长食油的寿命，省却生意成本，食物质量亦得以提升

在现今瞬息万变及竞争激烈的环境下，企业及员工必须有着清晰及坚定的使命感、核心价值和目标，才能突围而出，持续发展。我们史伟莎人时刻紧记我们的愿景、使命、宗旨及独特的3“5”理念，以真诚、用心、切实执行。

3“5”理念

“5”Rs 关顾人材理念

- 尊重公司最重要的资产 - 人材，必须珍惜及关注
- 认同人材之表现，时刻予以表扬及肯定
- 嘉奖人材之贡献，以分享共同努力之成果
- 培训令人材与公司一同进步，一同成长
- 前景使人材与公司团结一致，共创未来

“5”道

- 相处之道 - 坦诚
- 用人之道 - 信任
- 管理之道 - 沟通
- 业务之道 - 累积
- 生意之道 - 坚持

“5”核心价值

- 顾客第一，员工第二，股东第三
- 人无我有，人有我优
- 成就自己，必先成就别人
- 先舍而后得
- 种因忘果

林浩宏 Franco

史伟莎集团主席



《360° 史伟莎》终于诞生了。这是属于每位史伟莎人的刊物。

制作一份集团刊物从来都不易，在我们卫生管理行业，能够有自己的刊物，更是少数。衷心感谢有份参与制作同事的努力。

为什么史伟莎愿意投放资源去制作这刊物？感恩透过同事的努力，史伟莎已在大中华26个城市提供产品和服务，她的使命就是把在内的史伟莎人连系起来，也担当了内外沟通、培养我们的员工的其中一个平台。

为什么其他同行业的公司很少这样做？因为我们看事物有一点不一样：我们经营的生意不单单是做清洁、做灭虫，我们的生意其实是培训及发展人材。在服务性行业，人材的培养是因，生意的利润是果，能够对人材培养有帮助的，就值得去做。

《360° 史伟莎》的诞生，也代表了史伟莎对这行业、这人材事业的专注。互联网的出现，大量制造了通才，谁能够专注把事情做深做透，不论是企业层面或是个人层面，往往便能够突围而出，这也是为什么三五理念的「累积」、「坚持」是那么重要。一些经常转工的人，往往是能力追不上理想，小事不愿干，大事干不了，最后便一事无成。

我们要全心专注于我们这充满意义的事业上，使员工、公司、行业发光发热。

林卓仪 Dorothy

史伟莎集团副主席

史伟莎人欣喜地迎来了《360° 史伟莎》的诞生，可喜可贺！

今年是我们经营史伟莎的第16个年头，在提供优质产品和专业服务的此时，终于有了属于卫生管理服务行业员工心连心、自勉自励的平台。

今天我们能够在行业内奠定先驱领导的地位，绝对感谢与史伟莎一起成长的所有任劳任怨不怕辛苦的前线销售、技术、物流部门同事；大家不管烈日曝晒，还是风雨交加，也能用心、专业地投入服务，以辛勤的汗水换来提升社区的卫生清洁意识和水平、客户的认同及社会的肯定。当然其他默默地在背后支持的后勤同事们也是功不可没，大家虽然在不同的工作岗位，但为着同一个理想而努力！

在这些年与公司一步一步走来的同事们，都是企业的宝贵财产。我们亦深信「人材」是靠自己来塑造的，唯有培育出更多具有责任感、承担力的人，史伟莎这个依靠人去运作的企业才能成功！所以，在过去的日子里，我们透过「人材由自己培养」的这个想法，精心培育了不少出色的同事和优质的主管。公司培育的成功，更加肯定了我们3“5”理念的重要性。一直坚信，忠诚、投入、热诚的员工是企业最大的财富，人材的培养是我们不懈的使命。本著互爱互敬、相惜相容的态度学习、磨练、沟通、进步、茁壮……为员工勾画一个正面、积极、长远的发展前途。培养出更多、更出色的精英，这是我们永恒的定律！

珍爱待客 在细节

在香港史伟莎总部门口当眼处，挂着一块彩色的牌匾—《珍爱待客》，内有11条史伟莎人一直深信及行使的待客之道，首条是：「顾客第一、员工第二、股东第三」。今期《360° 史伟莎》创刊号，很荣幸邀请到同样「以服务顾客为己任」的翠华集团(翠华)接受专访。翠华扎根香港40多年，是香港目前唯一一间在香港联合交易所主板上市的连锁茶餐厅经营者，也是史伟莎的忠诚顾客、合作超过16年的伙伴。

情缘缘起

这段伙伴情缘，缘起于1997年底，当时史伟莎集团副主席 Dorothy 计划创业，引进美国的洗手间深层清洁及消毒服务，并获翠华集团支持采用其服务，在史伟莎创业萌芽时期打了一支强心针。

翠华集团表示：「一个集团的成功，单凭一己之力是远远不够的，除了要有一班专业及经验丰富的管理团队、忠诚的员工之外，更重要是一群值得信赖的长期合作伙伴，能够了解集团的需要，因时制宜，共同成长，从而让翠华能够专注本业，专心为顾客提供优质的食品及服务，共建『三赢』局面」。

《珍爱待客》之道，每一条都是以「顾客」为首，每位史伟莎人都明白，顾客有问题要解决才产生企业、顾客的需求给予了我们工作的机会。史伟莎一向以客为先，因而得到客户的信任，能成为翠华长期的合作伙伴。



沿途有您

于1998年，在史伟莎创业的起步阶段，翠华以行动对史伟莎投下信心的一票。翠华新蒲岗店率先使用史伟莎的洗手间深层清洁服务，到2001年史伟莎推出灭虫服务时，亦继续获翠华集团使用。

「史伟莎是卫生管理、服务及产品的国际品牌，在业界建立超卓的信誉，深受客户认同；史伟莎的宗旨是坚持不懈地为顾客提供优质、超值及创新的卫生管理服务及产品，配以真诚及用心的专业顾客服务素质。」翠华集团这样形容史伟莎。

同样地，翠华一向以提供优质、健康产品及服务为宗旨，对每个细节及操作流程都规范细致，务求为顾客带来称心满意的优质餐饮体验。两者的共通点，就是用心待客及从细节出发。

沿途有您16年，只因翠华深信一间成功的企业必须选择理念相同的合作伙伴，彼此能互相扶持、互相学习，取长补短，在各自行业与时并进，自然能够共同成长，并能推动彼此间互相进步，这样才能够提升企业核心的竞争力。



新蒲岗店



铜锣湾店

成功在细节

今时今日，成功的餐饮业除了在食物、环境和服务三大基本要素着手，其他细节亦不容忽视。

翠华集团认为：「翠华除坚持食物要有高水准外，亦高度重视整个餐厅环境。餐厅的清洁及卫生是绝对不可轻视，因为整洁的环境是其中一个可以吸引消费者再次光顾的重要元素。」



成功从来不是侥幸，翠华集团待客从心出发，每一个细节，皆一丝不苟，重视与伙伴建立长期合作关系，让彼此在其专长领域独当一面。而伙伴重视细节，使服务质素提升；我们多行一步，超越客人期望，自然可成为顾客的最佳选择；建立了口碑，自有更多的顾客成为长期伙伴。这是绝对正面的推动力。

伙伴赠言

16多年后的一天，翠华集团李远康主席收到史伟莎集团副主席Dorothy的电话，被邀请成为《360° 史伟莎》首刊专栏「伙伴第一」的专访对象。李先生就如16多年前的那天，爽快的一口答应受访，并赠言：「感谢史伟莎多年来对翠华的支持，为集团旗下餐厅提供专业清洁及灭虫服务，从而为顾客提供一个舒适的环境，使集团得以贯彻成为优质茶餐厅的策略。」此番赠言，由识于微时的伙伴道出，Dorothy感受至深，感动不已。李先生的赠言，将成为每位史伟莎人心目中待客在细节的动力，并会怀着感恩的心，不断提升服务以回馈伙伴的支持和鼓励。

翠华与史伟莎能一起走过15年的「水晶路」，皆因两间公司的经营理念相似，都是用心服务，以客户的满意为首要目标，并各自于自己的范畴，从细节上致力为顾客提供优质的服务。史伟莎感恩所有伙伴对我们一直的支持和认同，并会继续秉持「珍爱待客」之道，与客户一同走向「银」、「珍珠」、「红宝石」、「钻石」……之路。

注：鸣谢翠华集团接受《360° 史伟莎》专访



您的衛生專家

Your Hygiene Expert

您们有留意到吗？为加强各地区客户对我们史伟莎(Swisher)品牌的正面形象，全新的品牌口号 — 「您的卫生专家 Your Hygiene Expert」，现已应用于总公司入口处的史伟莎(Swisher)商标展板、服务员的装备背包和行李箱、名片、电邮签章、产品包装盒、宣传单张、史伟莎Facebook官网及微博官网等。

史伟莎的每位技术员，都是您的卫生专家。多谢各位客户的支持及每位史伟莎人的付出！我们会继续努力，致力成为每位客户心目中的卫生专家Your Hygiene Expert！

The collage includes:

- A white banner for '史偉莎家居滅蟲' (Swisher Home Pest Control) with text: '讓您安枕無憂 居住更安', '專治白蟻床蟲及一眾家居害蟲', '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', and social media links for LBS Group and Swisher.
- A red rectangular card with the Swisher logo and the slogan '您的衛生專家 Your Hygiene Expert'.
- A blue backpack and a dark blue suitcase, both featuring the Swisher logo and the slogan '您的衛生專家 Your Hygiene Expert'.
- A black suitcase with the Swisher logo and the slogan '您的衛生專家 Your Hygiene Expert'.



「襟章奖励计划」

襟章制

为实践史伟莎的“5”Rs关顾人材理念，集团不断探讨和推出新的奖励计划，藉以体现尊重人材、认同人材、嘉奖人材和培训人材的目的，从而让每位员工都能成材，同时能提升社区卫生水平。很高兴通知大家，我们又有新的奖励计划推出—「襟章奖励计划」<襟章制>。

公司希望透过此计划，确立清晰的指引，关顾技术员的心态、鼓励技术员不断学习，提升实务技能及服务水平。我们还是首家卫生管理服务行业的公司推行<襟章制>呢！

香港总部率先于2014年9月推行<襟章制>，由关顾人材及行政部协助襟章的制作和制服的更新。香港版<襟章制>设有3种不同性质的襟章，包括：技能、年度表现及年资章，合共20款襟章。首阶段会按技术员已有的技能/年资，派发有关的襟章，并贴于制服上，以确认其工作能力和年资。

公司鼓励技术员对有兴趣的技能襟章主动提出申请考核，经主管审批后便可安排接受培训，考核及格后可获颁发有关襟章及一次性的奖励金；技术员亦可竞逐年度表现奖，胜出者可获得年度表现奖章及相应的奖励金；年资达3年或以上的技术员则可获得年资奖章及相应的奖励金，工龄越长，奖金越多。

编辑组特地请来服务部高级经理林展雄先生(雄师傅)，了解计划的推行情况和他对计划的期望。雄师傅表示首阶段推行顺利，同事们反应正面，已有技术员提出学习新技能的要求！问到对<襟章制>奖励计划的期望，他希望此计划能令技能的承传起积极作用，亦可令同事们对较少受注意的技能有更深的认识。

整齐醒目的制服，配备别具意义的襟章，史伟莎技术员的专业形象内外一致，为您提供最专业的服务。



注：内地<襟章制>的出台时间为 2015年3月1日

追踪史伟莎

会议室的 荣誉阁

走进约70平方米的长方形会议室，看见简洁、平实的装潢，中间放置一张6米长的办公桌和十数张椅子，近大门一旁的墙壁挂上公司3“5”理念的牌匾，文件柜上摆放了一些活动纪念品和公益奖状，另一尽头放了数张字画……好了好了，说到底，还是一个普通的会议室吧！这么一个不甚起眼的地方，为何要在首刊介绍她呢？



是的，会议室是每间写字楼都会设有的地方，主要用作开会、面谈、见客、联欢等。然而，史伟莎集团总公司的会议室，却是非一般的会议室，因为她是体现公司理念和关顾人材文化的重要阵地。总公司的大小制度、计划、政策，都是在这里诞生的。好像「优化人材、成就共享」计划，香港管区团队经过了近30次会议、积累超过120小时去研究、探索、讨论、订立、检讨、修改后才推展的。过程中每遇到困惑时，3“5”理念的牌匾不时带领团队返回正确方向。

总公司会议室的一事一物，都反映著公司的核心价值，最珍贵、重要事物都放在这里。同样地，您会把最珍惜和重要的人物相片放在那里？在家中陈列柜最显眼的地方？钱包内？手机的屏幕？一向重视人材的史伟莎，则在这公司的心脏地带，僻出一隅，像金榜题名似的，挂上大中华两岸四地管理团队及每年最优秀员工的得奖同事相片，相片的背后意义，实则是展示了集团“5”Rs的其中三个关顾人材理念 — 尊重、认同和嘉奖人材。这个「荣誉阁」盛载着公司对这群忠诚、投入、热诚同事的努力和付出的无限谢意，感激同事努力不懈的提供优质产品和专业服务，帮助公司在行业内奠定先驱的领导地位。

只要您用心服务，表现卓越，明年的优秀员工可能是您、您、您……会议室见！



追踪史伟莎

国内厨神大赛

史伟莎3“5”理念活动，是集团近年来每年都会进行的一个重点专案，当中希望通过同事有兴趣参与的题目，从而可以把公司文化理念，生动地渗进每位同事的生活中。

继去年有视频比赛，今年就有每位同事都擅长的厨艺大赛—厨神大赛，参赛同事必须把3“5”理念朗朗上口的读出来、同时菜式名字和用料也要充分体现3“5”理念奥义，以作为比赛的入场券。

总决赛冠军—东莞史伟莎易海带的作品，以普通的材料，经创意性的演绎，突围而出。「美而廉」的作品—「锦绣前景」，贴切地演绎出集团3“5”理念中“5”Rs关顾人材理念的尊重、认同、嘉奖、培训，最后有着美好的前景；亚军—南京史伟莎徐美华的作品「3.5呈彩」，呈现出公司3“5”理念中“5”Rs关顾人材理念；季军—广州史伟莎肖燕凤的作品「坦诚与沟通的火花」，就如公司3“5”理念“5”道中的相处之道—坦诚、管理之道—沟通。

总决赛中各同事尽展手艺，衷心希望同事可以达到把理念读在口中，记在心中和想在脑中这个「三中全会」的目的。



追踪史伟莎



与未来栋梁有约



「成就自己，必先成就别人」，是史伟莎集团的核心价值之一，我们除了懂得营运生意，亦愿意回馈社会，关心年青一代的发展。故此，总公司一直与不同团体合作，参与社区活动，对社会作出一点小回馈。

香港商业领袖培训计划 2014 — 智汇四海 · 梦想启航

2014 年 4 月 12 日集团主席 Franco 应邀为凤凰智库主办的「香港商业领袖培训计划 2014」为嘉宾讲者，此活动旨在启发大专学生对职业生涯规划的思考，为将来的事业，乃至人生志向作铺垫。活动在香港理工大学香港专上学院进行，主席 Franco 与大专学生分享了他的创业经验及简介了史伟莎的服务。

中学生团体参观

2014 年 5 月 9 日下午，经 EL2100 Limited (www.el2100.com) 安排下，总公司接待了一群中学生进行参观活动，当天约有 60 位同学出席，由集团副主席 Dorothy 和服务及排版部高级经理雄师傅作演说后，同学们分组参观各部门的运作，藉以认识史伟莎的卫生管理服务行业及运作，了解商业社会的实际操作模式。

「预见未来」训育及辅导活动分享日

2014 年 7 月 7 日，香港教育局训育及辅导组为帮助中学生思考他们的未来和规划职业生涯，举办了「预见未来」活动分享日。当天约 200 位中学同学出席，副主席 Dorothy 分享了事业历程和创业故事，指导同学们现阶段一定要好好装备自己，要明白行出状元的道理，面对任何逆境也不要放弃。服务及排版部高级经理雄师傅则以自身经历鼓励同学，要不断学习、不怕蚀底，将来总有出头天。

同学们，您们是社会未来的栋梁，加油！

追踪史伟莎

香港餐饮联 「优良经验分享」交流团



集团一直很注重与伙伴的交流，透过分享经验，从而提供全方位的优质服务。

香港餐饮联业协会(餐饮联)于 2014 年 4 月 23 日举办了「优良经验分享」交流团，分享会于史伟莎集团总部进行，透过活动教学形式，让参加者了解史伟莎集团背后的营商理念。当日聚集了一众餐饮业界的精英，我们分享了：「史伟莎的发展历程及产品的创新」、「史伟莎的服务性质及急客人之所急的服务理念」及「用人之道和管理经验」。

集团主席Franco与餐饮联主席陈首铭博士交换锦旗后，由副主席Dorothy及主管们带领交流团参观各部门运作。活动中，来宾们反应热烈，积极发问，主动分享经验。

衷心希望来宾们都能从分享及交流中得到借镜及启发。

史伟莎台湾 「优化人材计划发佈会」 一同成长、共创未来

史伟莎台湾从 2007 年发展至今，先后成立高雄、台南、台北、桃园和台中五所营业所，现时史伟莎台湾区同事已超过100 人。

为感谢史伟莎台湾同仁一直的努力，于 2014 年 7 月特地邀请集团主席Franco、副主席Dorothy、香港区高级经理(会计及特许经营支援部)贺晓晖先生莅临参加「优化人材计划发布会」。由主席Franco亲自在台湾南北两场发布会上，说明史伟莎大中华的发展和期望，及宣布台湾的「优化人材计划」正式开始实行，公司与员工一同成长、共创未来。所有台湾同仁收获丰富，充分感受到公司对人材的尊重，深化了同事对公司“5”Rs关顾人材的理念。



追踪史伟莎

2014游学营

游学营是一个一年一度，集比赛、培训、分享、制度发布、理念的传递和吃喝玩乐等元素于一身的大型交流活动，由史伟莎圆桌会成员组织策划，出席人员主要为各地区的管理层及当地精英会。游学营在10月31日，于东莞樟木头的三正半山酒店揭开序幕，中、港、澳及台湾，合共25个地区，共117位史伟莎人出席，是历届之最。

此届游学营主题是「前景」。从史伟莎慈善基金的正式成立，看到了公司对社会企业责任的承担；襟章制度、学分制及合伙人制度，看到了公司对人材的培育、嘉奖花了不少心思。在优化人材评核中，每一位史伟莎人都能公平和客观地得到上司、下属及同级的评分。只要您有能力，愿意付出和坚持，终有一天，您也有机会成为公司的高管，甚至合伙人。在游学营里，我们见证了从文员晋升为地区总经理及由销售员变成合伙人的励志感人故事。



作为一家可持续发展的企业，集团不断引进优质及有竞争力的国际品牌，销售员有永远推销不完的产品及服务。今次游学营不但介绍了空气净化的产品及甲醛处理的服务，也预告了有可能引进的另一知名品牌。大家也摩拳擦掌，迫不及待要把它们推出市场，务求能够进一步满足客人的需求。

当然也少不了所有史伟莎人期待已久的史伟莎3“5”理念厨神烹饪总决赛(中国赛区)，11个参赛地区代表各施煮法，菜式尽显无限创意及融合公司理念，争取得到史伟莎总厨神的美号。最终由东道主东莞史伟莎代表易海带以普通的材料，做出「美而廉」的作品——「锦绣前景」，突围而出，荣获冠军。而亚军及季军分别由南京的徐美华及广州的肖燕凤获得。

为期三天的2014年度史伟莎秋季游学营于11月2日圆满结束，让各史伟莎人留下深刻的印象及很多值得回味的地方。大家都期待着下年再会！

追踪史伟莎

旅游荟萃

看着这一张张笑脸，您想到了什么呢？身心的放松是为了重新积聚力量，让史伟莎人有著永远年轻的心态，享受旅游的乐趣后，再全程投入工作。这一次又一次的活动不仅增进了大家情感的交流，而且增强了企业凝聚力，同时也体现了公司对员工的关爱，劳逸结合的工作作风。我们爱工作、也热衷生活，更爱我们的「家」，因为我们是相亲相爱的一家人！



员来如此



史伟莎于1998年登陆香港，除了涉足澳门、台湾，2004年开始进入中国大陆市场。从深圳、北京开始，史伟莎逐步建立起一个由南向北的城市卫生服务网络，如何才能建立一个覆盖大中华两岸四地的网络？人材培养是史伟莎关键的任务。为了实现这个长远目标，向所在地区推广集团3“5”理念，史伟莎创立了一个跨城市选拔出来的核心组织—圆桌会。

经过筹备选拔，2012年8月1日，史伟莎圆桌会正式成立。第一届史伟莎圆桌会覆盖城市包括：广州、珠海、佛山、北京、重庆及天津6个城市，圆桌会成员选拔组成后，投票选出会长吴楚坚，副会长吴勇勇，任期一年。

会徽涵义



期间会员讨论、建立了「史伟莎圆桌会制度」，并设计了会徽。

- a) 外圈圆形，代表圆桌会，圆形没有尽头，生生不息。
- b) 圆与「援」同音(以普通话读音)，意为伸出援手、互相支援，表示圆桌会的功能之一是支援需要帮助的同事。
- c) 整个会徽图案寓意天圆地方，会徽里面是集团公司LBS的商标方形，象徵圆桌会是以史伟莎集团为核心，传播集团的核心思想，贯彻集团主席林先生的3“5”理念，方圆并济。
- d) 圆圈的红色代表激情，里面蓝色的色调代表海洋的朝气、深邃，意味着史伟莎集团的同事不仅有热血般的澎湃激情，也有海洋般的深邃思想，红和蓝一动一静，劳逸结合，一切以平衡为主。

为了配合史伟莎圆桌会，协助史伟莎当地城市执行发展人材工作计划，我们开始在达标的成立史伟莎精英会。第一届史伟莎精英会于2012年11月1日成立。首批成员包括广州、珠海、佛山和北京4个城市。

史伟莎两会「圆桌会」和「精英会」成立后，有力地协助史伟莎大中华执行发展人材工作计划，各地的兴趣小组、旅行、年会、培训、跨地区比赛、每年一度的游学营等，都有了一班固定的同事作为推动者，鼓励各地的同事参与。

经过了第一届的摸索，在2013年8月1日，史伟莎圆桌会进入了第二届，新增了成都、深圳、东莞、上海、无锡、南京、南宁等城市，选举出了第二届会长吴楚坚，副会长曾剑恒。

如今，随着圆桌会、精英会的成长，成员们逐步积累了更多的经验，各地的同事通过一次又一次的活动点滴，渐渐领悟到集团的理念。

2014年8月1日，第三届史伟莎圆桌会成立，选举出了会长马贵琴，副会长杨浩伦。相信在两位会长的带领下，史伟莎圆桌会及精英会的成员能团结所有的同事，一步一步书写属于史伟莎人特有的历史。我们都是平凡人，但我们知道坚持，懂得种因忘果，明白要成就自己，必先成就他人！



第一届圆桌会会长



第二届圆桌会会长



第三届圆桌会会长



第三届圆桌会副会长

深我心、心你、开心齐 深入心、心客、斗心真

一间健康强壮的公司，必定由一班开心的员工组成，同时业务上有着一群全心全意支持的顾客。所以说，一间企业的发展，一切建基都是由「心」出发。

如何令员工及顾客开心，便要懂得「开」他们的心。要开他们的心，则首先要做到三心：「留心」、「细心」和「关心」。

留心

全方位「留心」员工可分为三个层面。首先是认识、了解员工的性格、兴趣、喜好、学历、技能、谈吐和沟通应对；第二层是他们的生活习惯、家庭状况及朋友社群；最后是个人的工作技能、经历及经验、工作态度及斗心。透过「留心」便能更有效掌握员工的组合，再加上培训及适当的工作安排，发挥他们的动力、潜能，导向他们投入工作，融入公司的大家庭。这个「留心」态度同样应用在认识、了解及掌握顾客，让顾客开心、欣赏所提供的服务及全心支持公司，是业务发展上不可或缺的元素。

细心

留心只是认识、了解，「细心」是对人(员工及顾客)的心思。观察员工的细微反射：开心/忧心的事情；积极主动/被动投诉厌恶的事项及情绪；积极掌握/逃避心中抗拒的工作伙伴……。细心微观员工的情绪反应反射，才可舒畅、正化情绪，优化、强化流程和制度。细心观察顾客的内部及外围环境，顾客的开心/烦恼之事项，他们的客人的种类及动态……，从而提供高质素的服务，甚至是服务以外的全方位卫生管理知识和意见。

关心

「关心」是沟通、聆听、探讨、协作及行动的精要。互相的彼此关心，信心便能建立，信任才能产生。员工在被尊重、被关顾、被认同及赞赏的文化中，可抒发、可沟通、可发挥的环境中、便会开心、投入地融入公司大家庭，并会用同样的正面态度为顾客提供关心及贴心的服务。顾客得到全方位的开心而优质的服务，就会成为公司持久的顾客、深交的朋友、一同成长的生意伙伴。

SUM综合、深深化、心真心

顾客、员工开心开心

公司的"5"Rs理念及优质服务原则便是**由心而发、用心而动、以心而攻**。用「心」出发去认识和尊重每一位同事及顾客，透过培训及坦诚的沟通，将累积来的知识、经验和心得真心地彼此交流分享，感动并牵动着他们的心。坚持公司的 5 个核心价值便是「动心」的神髓。

「成就自己必先成就他人」、「种因忘果」及「先舍而后得」成就了员工成长及对顾客无私付出的心，同时也提升顾客的生意经营质素，员工和顾客的成绩取得相应的肯定及赞赏。用恒常的耐心及关心「攻占」了员工们的心，凝聚成一个温暖互助的大家庭，与公司共创未来；同时运用这「攻心」之道取得顾客之信心及信任，公司和顾客的业务声誉共同提升、持续扩展。因此「心」是令顾客、员工、公司「三赢」的核心动力。

黄剑华 Terence
关顾人材及行政部 经理



人材“5”Rs

中国区红旗报捷

「锦旗」，是指用彩色绸缎制成的旗子，主要是颁授给各种竞赛中的优胜者，或者送给团体或个人，以表示敬意、谢意等。一间企业，为客人提供服务以赚取酬劳，纯粹是商业上的买卖行为，与锦旗的应用本来是风马牛不相及的。然而，最近各地区同事，不断向总部报上喜讯，传来一张又一张与客户合影的收授锦旗相片。由于数量众多，本期只能精选4个故事跟大家分享。



授旗同事：高级技术员 李平
客户：上海富士花园会所

制下来，达到爱卫会标准。客户对此相当满意，并亲自订制了锦旗「灭虫高效，服务热诚」颁赠，以示对我们的认可。这是上海史伟莎和我个人在灭虫服务中取得的第一面锦旗，每次看到这面锦旗，我都充满力量，也深信史伟莎的服务绝对是首屈一指的，就正如公司的核心价值—「人无我有，人有我优」。

我加入上海史伟莎已有一年多，经过公司的悉心培养及个人努力，技术操作水准渐渐提升。有一天，我被公司委以重任，为上海富士花园会所展开虫害控制工作。此会所位于上海黄金地段，周围多为老式房屋、会所、商场、酒店等，环境复杂造成猖獗的虫害。此会所先后共找了5家专业的灭虫公司，但最终都未达到预期效果。通过两个月的反复试验、观察、操作及换药等工序后，我终于把会所的鼠密度控



有一天我在成都「香港新记茶餐厅」吃宵夜，在买单的时候，我发现天花板上有老鼠出没现象，凭着史伟莎人的本能，让我再一次把史伟莎的使命、我们灭鼠灭虫的流程清楚告诉他们，并开始了我们的服务。没想到今早才服务，翌日就把鼠饵全吃光，接着是鼠尸、鼠臭，尸横遍野！幸运的是，史伟莎不单是灭虫专家，同时也是卫生服务专家！处理味道，杀菌消毒，是我们的强项！刚刚服务的一个多月，每天，隔天，就要到场免费跟进处理，由此让我们跟客户变成老朋友，客户的每一句赞美，每一个感激的眼神，就是我们前进的动力！



授旗同事：地区主管 陈家庆
客户：香港新记茶餐厅



2014年9月5日，我到渣打银行龙城支行做消毒服务时，保安大哥说：「里面办公室天花上死了老鼠，现在发臭了……」。看到客户如此着急，我拿了梯子爬上天花，用手电筒照着开始找。半个小时过去了，始终没发现有老鼠残骸，但凭我多年的灭虫经验，判断死老鼠是在附近的范围内。可是电线、电话线、线槽、线管都很多，我请保安大哥帮忙扶着梯子，然后我站到梯子的最上面一栏，用手电筒顺着线槽看，就在第二层的线槽看到有个凸影，死鼠尸体都膨胀，马上要生蛆了。我下去拿工具，口罩、调好的除菌药水等物料……一切都搞定，臭味没了，还传来阵阵的柠檬清香。9月12日，又到了做消毒服务的时间，一进渣打银行办公室，银行主管拿出一面锦旗「敬业爱岗、用心服务」，充满感激的说：「这是代表我们支行的，所要说的全表示在锦旗里！」我只是尽自己一点力量帮客户解决一个服务以外的问题，客户便对我如此嘉奖，这真应了公司「种因忘果」的理念！



授旗同事：高级技术员 黄桥胜
客户：渣打银行龙城支行



授旗同事：高级销售顾问 刘英伟
客户：北京市顺义区杨镇人民政府

在北京东北方向有个富饶的地方叫顺义区，在顺义区的最东边有个叫杨镇的村镇。这里是顺义的经济开发区，非常有幸的杨镇政府成为了我们的客户。每次服务，我们的同事早上六点就已经坐上了去杨镇的大巴，经过3个多小时才能到达客户那里。政府机关每天人流量很大，90多件的洁具，技术员要做将尽4个小时。开始时每周客户都会投诉，每当遇到了投诉，不管是技术员还是我

都会第一时间的回馈，积极的解决。慢慢的客户认同了，从投诉变成了认同，再变成了表扬，大家的努力得到了客户的认可，再辛苦的也值得了。这就是我们北京的锦旗故事，这就是我们北京许许多多的故事之一。



一面锦旗，价值不是来自旗帜的本身，而是得到锦旗的过程及背后的意义。上述的锦旗故事，只是史伟莎许许多多的锦旗故事其中的4个。我们深信，更多的，将会陆续有来。各位史伟莎人，继续努力！

新知灼见

新产品服务介绍



阳 光 环 科 国 际



我们一直致力提升社区的卫生意识和水平，所以在今年与知名品
牌合作 — Biozone (阳光环科国际)，提供消毒、除臭及除甲醛服务，
使普罗大众能够避免受细菌、病毒及异味等侵扰，影响健康。

甲醛与您

猜想大家应该对「甲醛」这个名词并不陌生，因为多年前某油漆广告经常标榜有抗甲醛成份。究竟何谓「甲醛」？

- 甲醛是挥发性有机化合物(VOC)之一，无色透明气体，有刺激性气味
- 甲醛已被世界卫生组织确定为致癌和致突变物质
- 甲醛浓度指标普遍为 0.08ppm，香港则分为良好级(<0.081ppm)及卓越级(<0.024ppm)
- 甲醛主要来源包括装修物件、以脲甲醛树脂制成的压制木产品、吸烟及其他燃烧源头，以及不良通风系统等

消毒、除臭及除甲醛服务

我们与Biozone(阳光环科国际)合作，在香港及大中华区推出消毒、除臭及除甲醛服务。以光等离子(PhotoPlasma™)技术，捕捉空气中的污染物，迅速分解并转化为二氧化碳及水份等无害物质。有效消除甲醛及其他挥发性有机化合物，亦能有效减低臭味、细菌、病毒、霉菌及其他飘浮杂质。



型 号：PR10/20/30
覆盖面积(sq.ft.)： $\leq 500/750/1000$
尺 寸：27(L) x 23(W) x 9.5(H) cm
功 能：适用于家居及办公室，消毒、除臭及除甲醛



型 号：AC05/10/20/30
覆盖面积(厕格)：1個/ ≤ 3 個/ ≤ 6 個/ > 6 個
尺 寸：41.2(L) x 13.3(W) x 9.28(H) cm
功 能：适用于家居及办公室，消毒、除臭及除甲醛



型 号：IZ-X-20/30
服务量(lbs/daily)： $1200-1600$ lbs/ > 1600 lbs
尺 寸：30.5(L)x 10.8(W) x 5.6(H) cm
功 能：抑制制冰机内霉菌及细菌生长

多份国际权威(包括CNRS及FDA Certified Laboratory - Tri-Tech Analytical Laboratories) 测试结果证实，光等离子(PhotoPlasma™)技术能在两分钟内消灭单核细胞堵多性李斯特菌、大肠杆菌0157、物体表面细菌达致99.999%，而H5N1病毒更能在0.44秒内被杀灭99.9998%。

因此，我们比市场上只针对甲醛处理的服务，更全面、更保障、更重视您和您关心的人的健康。

消毒、除臭及除甲醛服务



成功秘笈

钻石人生



「陈」是一个大姓，「玲」是很多女性被起用的名字，小玲(陈红玲)一史伟莎佛山地区总经理，拥有普普通通的姓名，却因加入史伟莎这个大家庭，成就了不一样的仕途和人生。



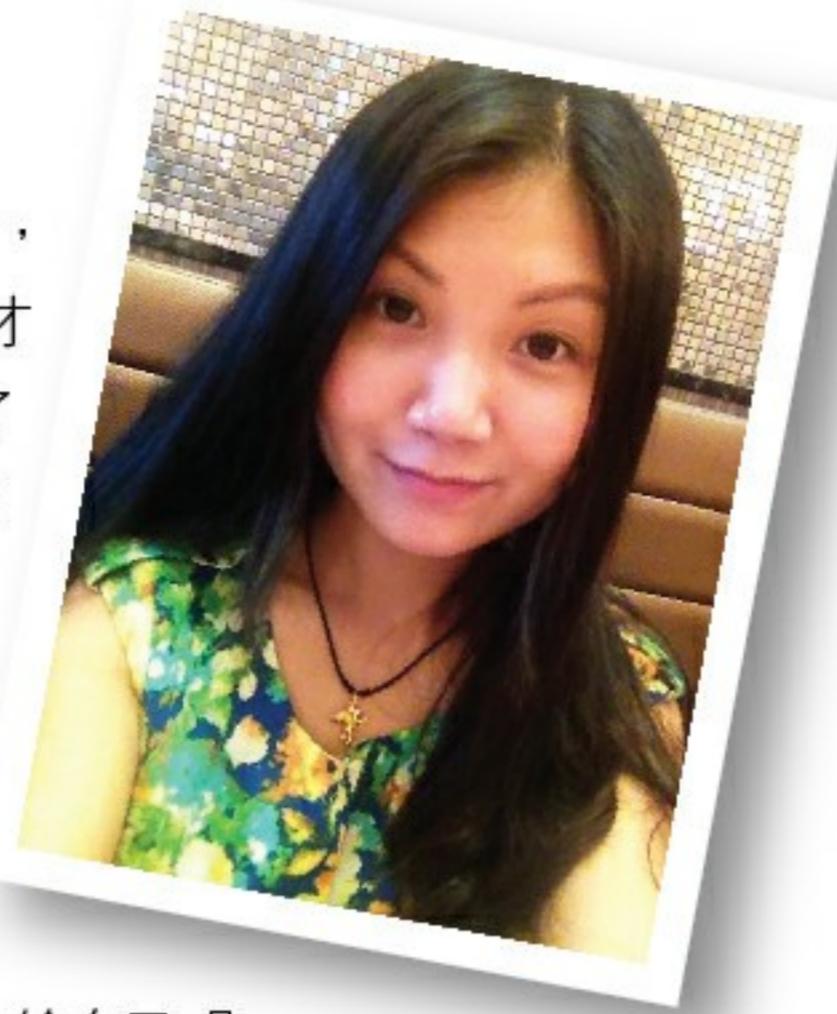
北京的小玲

2009年11月的北京，就在这个严寒的冬季，小玲正式上任—北京史伟莎的销售员，可她不管大风大雪、日晒雨淋，顶着没业绩的压力坚持下去，越没单就越使劲播种，最终功夫不负有心人，单慢慢签起来，生意渐上轨道。有一次，有一位客户做了服务不愿意付款，财务和其他人电话及上门催都丝毫不用，后来派小玲去帮忙，客户同样以冷淡的态度对待，当时北京的天气很冷很冷，但小玲在客户门口等了两个小时，这份毅力深深感动了客户，最后事情解决了，这位客户后来还选择用了公司其他服务。小玲这份坚持，让她在事业上铺垫了扎实的基础。「销售工作是很辛苦，但您要是热爱这个行业，只要坚持住了，就变成一份很好玩的工作。」小玲坚定的说。

澳门的小玲

2010年6月，小玲怀着忐忑不安的心情来到澳门史伟莎，任职销售员，一处与内地的销售环境截然不同的天地。澳门大型酒楼不

多，大部份只是些小店，而且一些食肆只有夜晚才开门做生意，可她顾不了那么多，不管是白天还是晚上、是否公司的客户，都进去拜访。而这个动力，原来源于中国区营运总监—饶先生。「饶生曾跟我说，他之前在澳门跑单给自己『一日一单』的目标，我也要跟他一样，达成甚至超出目标，我深信勤奋会有回报。」一分耕耘，一分收获；一日一钱，千日千钱。



理团队。我就这样坚持着，半年后有了第一位业务同事。」不过，由销售走至管理角色，曾让小玲感到很辛苦，甚至怀疑自己的能力。小玲感恩每当遇到困难时，上级总会给她肯定和安慰。史伟莎中国董事钟先生，经常适时的挑选些书本送给小玲，这些书教会她情绪管理、团队协调，让她学会放手让同事成长，同事间的友爱、团结及工作热情也相应的提高。

佛山的小玲

2011年6月，小玲此次带着集团主席Franco在澳门公司交付给她的期许、肯定和信任，孤身一人来到佛山。「新市场必须自己去跑市场签单，以后面对销售时才更有实力，才能管

理团队。我就这样坚持着，半年后有了第一位业务同事。」不过，由销售走至管理角色，曾让小玲感到很辛苦，甚至怀疑自己的能力。小玲感恩每当遇到困难时，上级总会给她肯定和安慰。史伟莎中国董事钟先生，经常适时的挑选些书本送给小玲，这些书教会她情绪管理、团队协调，让她学会放手让同事成长，同事间的友爱、团结及工作热情也相应的提高。

煤炭抱怨自己天生身体黑及没价值。钻石听了安慰道：「同胞，别难过吧！」煤炭不相信自己跟光彩夺目的钻石是同胞。钻石回答：「我们是远房亲戚！我们的成份都是『碳』。只因我数千年以来在地底承受很大压力，及很后期才出土，所以我们后来的样子会不同。」是的，钻石和煤炭是家人，前者有幸停留在合适的环境，加上个人的毅力和忍耐，不断武装自己，最终成为价值连城的钻石。小玲把成功归因于公司像家一样的平台，事实上在她事业发展旅途上，更多是因为她做事情的坚毅、投入，凡事为公司多想一步，勇于接受挑战。**于2014年公司的游学营上，主席Franco与小玲正式签署，成为集团「合伙人计划」的第一位公司合伙人！** 爱迪生曾经说过：「天才那是1%的灵感加上99%的汗水」。小玲的成功，她自身的付出是不容置疑的。

家一样的平台

年轻的小玲，能在三个不同地区，取得公司一致认同的工作表现，当问到小玲成功心得时，她把一切归功于史伟莎充满家庭温暖的平台。

在家里，无论小孩犯了多大的错，父母总是会原谅自己，是孩子永远的后盾。「记得今年年初参加香港总部的春茗，中国史伟莎董事刘先生交付我一份重要文件，叮嘱要好好保管。谁知我当晚不胜酒力，结果迷迷糊糊的弄不见了」。

弄失重要文件，总有后果吧？第二天，小玲赶紧向上级汇报事件。刘生回覆：「请吃饭赎你无罪。」「我把您交给我的文件弄不见了！」小玲焦急地道。刘生停顿一下，

小玲的心向下沉。「这个事情比较严重，唯有……请吃饭+KTV。另外我那里还有一份档案可以给你，不过这是最后一份了。」刘生再补充：「我也有记性不好的时候，以后小心便是，没有问题的」。

小玲内心既内疚又感动，同时默默的告诫自己，以后也要像刘生一样的包容同事，懂得用轻松幽默的沟通方式处理已成事实的错误，用言传身教来感化同事，陪伴同事一同成长。



众人妈打

世上只有妈妈好，母亲在很多人心目中，都是非常伟大的。在香港史伟莎，竟然出现一位人称「众人妈打」的人物！她到底是何方神圣，赢得此称号？她，是服务部经理屏姐(黄惠屏)，香港史伟莎的第一位员工，及香港管理团队一致推举为集团刊物第一期《成功秘笈》的专访人物。

第一位员工

在16多年前，与史伟莎集团副主席Dorothy的一席话，燃点了屏姐心中那团火，从此踏上一条乐此不疲的「不归路」，正式成为香港史伟莎第一位员工，与一班志同道合的伙伴，拍住上成为「开荒牛」，开创企业发展及个人成长的新天地。

「很多人都问我，为何愿意洗厕所？是缘份，也是性格使然。那年，副主席Dorothy向我解释他们的新公司引入美国的洗手间深层清洁及消毒服务，可以改善社区的卫生，让我想起有些朋友的孩子，因公众洗手间的恶臭而宁愿忍着回家，不肯在外如厕。我素来喜欢帮助别人，觉得这是一份很有意义的工作，所以就加入这个大家庭。」

两个家庭

香港电视剧有一名句：「人生有几个十年？」寓意大家要珍惜光阴，在短短数十年的生命，做些有意义的事情。一个使命，让屏姐在史伟莎经历了首个十年，并迈向第2个十年。虽说史伟莎是一个大家庭，同事之间互助互爱，但说到底，都无法取代自身的家庭，放下妻子和母亲的角色，屏姐作为一位事业女性，究竟是如何平衡这两个家庭呢？

「加入史伟莎时，儿子已长大成人，丈夫和儿子对我于事业上的选择是百分百的支持和尊重。上班初期，因生活作息变化很大，他们确实很不习惯。但我很幸运，家人很信任我，让我做喜欢的事，只是担心我的健康及能力是否应付得来。」





有人话：「一位成功男士的背后，一定有一位女士在默默支持」，屏姐不是男士，但她一直感恩亲人身体力行的支持。「家人为了想多些时间与我一起，他们宁可推迟晚饭时间，我亦会趁吃饭时分享每天工作的苦与乐，令他们了解我的工作、了解我的公司，然后，他们便能放心。」



火继续烧

一般情况下，人员在入职首三个月，都是充满拼劲，期望好好发挥，而这份冲劲，往往随着入职日久，逐渐递减。屏姐在史伟莎16年多，心中那团火却一直烧得火红。

「在史伟莎，同事间的感情如兄弟姊妹般，有难题时一齐解决；遇到难处理的客户，集团主席Franco会来探班支持，毫无架子；服务后得到客户的认同；看着新同事日日进步等带来的满足感，都是我的原动力。」屏姐分享，在这16年多，每一天都在享受工作，从未想过放弃、离开或退休，她的敬业乐业精神，绝对是我们的学习好榜样。

不一样的妈打

虽说不言休，但公司发展需要传承，屏姐作为众人妈打，在培育新人自有一套心得。「培训新同事不能按传统的师徒制，要互相尊重，千万不可说：『你唔识，等我教你！』

因为新人会理解为：『年资比我长的同事对我这个新人没信心。』要耐心解释和示范，待他们掌握基本技能后，得到客户的认同，信心便会慢慢增强。」告诉大家一个秘密，外貌青春的屏姐，今年已60岁，生于「家长式」教育年代，但她却能突破框架，用现代方式培育新人，与时并进，真是让人由衷的佩服。

成功背后

一个硬币有两面，16年多的职业生涯，总有些不足为外人道的经历。「曾试过因工作令手痛到不能拿起筷子吃饭、不能刷牙、半夜背痛到不能入睡等。但有感当时人手有限，不能失信于客户，又不想家人担心，便『顶硬』上，搽上药油止痛后，又继续去服务，到真的撑不下去，才请假去看医生。」

「早期，有很多客户对我们的服务不了解，没有太大信心，其中有一次当我去做洗手间首次清洁服务时，一间中式酒楼负责人对我说：『都系营业员吹大效果而已，既然我老板答应要试，你就即管试下啦！』眼见他的不信任，我并没有泄气。我使劲地默默洗刷那些灰黑的洁具，到他来检查时，看到洁具如新，主动叫我休息一会，还泡了茶邀请我一起吃下午茶点，那只咸水角的味道，至今仍不时在我心中回味。」

「成功者找方法，失败者找理由」，屏姐用效果证明她的专业，客人一个又一个地由不相信到接受，慢慢改善了业界的洗手间清洁问题，提升了其企业形象，也对史伟莎投下信心的一票。「史伟莎 — 您的卫生专家」这个金漆招牌，是透过所有史伟莎人一步一脚印努力得来的成果。

小时候，曾肤浅的认为，律师、医生才是专业，屏姐的成功故事，说明行行出状元，在不同行业的您我，都可以是专业。态度影响高度，屏姐的用心、投入和坚持，让她尽情发挥、享受过程、达成目标。她的身体力行，说到做到，就如母亲一样的伟大，也解释了她为何成为众人的妈打。妈打屏姐，我们所有史伟莎人，全体向您致敬！感恩团队中一直有您在！

员工见地

为了建立一个良好的沟通平台，加强员工的归属感，促进与客户之间的联系及提升公司形象，公司准备编制刊物，并举办「提名比赛」活动，让两岸四地的同事们都有机会给刊物命名。一开始我也想了很多不同的刊物名字，但是都不太贴切史伟莎的发展及前景。后来我在「21世纪」网站上，看到采访集团主席Franco讲述史伟莎发展历程的报道文章，里面有一句话：「全面占领洗手间」，这很有战略性的一句话，拓开了我的思路。



刊 物 提 名 获 奖 感 言



一路以来，史伟莎服务领域正在逐步的全面拓展，产品和服务专案也是全面趋向多元化。而我，作为广州史伟莎其中的一位销售人员，我的工作就是让客户全面了解史伟莎；我的工作目标就是促成客户与史伟莎全面的合作。于是，我想到了360°，这是一个全方位的视角，刊物的内容及目的就是让读者能以全面的视角了解史伟莎。我决定以「360°史伟莎」这个名字参赛。

我想：「360°史伟莎」这个名字恰好符合了大家的想法和理念，所以得到大多数人的投票及认同，所以，最终能胜出。同时，我也很荣幸能为史伟莎贡献自己的一份能力，为这本甚具意义的刊物命名。

《360°史伟莎》刊物将是史伟莎集团为大家打开的一扇新窗户，一个新平台。我相信她会越办越好，因为每一位史伟莎人都在用心的陪伴着她成长！

老吾老 以及人之老

撰稿 | 会计部助理经理 冯志盛 Keith

在香港精英会的安排下，我们一行 13 人于 9 月 14 日下午，到达位于九龙钻石山的志莲净苑探访长者。

探访前，我十分紧张。不知这里的长者的身体状况如何？对我们的探访及节目有何反应？当我们到达大厅时，看见很多婆婆已经坐在椅子上等候我们，她们大都精神不错，只有一些因行动不便需坐在轮椅上。她们脸上都流露出十分期待的表情。

在魔术表演及粤曲献唱后，队员与婆婆们一齐合唱「分飞燕」，把整体欢乐气氛推进了顶峰。在节目尾声时，全体队员一起派发礼物包给每一位长者，并且送上亲切的慰问和祝福，简单的言语中，蕴含着真情、喜乐、爱和关怀。那一刻，我们都感动了，亦为大家真诚的付出而感到骄傲！

探访后回到家里，看见双亲正在讨论家中要事，这一刻，我感觉到自己是那么的幸福！



撰稿 | 广州义工团 (陈玲驹、肖燕凤、白丹、骆留明、周淑臻、李花美、陈永德)

「尊老爱幼」，是中华民族的优良传统。在广州义工团的带领下，广州义工团于 2014 年 8 月和 9 月到了「冲口荔湾老人中心」及「海珠区慈心养老院」探访老人。

这里的公公婆婆只是广州老年人的部分缩影，在他们身上有着许多的故事。在短短的数小时，我们陪着他们聊天、唱歌、跳舞，听著他们唠叨……公公婆婆会跟你讲很多过去的事情，会唱过去那些年代的歌曲，看到他们满满的笑容，我们都感到很快乐。

在做义工的道路上，我们会一直继续做下去……希望这个社会能充满爱心和关怀。我们是志愿者，我们是广州义工团——我付出、我收获、我快乐、我感恩。让更多的人加入我们的团队吧！



危害健康的「小魔鬼」—蚊子



据调查报告，目前世界上已知的蚊虫种类达 3,000 种。我国已报道的有 300 多种。经常嗜吸人血与人类关系较大的疾病主要媒介蚊种，全国计 11 种。

蚊虫可以传播多种疾病，如中华按蚊可传播疟疾、三带喙库蚊可传播乙脑、埃及伊蚊和白纹伊蚊可传播登革热、嗜人按蚊可传播丝虫病等。上述疾病对人类危害很大。蚊媒传染病的流行，一般具有两大特点：一是季节性。蚊媒病只有在某些蚊种活动季节才能传播流行。如乙脑在上海的主要传播流行时间是 7 月下旬、8 月上旬，这与 6 至 8 月蚊虫繁殖高峰期密切相关。二是地方性。蚊虫的滋生除受气候影响外，还受到地理环境的影响，不同的蚊虫有不同的地理分布。因此，蚊媒病的发生和流行有一定的地区性，形成地方性疾病。

蚊虫与积水密切相关，有积水才会生蚊，只要消除不同类型的积水，就能有效控制蚊虫滋生。积水大致可分为两大类：一类是自然积水，如沟渠、河滨、池塘等；另一类是非自然积水，如缸罐容器、树洞、竹节、石穴、防空洞、洼地等。对上述滋生地进行化学、生物、物理等防制，是控制蚊虫的治本措施。

家庭中容易有蚊虫滋生的场所，有废弃的易开罐、瓶、盆、泡菜缸(腌制缸)、浇水壶、盆景、花瓶、冰箱接水盘等小型容器积水，这些积水是您家中蚊虫的主要来源地，要及时清除。

有积水就会生蚊虫，大到湖泊小到鸡蛋壳，只要有积水，就可能有蚊滋生，一些生蚊的特殊场所往往容易被人们忽视，如公园绿化地上废弃的饮料瓶、饭盒等小型容器、废船、苗圃中的花盆、酿造和饮料厂的各种瓶、修车厂的轮胎、建筑工地的毛竹筒及工地积水等等。这类滋生地滋生的是白纹伊蚊，幼虫滋生在小型容器积水中，是居民家中的常客，攻击力强，白天也叮人，叮人高峰期在黎明和黄昏，而且吸血后有再次吸血现象，吸血量大，一只白纹伊蚊吸血量比蚊的体重还重。

要对付危害健康的「小魔鬼」—蚊子，有效预防蚊患，由处理积水做起。

韩毅

上海史伟莎减虫管理服务部 营运经理

进入有害生物防治行业 4 年，持有害生物防制员高级证书，具有丰富的虫害管理知识与现场操作经验。



吾爱吾命



冬天必饮汤水湯，您今日饮左未？

「又到圣诞，又到圣诞，又到圣诞啊啦啦啦……」大家系咪开始听到四周围都播住圣诞歌呢？圣诞歌一响起，就代表又冻又干燥的冬天正式来临。根据香港天文台过去30年纪录，圣诞节当日平均气温系摄氏17.6度、相对湿度69%，呢 D 温度同湿度系香港已经可以令您冻到「入心入肺」……

笔者最近装左部有齐过滤、紫外线杀菌同抗菌涂层的饮用水机，当然要系呢个冬天好好利用下。有优质的水梗系要煲番个靓汤，滋润滋润一下啦！等我介绍两个冬天必饮嘅汤水俾大家啦！

冬天必饮汤水(一)

沙参玉竹煲老鸭汤



材料 老鸭一只(约600克)、北沙参60克、玉竹60克、老姜2片

做法 先将材洗净切好，放入煲煮一个半小时，加盐调味即可

功效 滋阴润燥，使皮肤柔嫩细腻



冬天必饮汤水(二)

苹果雪梨瘦肉汤



材料 瘦猪肉200克、苹果300克、梨150克、蜜枣50克

做法 将猪肉剁成粒，烧滚水先放入猪肉粒，蜜枣煲半小时，除泡沫，再放入梨、苹果再煲半小时，加盐调味即可

功效 滋润功效特别强，亦能清热润肺、健脾开胃、降低血压，老少皆宜



资料来源：

香港天文台圣诞节的气候资料：http://www.hko.gov.hk/cis/statistic/ext_festival_christmasday_c.htm

心食谱：<http://www.xinshipu.com/>

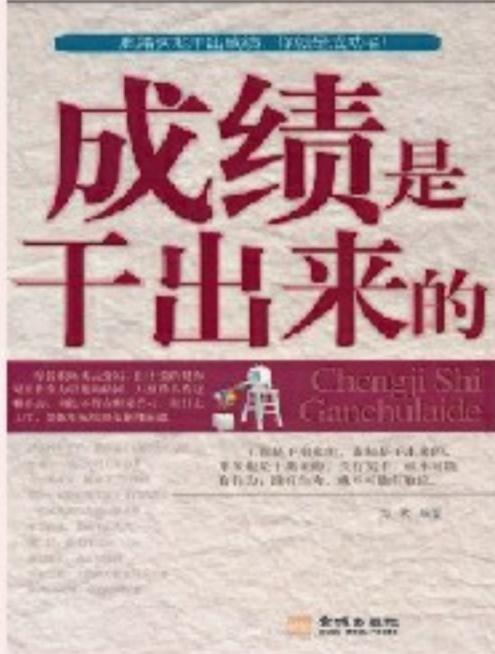
美食天下：<http://home.meishichina.com/>

何广聪 Kenny

高级市场推广主任



与成长



主要内容

作者以「功夫熊猫」作为前言，引申想干出自己梦想的成绩，忠诚是关键！职业忠诚，是对于自己所从事职业的认真负责态度及愿意为此献身的精神。这种奉献精神是发自内心的、自发的、毫无功利色彩的。既然是为职业而奉献，就少了很多做秀的成分。对于企业来说，所有公司无一例外地希望吸纳忠诚的职员，因为忠诚已经不仅仅是对道德标准的评判，而是一个对员工职业水准的衡量，更是一种敬业精神。缺乏忠诚的人，没有发挥才能的舞台，成就不了事业的同时，也加入成为「怀才不遇之人」的大队。

读后感

「忠诚」两字，很多人都会联想到对家人、爱人和朋友的态度方面。好像与我们在史伟莎工作上完全相连不上。但看了这本书其中一章，感觉有莫大相连。

缺乏「忠诚」的员工，会出现以下两个情况：

- (一) 在事业方面，处处只为自己利益打算、斤斤计较、缺乏投入感和责任感，总是觉得付出多，得的少；
- (二) 在工作方面，不认真为客户服务及处理问题，导致客户提出投诉，或停止服务。

其实「忠诚」就等于很多人平常挂在口边的一个四字词语：「用心去做」。全心全意做好服务，替客户改善环境、解决问题，最终是一定会得到认同。反之，只会原地踏步，甚至只能选择离开。

轻松一下

轻松一下

请在以下两幅图中，找出5个不同之处



地毡清洁真的那么重要？

我在近日有两个经历很有启发性，在这里与大家分享。

甲公司的培训室刚装修完毕，公司发出了一个新政策：「学员在培训室只准喝清水，任何有色饮料一律禁止。」原因是室内铺了米色地毡，弄污了有碍观瞻，于是索性禁制奶茶咖啡，以保地毡之洁白无瑕！我问：「用之前的深色地毡不成吗？」管理者振振有词：「他们下课后在外面喝不是一样吗？」啊，原来在他心中，地毡整洁比员工精神爽利更重要！

乙公司近日开放了会议室让同事中午入内吃饭，大家济济一堂有说有笑，越来越多人愿意留在公司吃饭，既省钱又温馨。事缘新任老总有一天看见几名同事在茶水间站著吃午餐，同事说座位摆满文件不方便开餐，老总马上带他们入会议室，请他们舒舒服服地进食。行政经理婉转地提醒老总：「会议室充斥饭味，有客人来开会，有点不好意思。」老总温柔地训示：「不要担心饭味，他们还会嗅到我们的人情味。」我问：「还有后著吗？」老总满肚密圈：「以后每周为同事供应一次时令汤水，每月在会议室举办一次员工生日会，凡有大节日公司上下一起庆祝，反正会议室一天用不了三小时。」

甲乙两公司的管理政策相映成趣，颇堪管理者玩味。

我问甲公司学员有何感想，他们的反应：「不喝咖啡奶茶不是问题，但知道公司视物件比人的感觉重要，却满心不是味儿，我们觉得不被尊重。」乙公司同事对新政策十分拥护，他们视老总为「明君」，觉得一个新时代来临了，士气油然上升。两家公司没有什么管理大动作，只是在枝节上做了一些改变，却因为牵涉人员的情感因素，结果造成了士气的微妙变化。

管理者在日常工作时要做决策，往往把行政效率放于前列考虑，期望凡事降低成本、提高效益，到头来却降低了人员的满足感，令事情虽然办好了，同事们却怨声载道，不肯全心全意支持公司政策。其实，做人员士气工作不需要大动作，人人希望得到关怀、尊重、爱护。打工仔一般都知道要服从公司和上司的指令，也明白开源节流是生存关键，他们只是反感被人当作工具使用，没有人考虑他们的需要和感觉，一味追求企业绩效而已。

话说有一家近年发展迅速的餐饮公司，多年前因为银行转账手续出了问题，可能要延迟一天发薪。领导人二话不说，从银行提取巨款，逐家分店向员工发现钞出粮。员工见到老板身水身汗来付钱，莫不心弦震动、一生难忘。其他公司多数会怎样处理？发一纸通告，告诉员工迟一天出粮吧！这名领导人跟我说：「若公司可以迟一天出粮，人员可以迟一点上班吗？信心和忠诚不是建立在什么大处，我们时常在小处用功，人员的心水很清，他们发现我们是真的以人为本，大家自然由衷支持公司发展。」

三个故事带出一个道理：「管理者在小处用功，更能持续激励员工。」

香港中小企业发展研究中心首席顾问，善长研究及培训企业壮大，
近年专注撰写企业传记，包括稻香集团的《得稻多助》、太兴饮食集团的
《方圆兴太》、阳光洗衣集团的《洗出美丽人生》。**郑柏礼 Paul**

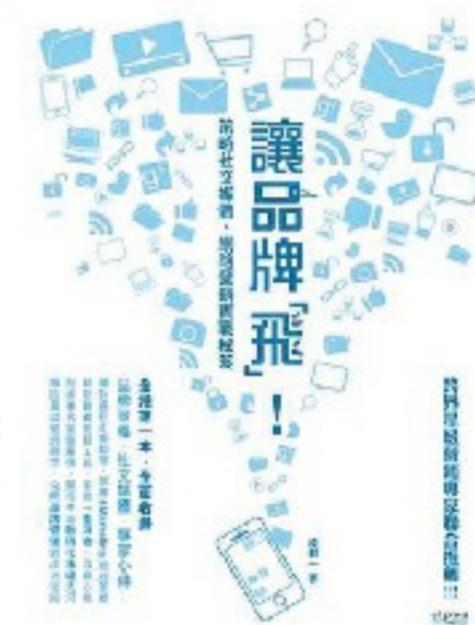


营「销」0与1

高效营销

6部曲

摘录自《让品牌「飞」！— 策略社交媒体、网络营销实战秘笈》(「诚品书店」财经及商业类畅销书NO.1 * [2014年9月])



第一代高效营销 5 部曲

结合多个认知心理学著名学院在市场营销方面的学说，华人策略营销大师、香港中文大学行政人员工商管理硕士课程主任陈志辉教授(Prof. Andrew C F Chan)在1994年提出了「高效营销 5 部曲」，当中包括「知」、「明」、「喜」、「行」和「惯」。这让解释应用策略性消费者行为分析变得更为简单易明。

第二代高效营销 6 部曲

其后，羽一于 2005 年综合了陈教授的五部曲，对这模式作出了补充：

- (1) 引入第六部 — 「传」：「传」(Referral)是指消费者会否向其亲友推介某品牌的产品、服务。不过一个有趣发现：即使消费者喜欢某产品服务，也不一定会向其他人推荐。3 点原因如下：
 - (i) 人性自私：以补习课程为例，上过一级补习名师课堂的学生一般都不会向其朋友推荐。
 - (ii) 对品牌热爱的秘密：某些「贴身的私密产品」，很多时都是某传统文化的「禁忌」，例如卫生巾及安全套等贴身物品。
 - (iii) 担心产品、服务货不对板：消费者害怕自己推介的产品不一定能提供相同或更高价值予其朋友。如果该产品或服务根本没有如推荐者所说一样好，他会担心受到指责。
- (2) 生生不息的模型：市场营销的沟通应为一个不断循环的过程：一个品牌会推出在价钱及质素方面更好的新产品及服务，从而巩固客户关系。每次推出新产品都需要经过一次循环。然而，实际的循环会根据不同的地理及环境因素而有所改变。例如某消费者没有「惯」— 习惯购买产品，已经将产品「传」给他的朋友。
- (3) 为不同阶段的顾客分类：为了易于分辨已经运用的策略及基石，在不同阶段的「客户群」会有不同称谓，以资识别。

第三代高效营销 6 部曲

经过最近数年的反复研究，羽一在2011年再就高效营销模型作出补充。数码及社交媒体的兴起「颠覆了线性传递的传统市场营销沟通方式，在数码时代可以透过社群网络「Like」和「Tag」的功能，Facebook用家们会在未「行」(购买)甚至未「知」(得知有关产品)的时候已经开始「传」(推介给身边的人)。这是一个「病毒式营销」(Viral Marketing)的绝佳演绎。



香港市务学会副主席及创智市场策略有限公司董事总经理。商业实战教育家，专研策略数码及社交媒体营销、策略品牌管理等，因创建「紫海策略」而获「紫海之父」之称。著有：《赢销策略—打造品牌必读 50 例》、《让品牌「飞」！— 策略社交媒体、网络营销实战秘笈》等。

Email: jeffreyhui@innosights.com.hk

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



以上内容不代表本集团立场

谈虚实

很高兴能够荣获史伟莎集团刊物《360°史伟莎》的邀请，撰写中医专栏。在这难能可贵的平台上，我会尽力向读者讲解中医的知识，让大家了解如何养生保健。

很多人知道中医讲求阴阳平衡，但到底何谓阴阳？何谓平衡？首先，我们便要由「虚」与「实」说起。理解虚实的概念，是了解疾病的起因、治疗及预后的基础。

我们的身体若要维持正常运作，需要各种各样的资源，如温暖人体需要火，润泽身体需要水。每一项资源都有一个相对合适的水平，太多或太少都会出现问题。举一简单例子：头部需要气血的供养，如果头部气血太多，持续不下，就会出现头胀；相反，头部气血太少则供应不足，因而感到头晕。过多、过少的问题，就是中医学理论里，认为人体产生疾病的原因之一。古时的用词，把过多称作「实」或「有馀」，过少称作「虚」或「不足」。

中医理论的一个特点，在于既有五脏六腑各自运作的个别观，又有脏腑互相协同的整体观。要谈中医的虚实，一定要从个别及整体两方面出发，否则就会被表面的症状误导，犹如瞎子摸象，知其表象而不知其内因，得此失彼。

再举一个例子：头发的生与长都需要肾血不断供应，若肾血供应不足，头发就会出现干燥、易断、减少等问题。透过中医的脉诊，了解内在的脏腑气血盈亏，当知道了身体是处于肾血不足的状态，便找出了脱发的内因。将内因与表象互相结合，就形成了中医学理论的整体观。治疗脱发，除了外用的护发产品，也要兼顾内因的处理。因为身体每一个外在的症状，都必然是虚、实失衡的内因所致。单纯从表象着手，这种治标的疗效不能长久。唯有从内外俱治的途径，方可相辅相成，一方面尽快减少因脱发引起的外观问题，另一方面也解决引起脱发的根本原因。

「虚」与「实」、「表象」与「内因」都是中医理论所讲的「阴」与「阳」。虚实弄反了，过少的再减少，过多的再增多，病不但治不好，更会加重。唯有把不足的补充，有馀的削减，一切回复到相对合适的水平，这就是中医追求的平衡状态。

宏法

香港注册中医师，曾任职中医临床及科研工作，现致力透过文字道出中医真谛及分享行医点滴。



病向浅中医

阿文是香港一间知名酒店中菜厅的点心师傅，我跟他相识至少有十年。是的，他是因为长期腰骨痛而到处求医，最后辗转经朋友介绍而跟我结下医缘的。在这十年间，阿文的腰痛反反覆覆，每当天气转变、刮风季节、工作繁忙或缺乏睡眠都会令情况转差。当阿文放大假有充足休息及「乖乖地」去游泳后，腰痛亦会稍微好转。

事实上，初期阿文的腰痛情况表面上并不是很差，可惜他没有听取骨科医生及我的意见，立下决心去把腰痛彻底处理，反而采取「打游击」政策，腰痛发作时就贴贴胶布、搽搽药膏、游几次水等。到这些方法都无效时，阿文就会吃点止痛药及做一两次物理治疗。当情况稍有好转，便立即停止对腰病的处理及关注。阿文认为只要腰骨暂时不痛，就没有问题了。他这些有欠积极的跟进方法，也许是因为他自己对彻底医好腰病并不抱有太大希望。

说到阿文的身型，他是一名胖子，五呎三吋的高度，却有一百六十磅的体重。他每天挺着大肚子在厨房内走来走去，既要「擒高又弯腰」地清点存货，有时又要帮忙把冻肉及食材搬出搬入，做点心时又长期站立缺乏休息。由于要承托大肚腩的重量及长期站立，阿文的腰肌、大腿四头肌(即大腿正面的肌肉Quadriceps)及臀部的梨状肌(于屁股外侧Piriformis)都因劳损而变得绷紧，走路时屁股及盘骨像鸭子般向后跷起。这些都是长期腰患的常见徵状。

虽然阿文很忍得痛，但最近数年，他的腰患明显转差，发作次数愈来愈频密，每次都需要更长的治疗时间。他的不适亦由腰痛蔓延至大腿后及小腿后的拉扯痛，又有脚掌麻痹及大腿乏力的徵状。经磁力共振及骨科医生诊断后，得知阿文的问题已不再是单纯的腰骨痛，而是已发展至更为「手尾长」的椎间盘突出(Protruded Intervertebral Disc)，他的腰椎神经因受压而引致腰腿疼痛无力。

其实阿文现在最需要的并不是风湿胶布及止痛药，他需要接受腰椎牵引治疗(Lumbar Traction)替受压的神经根减轻压力。亦要认真的管理体重以减轻腰椎承受的压力，每天伸展已劳损绷紧的肌肉以改善腰椎及盘骨的生理弧度，及要锻炼前腹的核心肌肉群(Core Muscle Strength)以巩固腰椎。最后，更要注意工作时站立及提举重物的姿势是否正确，以防劳损或扭伤。

「病向浅中医」，当身体发出警号时，不宜掉以轻心，错过最佳的诊治时间。所谓「治疗」，首先还是要懂得「自疗」，在日常生活做好预防及保护，时刻注意身体状况，发现问题时，主动找专业人士协助。

谢诗骢 Albert

澳洲香港注册物理治疗师
www.bethesda.com.hk



帝王之学的第一回

「帝王之学之连山易」经历了二千二百多年后，自秦始皇焚书后，终于在2009年重现大地中华，它得以传承到今天，乃是由于先师们历尽百代沧桑，一代又一代永垂不朽的承传。在清朝是老师爷 — 白胜玉先生，到民国及现在是师爷韩艺先生及师父博尔多。

原篆体隶书抄本在文革中焚毁。韩艺老先生凭藉超人的记忆而著述，至2009年初秋把书问世，今若他不传，料这学问再无人续写。至此我中华《连山易》可以正讹误于易坛，使国学的基础得以正言，使后代能以此书了解自然、了解自身，对世界观、人生观、处世观、道德伦理观的正确认识，为构建和谐的人类社会生存环境而长谢此著！

此帝王之学是中国在七、八千年之前就已成形的象、数、理、占的哲学著作，是教王者如何执掌权柄，东家、商家如何立身立市交贸易之机要，是统帅秘笈，是教化我邦尔曹成人之大课。如坎卦教人学习的方法，离卦教兵家如何养兵、用兵和防兵，自家如何优生优育处理家庭和社会问题，农家如何适时种植收获等。

这学问是由古人观天文日月气节变化，再经过我族几千年的代代验证及完善的，是我中华之宝。《连山经易》云：天地之大莫过乎风，风运地，地载山、水、泽，风顶天而推离成日光，万物生焉。人居地分男女，一阳爻定男，一阴爻定女，阴阳备索乾坤三爻成卦。六气通，分四季，风雷动，万物生息。定八节，八卦成，尊戊己，帝王居兮。天设险风雷雨骤河流成天网显形，地设险成山川湖海盗贼生矣；高山中藏熊罴白虎威伤，有八卦定八方戊己中央；成帝王九五居中，雷声动相兵戎坎离交锋；争乾坤成值符休咎运行，由六气成生死伤病尚存，逢春震权柄威慑，离文武定帝之本，坎劳役载帝之舟，夺乾坤天下所向。由艮兑人论繁衍，寅申巳亥天网所主司，辰戌丑未父母训教，巽震主权柄，坎智谋，离文武，兑金银，各主所论。由三元和六甲万象之主。由四季运六气体休咎已判。六甲者轮值符各主值运，四季者主司万物一春人生一世。六气者三旺三衰主司休咎，决不可推五行谬之人生。立方圆成规矩四季旺衰，有伤符带病符多主不幸，白虎合病符病患满门，吉利宫变凶处奔波伤财，有权柄入墓绝难论长命。（下回再续）

2014年10月1日草于香港国庆

连山易国学香港总会会长；全球财智荟萃(香港)有限公司首席执行官。拥有超过30年管理及企业战略实务经验。曾任职劳斯莱斯汽车中国及香港，策划及执行过多个极受注目而又成功的行销及推广活动。为国立南澳大学工商管理学博士(专攻策略定位)。现为亚太区的注册市务师，曾担任香港市务学会主席。《有兴趣之士可联络：(852) 9722 8850》

黄忠建博士





能把咸鱼

翻生

影视红星周星驰先生在电影中讲了一句令人津津乐道的说话：「一个人如果没有梦想，和一条咸鱼是没有分别的。」可见梦想如何重要，几乎等同一个人的生命。有否想过发梦也是一种乐趣，尤其是天马行空的白日梦？在梦想世界里，我们的思维可以无拘无束地自由奔放，很多平时不敢想的，觉得无可能在现实世界中实现的，竟然可在梦境中达到。

也许牛顿没有坐在苹果树下发现万有引力，就不会由从树上跌下来的苹果，想到万有引力的存在。也许莱特兄弟没有看着天空自由飞翔的鸟儿发梦，就不会想起人类也可高飞的梦想，不会发明飞机。事实上，人类现在的生活也是从梦想得来的。只要有梦想，再加上主动尝试，我们总会发现世上很多本来不可能的事也会变成有可能。除了科学家有这种追求梦想成真的精神，在职场驰骋的，也需要拥有这份「梦想力」，才能享受属于自己的成功。

英国有位商人，他本来不是生长在富贵之家，但凭着梦想，他现在坐拥超过300家公司，更被英国皇室封为爵士，他就是查理·布兰森。可能有人会说：「也许他成功只是因为幸运矣。」我们不妨看看布兰森的经历吧！

在上学时，布兰森被诊断患上了阅读障碍症，成绩一向不好，他尤其讨厌数学，最后辍学时，校长对他说：「你将来要不成为一位伟大的领袖，不然就会成为一位囚犯。」学习上的不如意并没有影响布兰森的梦想，他从小就想当上一位企业家。他在学校创办学生报，更为报刊内容敢于和政府对簿公堂。他又试过走私影碟被捕，坐过几天牢房。也许布兰森曾走过不少艰难路，也碰过不少壁，但他始终没有放弃追求成为企业家的梦想。

刚才提到布兰森的数学十分差，但做生意最重要的却是要看好数据，布兰森在创业期间竟然连GP(毛利)和NP(纯利)也分不清楚。结果有人用显浅的比喻向他解释道：「毛利就是指大海里的鱼，纯利是你网中的鱼，也就是说纯利才是真正的收获。」是的，布兰森的数学虽然很差，但因为他有坚定的目标和不耻下问的精神，且不介意多走一点冤枉路，别人行一步，他就行两步，结果维珍王国就是这样创立起来。

若不想变成咸鱼，不妨多发梦，说不定有一天灵机一触，会让我们找到引爆点(Tipping point)，这时我们只要拿出勇气，把梦想化成行动，能造就的成就可能会超乎我们所想像的。看罢本文，不妨闭上眼，发一回白日梦吧！咸鱼是会翻生的。

司徒永富

鸿福堂集团执行董事，身为企业家，但同时一人身兼多角，包括副教授、演讲员、写作人。著有《老板要的不是牛》、《唔紧要 — 心中有富的人生智慧》等。



陈伟业 Danny

我赞！创办人。70后，弃高薪创业，相信成长自己为「创」，贡献社会为「业」。



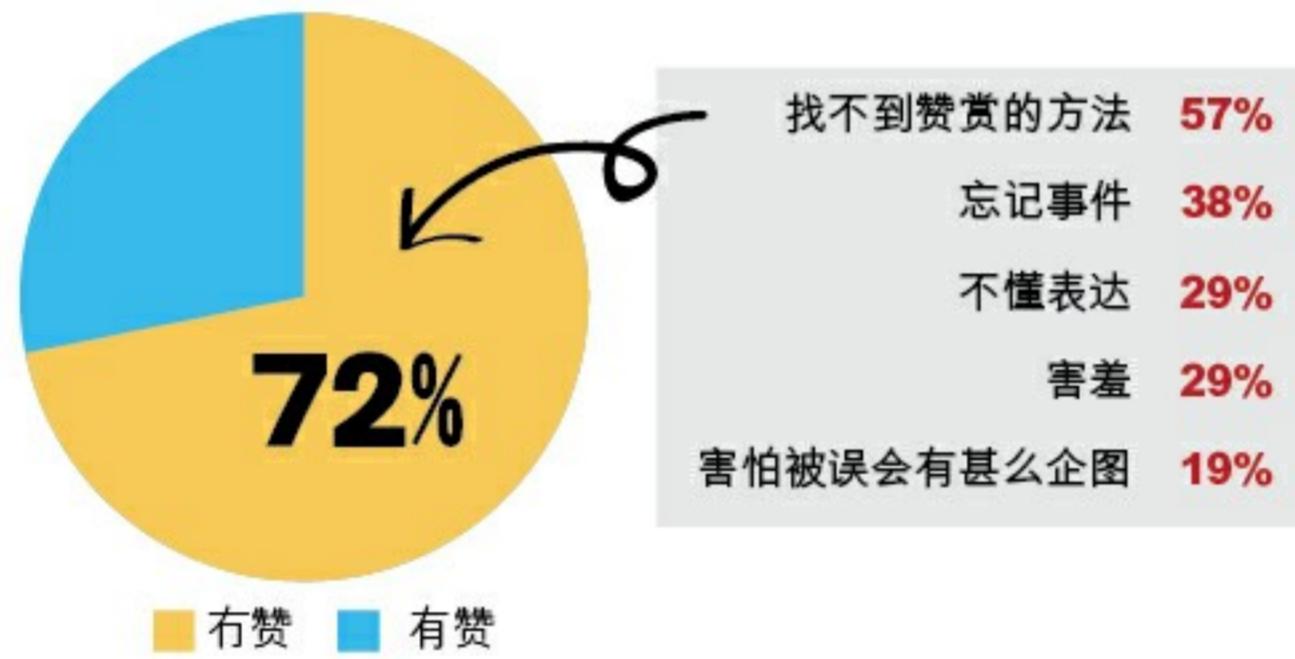
《我赞！焦点》

我赞！委托香港浸会大学，透过电话调查，随机抽样成功访问了900名香港市民，对社会上赞赏文化的看法。

在调查进行期间，大部分受访者对研究主题表示关注及兴趣，表示现时社会的负能量相对高，主要基于生活基本开支愈来愈大，生活担子十分重，而社会各阶层也充斥着很多矛盾，而且偏向以控诉方式去表达不满，令社会气氛很不和谐。受访者普遍希望通过调查可以表达自己对社会仍有希望，希望每一个人学懂珍惜、感恩、欣赏。

以下是调查的主要发现：

想赞赏一些人或服务，但最后没有赞？



- 近六成人因找不到赞赏的方法而未有赞赏，反映现时社会或企业里让人赞赏的渠道不够；
- 近四成人因忘记事件而没有赞赏，显示有即时、方便的方法去表达赞赏可增加赞赏的机会；
- 不懂如何表达赞赏和感到害羞而没有表达赞赏的也分别接近三成，反映了受访者未能掌握赞赏他人的心态及技巧，同时不习惯表达；
- 赞赏别人本是正面、美善的事情，但近两成受访者会害怕赞赏别人而被误会有什么企图，反映了社会的赞赏文化尚待建立。

当受访者被问到觉得香港现时有没有足够渠道让他们赞赏各行各业的优质服务时，多于六成(62.0%)的受访者表示不够(与上题因找不到赞赏的方法而没有赞赏的百分比接近)，期望透过赞赏渠道的设立，加上社会及机构多点推动赞赏文化，能为社会凝聚一股正能量，令我们更乐于赞赏他人。

在数码时代，受访者被问到如果有合适、方便的赞赏渠道，例如网上或手机应用程式会否增加赞赏的意欲，接近六成(58.7%)的受访者表示会。而无论男女及不同的年龄组别的数据的百分比也相近，可见手机应用程式不只方便，若用得其所，可以将赞赏文化推展至社会各年龄层面。研究员相信设计相关应用手机应用程式或透过互联网可以让更多人更容易表达赞赏，能更有效推动赞赏文化，提升社会的正能量。

你觉得香港现时有否足够渠道让你赞赏各行各业的优质服务？

	人数	有效百分比
有	342	38.0%
否	558	62.0%
总人数	900	100%

如果有合适、方便的赞赏渠道，例如网上或手机程式，会否增加你的赞赏意欲？

	人数(有效百分比)		
	会	不会	总计
18 - 29岁	114 (59.1%)	79 (40.9%)	193 (100%)
30 - 39岁	184 (56.8%)	140 (43.2%)	324 (100%)
40 - 49岁	165 (59.6%)	107 (38.6%)	277 (100%)
50岁或以上	65 (58.6%)	46 (41.4%)	111 (100%)

《赞人热泪》

于烧味店工作多年的霞姐，因为工作勤快、笑容灿烂，获顾客到我赞！表扬。送赞当天，霞姐看到一班充满正能量的年轻人送上鼓励，开始时也有点不知所措呢！

定了神，看过赞赏内容后，她高兴地说：「啊，记得……记得！啊！真是不需要啊，太过奖了！」跟很多获赞的前线员工一样，霞姐对获得客人称赞，也显得份外腼腆、客气。

突然间，烧味店内掌声雷动，原来老板跟同事们一齐为她鼓掌激励！那一刻，霞姐的笑容变得更加灿烂！

「谢谢你的鼓励！我当作一个鞭策，继续努力，加油！」是霞姐写给「赞赏家」Kristin 的谢语。

赞赏锦囊

员工获得称赞，上司跟同事一齐打气鼓励，可加强团队士气，并展示管理层对赞赏文化的重视与支持。



霞姐(右)从我赞！创办人陈伟业(左)接过赞赏嘉许，展出灿烂笑容！



扫描欣赏赞赏故事详情！

《赞笔绝口》

「没内涵的赞赏，说前要想一想……」是赞赏领袖培训课程中，领袖们要记住的重点之一。

空洞的赞，如「做得好！」、「很棒！」，往往是把焦点放在「结果」上。可是，赞赏跟追业绩是不同的：后者看结果，前者看过程。

焦点放在「结果」的赞赏，效果不大，因为结果只有好与不好、理想与不理想，造成赞赏的内容空洞、表面化，对接收的人没有甚么意义。相反，焦点放在「过程」的赞赏，内容不单会丰富很多，最重要是把被赞的人在结果背后所付出的努力，加以放大及肯定，同时让他/她知道自己的优点在那儿。这样的赞赏，内容自然会变得具体、有内涵，接收的人也会有一份触动。

「小霞，你这个PPT简报，做得太好了！」、「小霞，这个简报，我知道你参考了很多不同的例子，也很努力去跟不同的部门拿资料，最后出来的内容很丰富、立体，值得一赞！」

如果你是小霞，以上哪一个赞赏方式，听后会觉得更窝心、更有力量？

「没内涵的赞赏，说前要想一想；重过程的赞赏，说后力量最强！」



赞赏别人的时候，如何不止光说：「做得好！」、「很棒！」这些空洞的词汇，是很多管理人需要突破的障碍。(图：赞赏领袖培训课程进行中)

港澳地区

香港

香港九龙新蒲岗爵禄街33A-37A号百胜工厂厦1楼A及B室
852 2302 0991

澳门

澳门慕拉士大马路185-191号澳门工业中心10楼B室
853 2871 9588

华东地区

上海及杭州

上海市闵行区宜山路1718号C幢1楼
86 21 3466 3108

南京

南京市鼓楼区黄家圩路41-1号红山创意园A5栋
86 25 8969 1136

无锡

无锡市锡山区华夏路春江花园一期51栋102室
86 510 8821 3822

武汉

武汉市江岸区汉黄路欣正源工业园区1号楼5层
86 27 8280 0082

华西地区

重庆

重庆市渝中区长江一路1号中华广场2楼
86 23 6366 0630

成都

四川省成都市青羊区太升北路56号江信大厦1704-1705室
86 28 8597 2082

华北地区

北京

北京朝阳区广渠东路唐家村5号佳之兴物业3-115
86 10 5166 5582

天津

天津南开区南开二纬路与南开二马路交口西北侧凤仪园1-3-1202
86 22 2755 5862

华南地区

广州

广州市海珠区新港中路艺苑南路13号大院12栋201房
86 20 3426 3976

珠海、江门、中山及肇庆

珠海市香洲区翠前北路三街118号1栋(森宇国际大厦)2202室
86 756 322 3423

佛山

佛山市南海区桂城东二中心村C区三巷2号
86 757 8622 3262

南宁

广西南宁市青秀区民族大道100号西江大厦A座1003房
86 771 578 5760

深圳

深圳市福田区车公庙泰然九路1号盛唐商务大厦东座602室
86 755 2594 9913

东莞

东莞市莞城区东城大道骏达商业中心8层16号
86 769 2303 4778

长沙

长沙市芙蓉区人民东路516号西街花园B19栋105号
86 731 8992 3466

海南

海南省海口市振兴南路26号美舍苑3栋首层
86 898 6539 4489

厦门

厦门市思明区金榜路61-67号凯旋广场6层620-621单元
86 592 228 7530

台湾地区

高雄

高雄市前金区成功一路303号
886 7 271 0018

台北

台北市南京西路107巷19号
886 2 2555 7105

桃园

桃园县中坜市成章一街101巷4号
886 3 452 6052

台中

台中市北屯区昌平路二段50-6巷1号
886 4 2422 2232

台南

台南市永康区东桥三路125号
886 6 302 7500



LBS Group
史偉莎集團



lbsgrouphk



史偉莎 LBS Group

www.facebook.com/lbsgp