# 360° 史偉莎

issue 02
09.2015

# 目錄

issue
02
09.2015

顧問
黃慧敏 Man

編輯
陳巧萍 Doris
吳　麗 Candy

美術
Fafa

發行量　32,000本
繁體　23,000本
簡體　9,000本

《360°史偉莎》電郵
lbsmagazine@lbsgroup.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
深圳歡樂谷

08 追蹤史偉莎

23 圓來如此

24 由心出發
心花「路」放

25 人材"5"Rs
中國合夥人獎勵制度
香港、澳門、台灣紅旗報捷

28 新知灼見
新產品服務介紹

30 成功秘笈
第二個春天
是成是敗，看堅持

34 員工見地

39 史偉莎CSR
史偉莎慈善基金會

40 蟲蟲特攻
蟑螂 — 德國小蠊的防治技術要點

41 吾愛吾家
呵護您的第二張臉，助您養成水嫩玉手

42 與文成長
《第2份二作》
《關於上班這件事》

44 管理心法
管理者不要做獄卒

45 「贏」銷0與1
高效營銷的「5I法則」

46 易蘆醫話
談虛實(二)

47 治療自療
鵪椎疾患

48 帝王之學
帝王之学的第二回

49 心中有富
心中富有

50 有讚友壇

# 編篇有感

第一期《360°史偉莎》的封面設計，是各地區史偉莎同事的大合照，我們加了一個小橫額「史偉莎人」以說明他們的身份。後來，收到朋友的分享，誤以為此刊物名叫「史偉莎人」。聽後，覺得也蠻不錯，反正史偉莎集團就是一家非常重視人材的公司。而史偉莎員工，因對公司有強烈的歸屬感，都自稱為「史偉莎人」。不知讀者有沒有留意，首刊內文當提及人「材」二字，我們都選用了「材」，而不是「才」。現今，人「才」和人「材」是通用之詞，代表有才能的人，前者較為常用。不過，亦有說人「才」，是指本來已有本事的人；人「材」，則有木材的意思，即可造之材，需經精心雕琢而成為人才。集團內統一用「材」字，是因為大家都相信不論各人原來的起點在那兒，來到史偉莎的大家庭，只要用心，每一位史偉莎人都能成才，發揮自己的潛能，成就不一樣的人生，創造更美好的未來！

黃慧敏 Man
集團顧問

《360°史偉莎》又同大家見面了！第一期的錯漏不少，我們會吸取經驗，希望以後做得更好。特別感謝顧問Man Wong的悉心指導，令我們慢慢掌握編輯的工作。更多謝同事們幫忙把一些香港式用語譯為書面語，方便兩岸四地的同事理解。

早前透過問卷調查，我們收集到很多寶貴意見。今期刊物由40版增至52版，內容更豐富，雖然工作量大了，但能邊做邊學，雖辛苦但也做得開心、起勁。在製作過程中亦令我對「堅持」有了更深刻的體會，是的，只要能堅持下來，就已經是不平凡了。

陳巧萍 Doris
大中華發展及支援中心 助理經理

生活、工作都是這樣，一份熱情總會換來一份機遇，每一份機遇都是您走向成熟的一個階梯。驀然回首，因為我不是專業的編輯，擔任此編輯工作，從中讓我體會到了資源短缺的辛酸，但讓我學會了如何化危機為機遇；工作的忙碌、煩瑣，讓我學會了凡事從點滴做起，細節定成敗，更讓我懂得如何變壓力為動力。史偉莎集團是一家尊重員工的個性，尊重員工的積極追求，重視員工的技能培養的公司。在這裡，只要您堅持，保持良好的心態、積極的態度，自然會造就一個不一樣的您。

吳麗 Candy
大中華發展及支援中心 助理經理

# 集團理念

LBS | LBS Group 史偉莎集團

lbsgrouphk | 史偉莎 LBS Group | www.facebook.com/lbsgp

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：

- 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
- 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
- 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

# 主席文心

## 林浩宏 Franco
史偉莎集團主席

陪伴我們成長的故事「龜兔賽跑」，大家還記得嗎？

有一天，兔子和烏龜跑步，兔子嘲笑烏龜爬得慢，烏龜說，總有一天他會贏。兔子說，我們現在就開始比賽。兔子飛快的跑著，烏龜拼命地爬，不一會，兔子與烏龜已經有了很大一段距離。兔子認為比賽太輕鬆了，先睡一會吧，並且自以為是地說很快就能追上烏龜。而烏龜呢，他一刻不停地爬行，當兔子醒來的時候烏龜已經到達終點了。

如果要以一種動物形容史偉莎人，我一定選擇烏龜。大部份的史偉莎人都是出身平凡、學歷不高，表面看起來能力普通，更不會給人一種光茫四射的感覺。因為知道自己的平凡，所以願意不計較、默默地付出汗水、勞力、腦力及努力去完成工作；也因為條件不高，反而養成了一種堅毅的性格，願意一步一步，慢慢走向目標。史偉莎人好像烏龜一樣，表面平凡，不引人注意，但正是這種平凡造就了我們內在的巨大潛力。

很多人，尤其是自以為是的聰明人，希望可以好像兔子一樣，有較好的客觀條件，先天跑得快而去和別人比賽，表面上佔盡上風，但結果恰恰相反。出身好、學歷高、機靈醒目的人，往往因為選擇多、條件好而形成了傲慢的性格，覺得自己有這樣好的條件應該找一份更優越、更體面的工作，他們可能會想著現在的工作只是暫時性的，自然也不會為此工作而全力以赴。就像龜兔賽跑一樣，這就是聰明反被聰明誤的道理。

史偉莎的業務模式是一場超長途、耐磨力的比賽，起步有多快、爆炸力有多強，對勝出比賽沒有多大幫助，能夠保持穩定，外在環境怎樣變化，途中遇到什麼引誘或障礙，都能堅毅向前，堅持完成整個比賽，這才是取勝關鍵，這種勝利，也別具使人敬佩的意義。平凡使我們擁有簡單的思想，單純地做好每項小工作、每個小任務，深信很多小成就加起來便變成無法想像的大成就。我們也懂珍惜，覺得現在擁有的已是最好。史偉莎這生意就好像天造地設的，只有烏龜一樣的平凡人才有「能力」把它做好。原來烏龜最能做到三五理念的「堅持」和最明白「累積」的威力，也是具備了完成史偉莎事業的最關鍵因素。我們的客戶是一個一個累積回來，就好像烏龜一步一腳印地向前走一樣，我們對服務的熱情、對質素的堅持，是一生一世那麼長，永不妥協。我們不是單單追求累積利潤和生意額，我們是要達到一個夢想：史偉莎人能得到別人從心而發的認同和尊重，史偉莎能透過一群平凡的史偉莎人的努力和一點一滴地累積，成為衛生管理行業偉大的公司和品牌。

來吧！我們一起做一隻有夢想、有承擔的快樂烏龜吧！

## 林卓儀 Dorothy
史偉莎集團副主席

《360° 史偉莎》又和大家見面了！在此我特別向所有的史偉莎人道一聲誠摯的問候：你們辛苦了！

回顧過去的一年，史偉莎大中華各地區相繼獲得了卓越的業績，客戶、同事和公司達至三贏的良好局面。這些成績，是每位史偉莎人通過腳踏實地、積極真誠地努力換來的。前線同事，他們在用辛勤的汗水書寫著自己精彩的人生，為客戶換來了舒適整潔的環境，這些都是他們辛勤勞動的結晶；各部門的同事，各有所長，在不同的崗位上各領千秋、敬業奉獻。

在這裡，我很想跟大家分享春節前後各地區舉辦年會的感受。原來史偉莎人不僅是專業的清潔滅蟲高手，更是才華橫溢的娛樂能手。兩岸四地的同事們在百忙的工作之餘，經過精心的籌備，表演了精彩絕倫的節目，給大家帶來了歡樂和難忘的片段。再一次證明了他們認真、樂觀、投入的態度；心思縝密與考慮周詳的統籌能力，令參加年會的每一個人都感受到同事們真是潛力深厚，前途無限！

凝聚珍愛的史偉莎人在工作生活之餘，還關愛社會有需要的人士。過去的半年，各地的同事身體力行地參加不同的公益活動，用愛心回饋社會。另外我們去年捐資發起並在年底成立了「史偉莎慈善基金會」的獨立慈善機構，希望籌撥善款襄助遇有不測的史偉莎人及為社會上因窮困或者生活艱辛的人士提供協助，出錢出力回饋社會。

最後，我真心希望同事與公司一起成長，且快樂地工作，讓顧客得到滿意的保證。員工是公司可持續發展的動力，我們尊重、信任各同事的發揮，大家攜手一起為提昇社區衛生環境盡一份力量，獻一份愛。

夥伴第①

# 提供優質服務 創造自身價值

史偉莎，是衛生管理、服務及產品的國際品牌，我們堅持不懈地為客戶提供優質、超值和創新的服務；深圳歡樂谷，為連續四年榮膺亞太十大主題公園，中國第一個自主創新的連鎖品牌主題公園，國家AAAAA級旅遊景區。史偉莎很榮幸能成為歡樂谷的合作夥伴，今期《360°史偉莎》更邀請到歡樂谷環境部主管張正賢先生接受專訪。

## 顧客第一的理念

2014年，史偉莎與歡樂谷開始了合作之旅，在與張主管談及洗手間深層消毒服務時，他是這樣說的：「對於一個每年遊客有300多萬人次的旅遊景區，如果都能做到讓洗手間沒有異味，那一定是要做一些功課的。之前有了解過你們，到處也看到你們的**品牌**、**感受**到你們對服務的專業，為了讓遊客遊玩時有更好的**感觀**，所以我們選擇了史偉莎」。是的，一切從客戶出發，顧客第一，這與我們史偉莎的服務理念是一樣的。歡樂谷，有豐富的遊玩項目，一次次驚心動魄的歡樂歷程，一個個亦真亦幻的歡樂世界，讓遊客在樂園的每一角、每一刻都感受到歡樂。「史偉莎提供每周一次的洗手間深層消毒、除臭服務，令歡樂谷的洗手間始終保持乾淨衛生、氣味清新」張主管說。樂園的設施配合史偉莎的服務，給遊客們歡樂舒適的感受，使遊客們在這繁華的都市開心地，玩得更放心、更自在。

撰稿｜大中華發展及支援中心　助理經理吳麗Candy

## 超越客人的期望

當我們剛開始合作時，在給歡樂谷安裝香薰機設備，因場地的需求，設備需要增加，才能達到預期最佳的效果，於是我們秉承超越客人期望的精神，毅然增加了多台機器設備。「為了讓客戶滿意及有最理想的效果，你們給予歡樂谷超值的服務，這令我們感到甚是安慰。」張主管稱讚道。2015年合同期滿，基於歡樂谷與史偉莎之前的良好合作關係，以及史偉莎的服務態度、專業水平、企業文化和公司理念，歡樂谷隨即與我們繼續簽約。「史偉莎的服務是**超前**、**超值**的，有這麼好的合作夥伴，沒有任何理由不繼續選用！」張主管堅定的說。一家國營單位，因為我們的專業，連續簽約兩年，客戶的支持與認同，對我們來說是最大的激勵。在去年，歡樂谷授予我們的錦旗是這樣寫的：「保障衛生健康，超越客戶期望」，雖然只是一面錦旗，但它傾注著我們史偉莎同事的心血，代表著歡樂谷對我們的肯定。因為它，激勵著史偉莎人，時刻記住我們的共同使命 — 超越客人的期望！

## 專業人做專業事

每一位初來深圳遊玩的人，都會想到歡樂谷，它就像是深圳的一張名片。張主管說：「98年至今，深圳歡樂谷能有今天，一路走來，靠的是服務，優質的服務。」雖作為中國主題公園行業的領跑者，深圳歡樂谷仍將投資2億元進行一系列設備設施再升級，為中國主題公園的發展再立新標，從而提供更優質、更專業的服務給遊客。同樣屬於服務行業性質的史偉莎，我們感同身受。一般的企業都有清潔員工，他們負責把洗手間清潔乾淨，但如何更好地去除環境氣味、除菌、洗手間潔具的保養等等，則很容易被忽略。史偉莎的專業在於，不只是單純地做好清潔洗手間的服務，而是希望從每個細節中入手，令洗手間的使用者感受到史偉莎客戶的用心。在歡樂谷人流量很大時，我們會主動配合他們的保潔需要，做到人流量再多，洗手間依然保持清潔如新，也沒有異味。張主管給予我們的評價是「專業人做專業事」。這樣的評價，讓我們深感自豪，感動不已，時刻激勵著我們每位史偉莎人，我們要不驕不躁，以更專業的服務回饋合作夥伴們。

歡樂谷與我們史偉莎合作的時間雖然不是很長，但是我們堅信，會一直走下去，因為我們有著共同的目標與服務宗旨：給客戶提供優質的服務，創造自身的價值！

撰稿｜大中華發展及支援中心助理經理　陳巧萍Doris

# 2014-2015年史偉莎週年晚宴
## 《持續學習長知識，創業創新創佳績》

總部一年一度的週年晚宴於2015年3月7日舉行，筵開29席 - 香港全體同事，各地區約200人遠道而來參加，眾多嘉賓與供應商賞面出席，熱鬧非常。當晚節目精彩，獎品豐富，亦頒發了50多個獎項給各地區表現卓越和長期服務的員工。特別感謝台灣地區帶來著名小食給大家晚宴前享用。

週年晚宴以《持續學習長知識，創業創新創佳績》為主題，反映集團不斷引進新服務/產品，通過不斷學習和發展不同業務，來培訓、發展人材，共創佳績。為配合年會的衣著主題「重返校園」和「學分獎勵制度」，大會特別設計了一套精美的襟章和校章，送給每位出席者留念。今年更創新地邀請了香港晋升和得獎同事的家人一同分享喜悅。

晚宴由香港同事熱鬧的開場表演展開。邁向新的一年，集團正、副主席Franco和Dorothy帶領香港管理團隊、各地區主管和中國董事們等與賓客祝酒。繼由司儀引領全場以高昂響亮之聲喊出年會口號「史偉莎人堅持種因忘果」，推高氣氛。抽獎環節分階段進行，共安排了41份共值港幣6萬多元的獎品，包括Apple iPhone 6手機，iPad平板電腦和旅遊禮券等大獎（感謝供應商贊助部分獎品）。

史偉莎人為善不甘後人，歡聚亦不忘行善，為「史偉莎慈善基金會」籌款。Franco和Dorothy以個人名義損贈港幣一百萬元作為啟動基金，冀能推動更多史偉莎人參與，幫助更多有需要的人。大會安排了六位慈善大使在現場募捐，同事和嘉賓們都慷慨解囊，共籌得一萬多元。

因大會設有「重返校園」的衣著主題比賽，大家都悉心打扮。進入4強的有穿上統一、醒目校服的台灣團隊，終生學習打扮的基師傅，青春活潑的香港女生Connie和Flora。Flora憑活潑鬼馬的臨場表現勝出。

集體遊戲分為兩部份。先按枱號進行「收買佬」遊戲，最快完成的6隊進入決賽，以「吹飲管」遊戲決勝負，最後由北京隊伍勝出，並贏得HK$1,200禮券。

天才表演共有6隊參賽，經抽籤決定表演次序為澳門(F4齊跳爵士舞)，深圳(開門紅)，廣州 (致青春)，北京(小天鵝湖)，佛山(時間都去哪兒了)，香港(升哩秘笈)，各隊施展渾身解數，全場掌聲不絕！最後由廣州隊的「致青春」獲得冠軍，實至名歸。

壓軸特備節目由華南地區的4位猛男Martin、黃錚、Ricky和Simon表演「草裙舞」，把晚宴氣氛推到頂點，大家都樂透了，晚宴亦圓滿結束。大會還安排了卡拉OK餘興節目給意猶未盡的同事大顯歌喉！

感謝總公司安排每年一度的大型盛會，兩岸四地同事聚首一堂，讓同事們都能感到關愛之情。在美酒佳餚、歡樂氣氛、高漲情緒下，增進情誼、提升凝聚力，渡過愉快難忘、滿載而歸的晚上。

衷心多謝負責統籌晚宴的香港精英會團隊、司儀、大會的所有工作人員和各地區在工作出勤上的調配，令同事們順利出席，更多謝各地區同事的精彩演出，期待明年再聚！

# 2014-2015年得獎名單

## 香港區5年服務獎

朱世雄、嚴家偉、蔡行運、周滿鴻、賀曉暉、黃厚光、陶惠森、馬文輝、盧偉雄、袁耀漢、張永賢、陳少雄

## 香港區10年服務獎

林小寶、李智文

## 大中華10年服務獎

潘正堅(澳門)

## 香港晉升同事

Albert、梁學文、潘尚裕、陳少雄、周滿鴻、朱世雄、黃有光、劉冠安、張淑芬、Ann、Kit、岑紹基、林展雄、Lisa、Amy、Hoey、江元偉

## 香港部門優秀員工獎

潘尚裕、盧偉雄、方曉明、Albert、Ann

## 香港營業部新產品最高銷售大獎
## 香港營業部最高銷售大獎

Albert

## 大中華各地區優秀員工獎

陳學義(佛山)　王德珍(重慶)

王小波(成都)

聶森(上海)

劉忠勤(深圳)

徐美華(南京)

陳昕(無錫)

陳翠花(廣州)

## 中國、澳門、台灣聯合最高銷售大獎

金獎　韓帥(澳門)　銀獎　余萬友(珠海)　銅獎　王昱仁(台灣)

## 香港區錦旗霸主獎項

馬文輝

## 學分制圓桌會成員得獎

馬貴琴(廣州)、吳楚堅(深圳)、曾玉蓮(深圳)

梁淑芬(珠海)

相冬萍(南寧)

陳先亮(澳門)

## 大中華錦旗參與率地區大獎

初階組 - 天津，專業組 - 深圳

## 大中華5年服務獎

田益建(深圳)、鄧健(深圳)、吳子強(深圳)、黃一江(深圳)、陳紅玲 (佛山)

鄧婉欣(高雄)、吳震威(高雄)

張玉蓮(澳門)

陳曉茵(台中)

陳耀庭(台北)

## 大中華5年服務獎

王喜峰 (北京)

顏豪志(台南)

上海：韓毅、聶森、張秀平、吳嫦娥、陳驊、黃偉、陳裕輝

李小花(東莞)

鄒靖宇(天津)

張瑞、楊玉蘭(北京)

撰稿｜台灣台中地區經理 柳堯武

# 台灣地區年會
## 《優化人才大舞台，成就共享創未來》

台灣

台灣今年各地區都以「優化人才大舞台，成就共享創未來」為年會主題，台南、台中以簡單聚餐和抽獎形式進行，雖然人數不多，但同事們都非常開心融洽，一起享受晚宴，各同事更一致定下目標要把台南區域的史偉莎服務做得更好、更優秀。地區經理鄭榮杰主持抽獎環節，把現場氣氛推到更high的氛圍中！

台北年會今年很高興有一群遠道而來參加的貴賓夥伴 — 圓桌會成員。主席Franco以簡單易懂、深入淺出的方式帶給同仁一個新的觀念：「小聰明不如傻堅持」，真的，這一群同仁的堅持很真、很傻，卻很溫暖人心。接著由各部門的同仁精心安排了精彩的表演，其中，透過與各級長官的互動遊戲表達出對員工的真心認同和讚賞，也讓員工們體現了合作的重要，很有心思。

撰稿｜澳門品質檢測員 劉騰Peter

# 澳門年會
## 《持續學習，更創佳績》

澳門

澳門年會，於今年1月30日舉行！今年的主題是「持續學習，更創佳績」。

來自香港總部的老總們及領導們聚首一堂，歡慶晚宴！當晚節目豐富，笑聲不斷，那場面用可五個字形容：「很好，很強大」。當晚節目一個比一個精彩，特別是「奶瓶喝啤酒比賽」，那攪笑情景讓我們開懷大笑，壓軸的抽獎環節更把晚會的氣氛推向高潮。

最後特別感謝出席晚宴的老總及領導們，謝謝他們的遠道而來，謝謝他們全情的參與。

資料｜由各地區提供
統籌和整理｜圓桌會副會長 楊浩倫Ziv

# 華東、西盛會耀新春 三制創新合夥人

華東

華西

2015年1月24日及2月8日，分別迎來了華東/華西的年會，場面非常盛大，華東以異國風情為晚會主題，邀請所有史偉莎人，以不同的服裝及裝扮來為這個盛會添光添彩。最終，上海的楊斌以古埃及服裝壓倒性地贏得了當晚的最佳服裝獎；華西以足球為主題，參與人員身穿統一的球衣，代表著「同樣的精神，同樣的使命」，所有的表演更多是在演繹一種態度，一種對美好明天的期盼。通過這次年會，不但讓同事們彼此加深瞭解，而且也增加了大家的凝聚力，我們深信，員工的發展平台將會越來越大。只要我們團結起來，一起努力付出，成功是屬於我們的，就讓我們大家一起創造史偉莎明天的輝煌！

資料｜由各地區提供
統籌和整理｜圓桌會副會長 楊浩倫Ziv

# 華南、北盛會耀新春 三制創新合夥人

## 華南

## 華北

華北年會開始啦！今年1月25日，華北的年會在北京隆重舉行，來自五湖四海的地區老總及領導，聚首一堂，歡慶春晚！當晚年會主題「紅紅火火」。以紅色為史偉莎的主色調，又寓意史偉莎生意紅紅火火，喜氣洋洋。大會特別安排嘉賓在入場時，印下五顏六色的手掌印，象徵著我們的事業前景色彩斑斕、五彩繽紛，當晚大家都非常盡興，盡情釋放出內心的熱情。華南區當然也不示弱，今年2月7日，首次在珠海舉辦聯合春節聯歡晚會，整個晚會在開心、團結、活躍的氣氛中進行。由各地區抽獎活動、頒發各項傑出人才獎及各種表演，一個比一個精彩，活力十足。最後，特別感謝珠海史偉莎將收到的開業禮金及大會當晚的「三羊開泰」募捐慈善活動的善款，都全數捐贈到史偉莎集團慈善基金會，以幫助更多有需要的人。

追蹤史偉莎

# 各地區新辦公室喬遷之喜

在國內史偉莎，2015年可謂喜事重重，除了設立了一些新的辦事處之外，部份地區經過多年來的努力及發展，原有的辦公室已經難以滿足實際營運的需要，而集團亦時刻惦記著提供更好、更舒適的辦公環境給所有史偉莎人。 因此，今年各地的喬遷計劃已悄然展開。

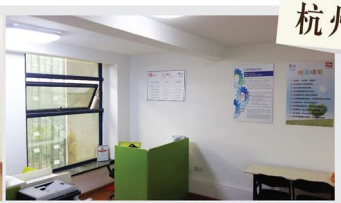
「珠海史偉莎」經過8年努力，終於擁有了屬於自己的自置物業。新辦公室集辦公、倉庫、外勤多功能廳及會議室於一體。在新的舒適辦公環境下，我們一定更加努力、加油，更好地提升珠海的衛生水準！

我們再看看其他地區，中山、南京、無錫、江門、杭州、東莞、佛山，她們也是因為業務的發展，都相應搬進新的辦公室。其中佛山也是史偉莎第二個自置物業，我們期待著，史偉莎的同仁們，努力吧！成功是屬於我們的！

## 珠海

## 南京

## 杭州



## 東莞

## 江門

## 佛山

## 無錫

## 中山

撰稿｜大中華發展及支援中心助理經理　陳巧萍Doris

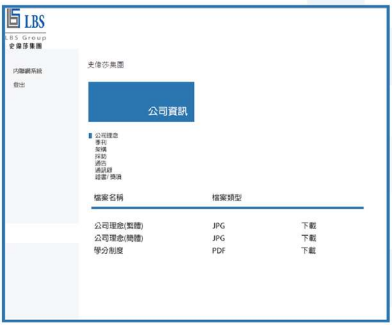
追蹤史偉莎

# 集團內聯網
# Online Library

隨着集團在大中華地區穩定發展，新經營點的增加，新品牌、新產品不斷推陳出新，跨地域的文件和資訊需求、交流亦愈益頻繁。有見及此，集團撥資開發內聯網，作為內部資訊的共享平台，以制定及發放標準化的資訊，強化管理措施，從而提升工作效率。內聯網由總部「關顧人材及行政部」管理，系統包括「學分制」記錄及簡易查分平台和共享資料庫兩部分。

「學分制」記錄及簡易查分平台已於7月啟用，由各地區學分管理員負責在系統記錄學分。系統可統計及生成各地區和大中華地區的首20位最高學分名單，及制度內的「德、智、體、群、美」各項明細分數排名。此外，同事們亦可登入平台自行查詢所得學分，方便競逐獎項和換取禮品。

資料庫則包含各類表格、報表、培訓及營運手冊、宣傳單張、獎項、政策指引、文件模板、合約、商標、證書、活動視頻.....共分為9大範疇，預計10月同大家見面。「關顧人材及行政部」會與各部門和地區緊密聯繫，收集跨地區的最新資訊，定時更新、編制和發放到內聯網共享平台，大中華各位同事可以更快、更便捷地知悉總部和各地區的最新動向，提取所需的行政、銷售、採購、營運和培訓等文件和資訊，增強集團內部管理和溝通，提升整體工作效率。



撰稿｜香港高級市場推廣主任 何廣聰Kenny

# 出席香港餐飲聯業協會十五週年晚會

「香港餐飲聯業協會」集結全香港餐飲業界及與餐飲業有關聯的行業精英，為推動香港餐飲業提升專業地位，以及改善經營環境，不遺餘力。

作為協會成員，我們獲邀出席於香港會議展覽中心舉行的「香港餐飲聯業協會十五週年晚會」，並擺設攤位，介紹能幫助提升餐飲業質素的產品及服務，當中包括衛生管理、消毒滅蟲、廚房清潔、空氣淨化、香氣營銷及飲用水機等等，希望藉此使其他被獲邀出席的人士，能從中找到適合他們店鋪的產品及服務，增強他們在行業之中的競爭力，爭取更多的顧客及更高的滿意度。

撰稿｜大中華發展及支援中心助理經理 陳巧萍Doris

# 青年企業家發展局座談會

年青人是社會的棟樑，集團一直與不同的組織團體合作，透過講座和交流會，讓年青人了解商業世界和機構的運作，為自己的前途取向和職業選擇，儘早作好準備。

集團主席Franco於去年11月應邀參加了「青年企業家發展局」舉辦的座談會，以激發和培育年青人的創業精神，冀為香港培育商業才俊，提升香港長遠的競爭力，應付發展急速的環球貿易。當天，Franco與一群高中學生分享了他的創業經歷及集團的理念，同學們都很珍惜這寶貴的交流機會，踴躍發問，衷心希望他們能找到適合自己的方向。

# 社會認同獎項

企畫專輯

## 「史偉莎人」：優秀的衞生工程師
### ——訪史偉莎集團主席林浩宏

⊙文/曉晞

「史偉莎人」，一個很讓人感到很親切的名字。它更印證了史偉莎集團，是一間真正為「人」的公司，它做好「人」的工作。

**「榮譽閣」盛載着同事的不懈努力**

走進史偉莎會議室，除了看見近大門一旁的牆壁掛上3”5”理念的牌匾，文件櫃上擺放了不同的公益獎狀外，另一邊頭就掛着一幅幅大中華兩岸四地管理團隊及每年最優秀員工的照片，以及一支支貼着員工與客戶合照的錦旗。一向重視人材的史偉莎集團主席林浩宏稱，他希望將這公司的心臟地帶打造成「榮譽閣」，它不但盛載着一班熱誠同事的不懈努力，也寄予公司對他們致以的謝意。這是一個體現公司忠誠為客戶服務理念和關顧人材文化的重要陣地。

林浩宏介紹，史偉莎集團於1998年在香港成立，集團已引進專業的衞生管理概念及技術，包括洗手間衞生、商業及家居滅蟲、清潔劑及一眾手部清潔的消毒產品。林浩宏稱，史偉莎將衞生管理服務及產品業務覆蓋至整個大中華地區，致力成為業界的領導者，集團並用心建立了一套關顧和培訓人才指引，以滿足客戶的不同衞生項目需求。憑着多年的努力，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，特別是為大中華地區的集團提供全方位的「衞生解決方案」，確保大中華逾2萬個客戶得到最妥善的服務。

◆史偉莎集團主席林浩宏與姐姐、現為集團副主席的林卓儀合照。背景為牆壁掛上3”5”理念的牌匾。

「Swisher史偉莎」1986在美國成立。1998年以特許經營的方式引進史偉莎到香港的林浩宏說道：「最初我本來是想與姐姐、現為集團副主席的林卓儀合作開辦餐廳，但當我們在找尋外國特許經營的資料時，發現投資額需要很大。在尋找的過程中，我們有一個很奇妙的發現：一間從事洗手間管理的史偉莎外國公司竟可以做到成功上市，也可以說，我們對它一見鍾情，很想馬上引進到香港的衞生勤。但是，亦認同要引入史偉莎這個當時沒人知曉的品牌到香港的時候，風險挺大，不過，直覺地認為這個市場很具發展潛力。」確實史偉莎由最初一個沒人認識的品牌，到今天在香港區擁有員工超過300名的企業，過程殊不簡單。當中除了需要默默耕耘外，還有甚麼秘訣呢？林浩宏不加思索地說，那就要慢慢地建立起自己一套獨特的經營模式。事實證明，林浩宏當年摸着石頭過河的經營方式是走對了路，今天在他帶領下，史偉莎日益壯大，已創造出不同的品牌來。

**肩負提升社區衞生水平使命**

集團的股東們一直承諾以提昇社區衞生意識及水平、幫助員工成材及發展、幫助客人解決衞生相關問題為使命，履行企業社會責任，推動社會和諧。這些獎項和嘉許，代表著社會的認同和肯定，我們會繼續努力！

很多人會認為洗手間清潔工作是一項厭惡性工作，然而，在史偉莎公司下，則視為高尚的事業。相信這必與公司用心善待員工有關。林浩宏稱，「公司聘請的都是前線藍領工作者，他們自我價值較低，我們要做的是，令他們明白史偉莎並不是什麼清潔公司、滅蟲公司，而是責任重大的公司。我們的使命是要提升社區衛生水平。這裡的每位員工不是清潔工人，而是『衛生工程師』，大家大有所為，員工提供的服務除了是自身工作收入外，主要還為人們避免疾病傳播，保障大眾市民的健康，更可提升企業的形象，從而慢慢地幫他們建立起自信心來。」

## 堅持五個核心價值的意涵

林浩宏一再強調，堅持公司的五個核心價值的意涵，充分體現了史偉莎成就員工成長及對顧客無私付出的心。他介紹，史偉莎以5R關顧人才核心價值(Respect尊重、Recognition認同、Reward嘉獎、Retraining培訓、Road ahead前景)制定集團人才發展方針。林浩宏稱，公司不僅要尊重員工，也要聆聽他們的心聲，因為溝通也是一種尊重。另外，公司為員工提供熱鬧的晚飯聚會、溫馨的關愛茶叙，令員工倍感溫暖。

## 獎勵制令呆板工作增添色彩

林浩宏表示，很少人會有從事衛生管理行業的經驗，公司堅持投放很多資源培訓人才。但是他認為，個人的成長除了與公司性質有關的訓練

史偉莎出版的《史偉莎人》

還是遠遠不夠的，史偉莎還特設學分制，讓員工能全方位發展，達致德智體群美，小如一些「齊家」親子活動，或者完成馬拉松、渡海泳、毅行者等公開賽，員工便可獲得積分，累積的積分可換學分禮品。林浩宏坦言，自己為員工設立學分制時很花了不少時間和人力，但他認為這是值得的，他希望以實際行動表現對員工的關愛。

林浩宏指出，獎勵員工是提升他們的士氣重要的一環。為此，公司設有不同的獎勵計劃，如合夥人計劃旨在獎勵地區總經理，當他們管理達到某一指標後，公司便會贊助他們買車、買樓，或者與公司分紅、入股等，目的是希望員工的表現能與公司業務直接掛鉤。而公司為前線同事設立禮章制，他稱這理念取材於童軍及紀律部隊，當員工擁有出色表現時，便能獲發一個獎章以示嘉許。公司亦設有全勤獎、積分獎勵計劃以示鼓勵。林浩宏表示：「我們不希望只是單純直接獎勵員工金錢，反之，可在平日呆板工作增添色彩。而這種以立體面的獎勵計劃可具持續性和更具透明度。此外，公司打破傳統評核制度，於2009年已建立有系統性評核機制，由上司乃至下屬進行360度評核，這樣更呈客觀性。」

林浩宏建立的管理架構真令記者大開眼界，當中的構思理念加入了不同企業架構管理等的元素。林浩宏謙稱，他平日喜歡閱讀、觀察、與人交流。在與別人的交談中往往能使我獲得啟發，公司亦設有開放機制予團隊提供意見參考，集思廣益。

「我們不是要客戶把洗手間清潔的工作外判給史偉莎，更不是單純販賣清潔洗手間的服務，好讓客戶可裁減現有的清潔員工，反而我們希望藉着史偉莎的服務令洗手間的使用者加強對店舖的滿意度。一般企業都有清潔員工，他們負責把洗手間清潔乾淨，但他們不會考慮到怎樣去為使用者提供一個良好的使用經驗，例如環境氣味，洗手間器具的保養，除穢，使用相關的紙品，清潔液及所有周邊的裝置或器材，但史偉莎對每一項都是嚴謹而且專業。我們更要求我們的技術員除了為客戶餐廳消毒外，也要他們懂得與客人溝通，教曉他們如何清潔。」林浩宏開單地說。

林浩宏認為，有效執行制度才是最重要，團隊自然就強大。公司給員工三個感，即安全感、成就感、滿足感。公司股東自發把部份盈利成立慈善基金，建立安全網給「史偉莎人」，讓同事可享受足夠的醫療保障。另外，公司未來將舉辦更多慈善活動，讓員工有錢出錢，有力出力，幫助弱勢社群。

今天的訪問，讓記者上了寶貴的一課，學會了「尊重文化」。

香港僱員再培訓局於2009年12月推出「ERB人才企業嘉許計劃」(「嘉許計劃」)，史偉莎集團自2011年獲頒發「嘉許計劃」之【人才企業】嘉許並獲延續資格至2017年，表揚在「人才培訓及發展」工作有卓越表現，並授予「人才企業」的尊稱。嘉許計劃有效期為兩年，每兩年續期一次。截至2014-15年度，共有289間來自超過30個行業的公營及私營機構獲頒授「人才企業」殊榮。

另外，史偉莎集團榮獲由香港《鏡報》主辦的兩岸四地「第四屆傑出企業責任獎」。頒獎禮在3月27日舉行，獲香港行政長官梁振英先生主禮並致辭。該獎是按公司股東承擔、員工關愛、環境保護、顧客承擔、社會聯繫領導能力等評審範疇而選出。林主席Franco更接受《鏡報》專訪，分享公司的核心價值和文化。

撰稿｜大中華發展及支援中心助理經理　吳麗Candy

追蹤史偉莎

# 各地區

企業文化可以把員工緊緊地團結在一起，形成強大的向心力，使員工萬眾一心。在史偉莎這個大家庭裡，多姿多彩的地區活動以及跨地區專業性的培訓、交流活動，除會讓員工獲益匪淺，更是文化建構的重要一環。一個好的企業文化，可以帶動企業的健康發展，員工的積極性能調動，工作起來更有熱情。因為我們是「史偉莎人」，我們有著共同的願望、共同的使命，更有我們自己的理念，在這裡，你會深深體會到這種文化無處不在！

## 培訓及交流

華南 - 營運交流會

經理培訓 - 留人先留心講座

武漢大學 - 有害生物高峰論壇

總部 - 經理培訓日

總部 - 滅蟲交流會

# 活動

香港精英會 - 燒烤活動

台南 - 聖誕節聯歡

重慶 - 燒烤活動

東莞精英會 - 松山湖踩單車

深圳 - 西沖露營

珠海/中山 - 金台寺遊玩

南京 - 包櫻子活動

澳門 - 燒烤樂

南寧 - 同事生日會

佛山 - 開會聚餐

上海/杭州 - 瘋狂泡泡足球活動

台北 - 精英會聚餐

成都 - 旅遊活動

廣州 - 外勤同事戶外活動

無錫 - 踏青燒烤活動

武漢 - 爬山活動

天津 - 長虹遊玩

北京 - 鬥地主活動

撰稿｜香港高級市場推廣主任 何廣聰Kenny

# 史偉莎網站革新

確定

有見及此，我們將全面改革史偉莎網站，重新整理我們種類繁多的產品及服務資訊，網站亦會因應瀏覽者所使用的裝置，從而提供合適手機、平板電腦及桌上電腦的使用介面，使瀏覽者能更快、更方便獲取我們在衛生上的各種解決方案，最終成為我們的顧客。

時代改變，科技進步，「上網」已經成為了不少人生活中不可或缺的部分。每天使用手機、平板電腦及桌上電腦等不同裝置，瀏覽不同網站來處理或解決工作上、吃喝玩樂上及日常生活上的事情，因此，網站的資訊與吸引度，很可能成為能否把「瀏覽者」轉化為「顧客」的重要關鍵。

**全新的史偉莎網站即將推出**

**請各位密切期待！**

95%

撰稿｜圓桌會會長 馬貴琴 Anita
圓桌會副會長 楊浩倫Ziv

# 圓來如此

我，Anita Ma成為第三屆圓桌會會長，轉眼已接近一年，在此期間得到副會長 Ziv Yeung的鼎力合作，令到本屆圓桌會順利展開及完成多個專案，感謝他！

## (一)學分制

今年圓桌會全力配合總公司繼續推廣「學分制」，圓桌會總動員合力組織了一個大型活動比賽，首先由各地區史偉莎進行初賽產生冠軍，之後各地區冠軍將會雲集武漢進行總決賽，看誰獨領風騷，盡顯德、智、體、群、美風範，登上中國區總冠軍寶座！透過參與從而令「史偉莎人」都領會「學分制」這個關懷和激勵機制的目的：建立有效的學習，鼓勵和幫助全體史偉莎同事在掌握本職工作所要求的知識、技能和態度的同時，更進一步提高自我素質，從而增強同事自身外在和內在的競爭力。

## (二)襟章制

中國區襟章制在今年7月1日啟動，集團為外勤同事們訂制全新的制服，並且提供了保健皮鞋。同事們符合基本技能資格就獲頒發基本襟章。透過持續學習，職能上有提升的就獲頒發增值襟章，同時享有相應之獎勵和獎金，同事工作有優秀表現、與客人溝通良好或積極參與公司活動的都可獲取不同的襟章，真威風！

## (三)圓桌會台灣拓展活動

非常感謝史偉莎集團在本年初為14個中國地區的圓桌會成員安排了這一次台灣遊，回憶起前期的準備工作可謂困難重重，因為各成員都分別來自中國的五湖四海，各地都有不同的赴台政策。有些需要申請旅遊簽證；有些需要工作簽證.....入台所需的證件也五花八門，但大家目標是一致的：就是排除萬難、齊赴台灣，一個都不能少！

透過這次活動，除了讓大家休閒放鬆之外，更重要的是和台灣史偉莎的同仁們進行了深入的交流。其實，每年彼此見面的機會就只有在香港的年會上，更多的就只是握握手，寒暄幾句。但這次赴台，讓我們看到了台灣同仁們的熱情好客、細心照顧，更瞭解到台灣各區域管理層的一些奮鬥歷程。在宜蘭的那3天2夜，台灣同仁一路上為我們安排打點，導遊、保安工作都一手包辦；騎單車時亦全程為我們保駕護航，真的辛苦他們了！在最後一個晚上，很榮幸參加了台北史偉莎的年會，見識到當地的特色和文化，感受着他們對公司的活力與熱誠！

台灣史偉莎的團隊留給大家的印象是充滿朝氣、有活力、亦有創造力，相信在他們的努力下，台灣市場將會越做越大、越做越好！

大事難事，看擔當；逆境順境，看胸襟；是喜是怒，看涵養；有捨有得，看智慧；是成是敗，看堅持。與來屆圓桌會正、副會長及各位成員，共勉之！

各位！大家好，上一期《由心出發》，同事寫了很多集團怎樣用心去經營公司的使命與理念，特別在員工和客戶方面，用了不少的筆墨，甚為詳盡。

其實史偉莎人各種熾熱的心都已經具備，怎樣可以把這些火紅的心，長期保持火紅紅，令使命和理念可以發光發熱，也是我們日思夜想的，就好像一輛完備的車輛，要到達目的地，也要有一條康莊大道才行。

集團在幾年間也打造了幾條大道，令我們的心得以在現實中體現，在這些平台上得以馳騁，這些不得不感謝我們管理層的「以人為本」、「以心作則」為出發點的心態。

在幾條道：「合夥人制度」、「學分制度」、「襟章制度」、「珍愛客戶使命」裡面，每一條也是實實在在「心」的載體，其中合夥人制度令公司理念“5”Rs裡面的前景，發揮到極致，令到出色的同事有機會成為公司的老闆，享有樓房資助和以車代步的優待，同事心裡感受到莫大的禮遇，精英們歸屬感增加了很多。

學分制度的覆蓋包含更廣，令每一位史偉莎人受惠，以學分這種曲線方法來關顧同事，令史偉莎人更容易受落，更窩心。學分制度涵蓋德、智、體、群、美五個領域，令到同事通過學分在工作以外得到身心平衡，推己及人，真是用心良苦。

襟章制度的推廣，是針對技術員的辛勞，根據他們的工作功能、效率和溝通能力，進行更好的配對和標籤，這樣同事的屬性、技能，更能實在的體現出來，令到技術員更有方向感地提升自我，而且更能展示他們的優越感，客戶也可以知道為他們服務的同事擁有甚麼技能，提供貼心服務給他們。

「心」除了放在史偉莎人外，也同時關顧我們的客人，「珍愛待客」11條，就是我們站在客戶的角度用心去感受，希望我們每個史偉莎人也可以本著這些同理心，知道客戶要甚麼，我們才能做出滿意的服務，這個也說明我們為什麼可以在各地獲得無數客戶頒贈錦旗的原因。

條條大路通羅馬，有心有路目標達，史偉莎還有兩個組織：「圓桌會」和「精英會」，把史偉莎人的心牢牢團結起來，同時也確保這些「心」 在各種制度上發揮得最好，這些也是集團多年的公司文化成果，希望集團以後可以開拓更多更好的路，讓史偉莎人熾熱的「心」可以在上面發光發熱，有所貢獻。

**饒永康 Joe**
中國區營運總監

撰稿｜大中華發展及支援中心助理經理 陳巧萍Doris

人材"5"Rs

# 中或合夥人獎勵制度

史偉莎經營的業務，由於服務比例佔八成之多，每個工作環節都依靠人手操作，故我們以「人材由自己培養」的想法，按"5"Rs關顧人材的核心價值「尊重」、「認同」、「嘉獎」、「培訓」和「前景」，用心制定一套完善的培訓、獎勵、考核和晉升機制；投放大量資源提供實務、溝通、晉升和管理培訓，務求令每個崗位的同事都得到充足的培訓，公平的考核及晉升機會，讓員工有清晰的奮鬥目標。我們尊重、認同員工的發揮，每當有空缺時都會優先從內部選拔。集團的選材標準不看員工的背景、學歷、過往經驗或崗位，只看他們的能力、學習心和工作態度，這套獨特的人材發展制度已造就無數成功例子，經由不同的崗位(如技術員、文員、前線銷售和會計員等)晉升至中、高層職位，甚至地區負責人。

員工是企業可持續發展的動力，集團2004年開始進軍中國市場，有賴各地區負責人和團隊不懈的努力，至今已開拓了17個經營點，但仍有大片市場未開發。中國經濟發展的潛力巨大，人民生活質素不斷提升，我們要抓緊這機遇，將衛生管理服務覆蓋至整個大中華，致力成為業界的領導者。我們深信要有效發展中國市場，關鍵是培養員工成材的速度。集團於2013年在中國推出了「合夥人獎勵制度」，旨在獎勵中國各地區的負責人，激勵他們的上進心和事業心，一起開拓中國市場，共享成就。當他們的業績達到某一指標後，公司便會贊助他們買汽車、樓房，或者入股公司，與公司分享紅利等；主管們的表現與地區業務直接掛勾，提供一個平台給他們為自己的事業奮鬥，也加速集團的人材發展，達至雙贏！

制度共有四個計劃：「自用車輛計劃」、「自置居所計劃」、「入股公司計劃」和「分享紅利計劃」，凡地區主管或以上級別的負責人，只要工作表現及崗位年資均達到一定要求都可參與，包括地區主管，副地區總經理，地區總經理，區域總監和營運總監，並按「收支平衡」、「正現金流」、「生意額」和「利潤」等四大財務守則為評核指標。推行至今，已有六位史偉莎地區負責人達標及獲得嘉獎，令人鼓舞。

| 獎勵內容 | 達標地區負責人 |
| --- | --- |
| 自用車輛計劃 | 馬貴琴，陳紅玲 和 吳勇勇 |
| 自置居所計劃 | 吳勇勇 |
| 入股公司計劃 | 陳紅玲，高立岩，吳楚堅 和 饒永康 |

我們大都是平凡人，但只要堅持、用心、肯幹，史偉莎這個平台就能讓你盡展所長，就能成就不平凡！這正好引證了集團主席Franco提倡的用人之道：「用好平凡人，共創不平凡」!!

人材"5"Rs

# 香港、澳門、台灣紅旗報捷

頒授錦旗之風自去年7月由中國開展，迅速蔓延，各地辦公室到處火紅紅，旗海飄揚。大中華各地區截至5月底止共獲頒贈七百多面錦旗，衷心感謝客戶們對我司的肯定和認同，我們定必秉持「珍愛待客」之道，繼續提供專業貼心的服務。

**授旗同事：技術員 馬文輝 (口述)**
**客戶：堅利乳豬**

我2009年加入史偉莎大家庭，今年剛領取了5年服務獎。入職以來都本著公司的核心價值 — 「顧客第一」的信念，對每個客戶都用心的服務。公司去年推出錦旗獎勵計劃，客戶知道後都樂意表揚我們。我合共收到28面錦旗，得到客戶的認同，令我非常開心。

其中，「堅利乳豬」是我2013年開始做滅蟲服務的客戶。總廚姐姐是泰國人，不太懂廣東話，我又不懂泰文。初時，服務後給她簽單，要慢慢跟她講解，看到她表情不明白時，再耐心跟她解釋；有建議或有地方要她們注意時，都會用電筒照給她看。雖然言語有少許隔膜，但慢慢地大家都適應下來，不太忙時會像朋友般閒聊。端午節我去服務時，她還送我自家製的糭子給我享用。

由於服務到位，加上客人配合改善，蟲害效果維持穩定，客戶覺得史偉莎的服務值得信賴，所以頒贈了錦旗給我們。

我是最年長的史偉莎人。多謝公司給我工作機會，70歲時聘請我，所以我要克服有異味的工作環境，學習與客人溝通，努力工作回報公司。現在工作快4年了，我責任心特別強，不會隨便請假影響服務。年紀大，學習比較慢，感謝經理屏姐和副經理全哥的耐心指導。初做單時，手藝不太純熟，但我會將勤補拙，為了完成當天的工作，寧願稍晚些才下班。有時候遇上颱風，在颱風過後馬上工作，儘量不影響給客戶的服務。

**授旗同事：技術員 楊仰初 (口述)**
**客戶：小肥牛火鍋活魚專門店**

我由2013年開始服務「小肥牛火鍋活魚專門店」，負責清潔消毒和加香精服務，店舖潔具雖不多，我也花了3個星期才把頑固污漬清理好，亦需定期檢查噴機和添加香精。剛開始服務時，店面的莊經理會親自看我服務，滿意後才簽單。一個月後，他已放心，不需檢查便簽單。客戶對我的信任，推動我更努力服務，不要令他們失望。現在，店面經理如外出都會囑咐同事替我簽單。莊經理很支持公司的錦旗獎勵計劃，樂意付費製作錦旗頒發給我們，衷心感謝客人的支持和鼓勵，我會繼續盡心、盡力做好服務。

**授旗同事：高級技術員 黃永如**
**客戶：滔滔咖啡美食**

去年12月做服務時，接到客戶「滔滔咖啡美食」老闆的電話，說有大頭蒼蠅在店舖四處飛，要求我司跟進，我回覆客人說現在氹仔區，過來大約要一小時車程。當我趕到時，果然見到很多大頭蒼蠅在廳面冷氣槽上面飛，我立即拿梯子爬上去查看，用電筒一照，原來有一隻已發臭的大死鼠。找到源頭後，我馬上把死鼠放進垃圾袋包裹好，然後進行除菌消毒處理。完成後老闆讚我們：『史偉莎服務效率真高，值得我選用你們的滅蟲服務。』

在我下次去做服務時，老闆拉著我說：『師傅，我送這面錦旗給你，表示一點心意。』我只是盡我的職責去做，史偉莎的專業精神就是幫客人解決難題。

**授旗同事：高級技術員 李文森**
**客戶：故宮晶華**

我加入史偉莎已兩年多，經由公司的耐心指導和栽培，使我從剛開始怕蟑螂到現在直接手刃蟑螂；老鼠從何而來，毫無頭緒，現在能快速找出牠們的行進路線並加以控制。我反覆觀察和試驗，這一路走來，經歷了很多磨練、挫折。雖然過程中遇到了一些瓶頸，但通過與客戶們的不斷溝通、交流和配合，使我學習到如何針對不同狀況處理客戶的問題。感謝「故宮晶華」客戶的認同，頒發這面『服務熱忱，技術卓越』錦旗，令我充滿力量，我會繼續努力幫助更多客人解決問題。

小小的錦旗，就像一份成績單，確認技術員的服務達標。客戶們的肯定和認同，讓他們感受「我做得到」的成功感，增強自信心，亦激發起他們的熱情和使命感 — 幫助客人解決問題，提昇社區衛生水平。

撰稿｜香港高級市場推廣主任 何廣聰 Kenny

新知灼見

# 新產品服務介紹

## 史偉莎廚房清潔服務及迷你香氣系統

食肆廚房的重要性好比人類的心臟，源源不絕提供美味可口的食物，使食客大飽口福。要做出美味食物，除了食材要精心挑選外，廚房的衛生環境也需要注重。

「史偉莎廚房清潔」是我們新成立的品牌，提供專門改善廚房環境的服務，包括：

LBS KITCHEN CLEANING 史偉莎廚房清潔

### 廚房清潔

- 使用專利的清潔劑“GreaseBeast”(專利編號7998917)，清潔抽油煙機系統內外、過濾網和抽油煙機與煮食爐之間的可見牆壁
- 清潔方法及技術，符合ISO9001:2008標準
- 油污被徹底清除，可避免出現油污回流到食物之中，也可有效避免油煙搶火，達至安全衛生，減低因火警而造成的損失
- 廚房裡的工作環境得以改善
- 食肆廳面的油煙氣味也減低不少

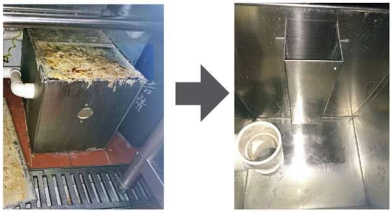
服務前

服務後

圖片只供參考，服務效果會因應實際情況有所差異

## 隔油池清洗

- 清洗隔油箱內外表面，妥善處理喉管及水泵
- 注入微生菌，減低油脂積聚及淤塞
- 噴灑強力除菌辟味劑，抑制細菌及臭味滋生，亦可於隔油池放置殺菌消毒除臭片，以收最佳效果



服務前　　服務後

圖片只供參考，服務效果會因應實際情況有所差異

# 波浪式迷你香氣系統

隨著社會繁榮發展，現今的消費者在選擇到哪間店舖或商場購物時，不單是比較貨品的質量及價錢，也十分著重店舖或商場給他們的整體感覺。因此，我們推出了「波浪式迷你香氣系統」，利用香氣營銷，幫助店舖或商場提供一個無可比擬的購物環境給消費者。

多份研究證實，利用香氣營銷，可以使消費者停留在店內的時間會更多，從而消費更多，也可增強品牌聯想及提升品牌價值。

撰稿｜大中華發展及支援中心助理經理 陳巧萍Doris

成功秘笈

# 第二個春天

人到中年，要重返職場，談何容易！但史偉莎澳門區副總經理（營運及服務部）岑紹基(基師傅)以堅定的信念，認定目標、由低做起、接受改變、不斷學習，克服眾多挑戰困難，一步一步晉升，最終克服中年危機，再創新機，使人生更豐盛。

## 認定目標

基師傅曾在珠江三角洲的工廠做技術管理十五年，五十多歲回流香港，休息數年漸感鬱悶，2005年開始找工作。但當時經濟低迷，可選擇的工種不多，試過多個行業，都感不合適。後來看到史偉莎招聘技術員的廣告，抱著姑且一試的心態入職。在培訓期間，親眼見證服務完成後的明顯清潔效果和蟲害的減少，就認定衛生管理行業很適合自己。太太明白他的性格，故一直都支持他的決定。

與太太合照

基師傅是位有理念、熱誠、創新和喜歡解決問題的人。轉到新的行業，他不恥下問，專心學習，努力工作，技術不斷提升，公司亦委派不同任務給他 — 培訓新技術員和處理投訴戶口，一步一步晉升，在2013年升任技術部副經理，亦開始兼任澳門的培訓工作。

## 傳承使命

對於技術傳承，基師傅認為既是使命，也是責任。培訓技術員時，他必毫不保留的傳授技術，見到手勢不正確的都會指正，亦會親身示範如何與客人溝通。除了技術的傳授，他更著重同事的工作態度，定期與同事面談。所謂知己知彼，明白了他們的需要和困難，才可觸動/推動他們。為了方便打開話題，與同事融洽溝通，他會預先了解同事的家庭背景、經濟條件、入職原因、有何壓力/負擔等等。對心存僥倖、馬虎了事的技術員，會循循善誘，要他們明白公司的「顧客第一」核心價值，如服務不到位，縱使客人今天不發現，明天仍是會投訴的，提點同事要認真工作才可獲客人認同；對沒信心的同事，不斷列舉客戶讚賞事例，使他們相信自己的努力，客人是會知道的；對逃避面談的同事，堅持約見，曾試過第六次才成功。如此苦口婆心都是推動同事們向前，幫助他們成材。

## 顧客第一

基師傅工作認真，總是跟隨公司的理念和珍愛待客之道，努力不懈地提供貼心服務，替客戶解決問題，故時常得到客人認同。記得有次服務後給客人簽單時，酒樓經理很認真的說：「老闆很滿意你的服務，特別囑咐我要表揚你！」另一次在餐廳服務時，找了很久也找不到鼠踪，總廚師主動炒了一碟飯送來，讓他休息一下，吃些飯再繼續。很多時，因廚房太繁忙，不方便服務，基師傅為了早日控制蟲害，他會主動下班後或星期日再去跟進，充分體現出史偉莎3"5"理念的顧客第一、先捨而後得的核心價值。「客人窩心的鼓勵讚賞和解決問題後的滿足感，都成為推動力，令我對這工作更堅定」。

## 創新點子

外表嚴肅但實則是創意十足的基師傅，喜歡鑽研和思考不同解決方法，滿腦子都是新點子。來到了史偉莎這個平台，不時設計一些新穎奇特的滅蟲小工具，樂在其中。開展家居床蝨服務不久，有人客因家中有小孩和孕婦，要求不可噴藥。於是他與團隊埋頭鑽研，最終成功用蒸氣處理，令人客放心又滿意。有餐廳因食客用餐時聽到老鼠在天花走動的聲音而投訴，要求杜絕鼠患，否則取消服務。由於餐廳的結構限制，我們爬不進天花檢查；廚房又有大型機器遮攔，不能判斷老鼠進入餐廳的途徑，又如何杜絕鼠患？難道要放棄？但基師傅轉個角度思考，成功留住客人。他坦誠地與客人溝通，了解餐廳是希望食客愉快用餐。遂向客戶建議收窄老鼠的活動範圍讓客人安心用餐。客戶理解情況非我司能控制，雖不能杜絕鼠患但亦接受方案，讓我們繼續服務。

## 放下自我

基師傅在史偉莎的發展也不是一帆風順的。由於性格火爆和很堅持己見，初入職時，常與同事意見分歧，發生磨擦。他幾經思量，明白爭拗是不能解決問題的，終嘗試轉換心態，放下自我。漸漸地，面對批評時他會反思，警惕自己不要重犯，這個轉變對固執的他來說，實在是不容易的。是的，只有肯接受改變的人才可走得更遠。

## 新的挑戰

為配合澳門分區的發展及強化日常營運的效益，總部於2014年9月擢升基師傅為澳門區副總經理（營運及服務部），面對新的挑戰，基師傅坦承有點擔心，怕應付不來，但仍義不容辭的接受，因他確信如遇到困難，總部必會提供指引和支援的。「現時首要目標是致力提升人材，增強中層管理，配合集團的發展。」

由部門經理跳升至地區負責人，新崗位責任「重」了、管理範圍「廣」了、要兼顧的事情「多」了、要學的事情就「更多」了 —「客戶及排版系統」、「財務報表」、「辦公室和貨倉運作」，通通都要學習，對電腦一竅不通的他難免感到困難，但基師父卻能抱着邊做邊學，有心便做到的態度面對。他說：「我每天都在學習，活到老、學到老」，實在是我們學習的好榜樣。

活到老，學到老

他公私分明，工作時認真，工餘後則與同事打成一片。難怪澳門同事都異口同聲地說：「基師傅是一個盡職盡責、愛崗敬業、關懷下屬和體恤同事的好主管。」

雖人到中年，基師傅以堅定的信念，親身示範了只要秉持公司「顧客第一」的核心價值往前走，努力學習，真誠用心地工作，就可看到前景，人生不但沒走下坡路，還可邁進新的台階，迎來事業的第二個春天。

成功秘笈

# 是成是敗 看堅持

為發展事業，您願意付出多少？他，願意放棄經多年建立的客戶群、已擁有的不俗收入、放下家庭、離鄉背井做開荒牛，面對創業的各種不穩定環境！他，就是人如其名面對困境都要**永遠堅**持向前，不輕言放棄的台灣分公司總經理余永堅。

自謙為平凡無奇的余永堅(Ernest)在2003年加入香港史偉莎為銷售部顧問。2007年集團要發展台灣業務，Ernest認為是個不可多得的機會，因為他確信集團有無限發展空間。得到太太的支持後，帶著一個熱誠、冒險和挑戰的心去開拓史偉莎的版圖，到一個全不熟悉的地方 ― 高雄。

Ernest的至愛

在香港工作時的Ernest

高雄史偉莎2007年開幕時合照

## 隻身開荒

同年8月孤身出發去高雄。操著不太流利的國語，人地生疏，在沒有支援的情況下身兼數職，從零開始。以邊做邊學，摸著石頭過河的形式，由辦公室選址，營業執照申請到員工招聘/培訓，都一手包辦，並在3個月內一一辦妥。3人團隊在10月成立，公司正式運作。期間還得兼顧客戶拜訪，箇中的艱辛和壓力，真是少些膽識和毅力都不能辦到。靜靜的告訴你們：「在此之前，我是從未到訪過台灣的。」

新品牌，新產品，新行業要打入新市場本已不容易，2008年的高雄經濟又不是太好，只能默默耕耘，刻苦經營。「當地九成人口都用台語交談，對外來人都相當抗拒」，操著不太靈光的國語去作陌生拜訪，面對文化/語言的差異，根本就是一個極大的難關和挑戰。雖經過無數次的拒絕，但每想到要給技術員工作單，倒成了推動力，堅持下來，有好一段時間 Ernest週六週日都還得拜訪客戶。終於11月簽下了首張清潔消毒服務單，業務才得以開展。但世事難料，挑戰沒一刻放鬆。原來台灣政府對藥物的規管和制度與香港是截然不同的，香港的經驗不能借鏡，這事也讓Ernest花了不少功夫才能解決。

## 前路茫茫

到高雄約4個多月，12月的某日，Ernest獨自一人坐在咖啡店，想到業務進展緩慢，心情變得沉重，加上離鄉背井，舉目無親，頓感前路茫茫，開始懷疑、抱怨來台灣開創史偉莎事業的選擇是否錯誤。「我即時致電主席Franco傾訴我面對的困難和不習慣的人和事，得到他的鼓勵和分析。Franco提醒我集團的業務和生意之道 — 「累積」和「堅持」，香港只是比台灣先作努力、堅持，才能累積今天的成果。一家新開立的公司必須以集團文化、理念和精神作為團隊奮鬥的目標。」得到指引後，Ernest終回復信心。

除了要不斷找新業績外，令Ernest憂心的還有資金的壓力，「最糟的時候，台灣公司有七位數字的虧損，高雄要四年多才可達至收支平衡！若不是有總公司深厚的財務實力作後盾，恐怕已像其他公司半途結業了。」

## 漸露曙光

親密戰友

「成功在乎我們有多渴望，我們要專注和堅持做對的事情，被客戶拒絕都不可以放棄。在新地區開發新服務，要有學習過程，也要做好教育市場的工作」。Ernest與業務員和技術員努力兩年多，史偉莎的服務才漸漸得到當地客戶的認同，團隊亦開始掌握客戶的需求，客戶一個一個慢慢累積下來，生意也就開始活躍起來！

2009年Ernest開始部署開拓新據點。他分享說：「我是以母雞帶小雞的方式，按步就班地，先服務周邊地區，累積相當數量的客戶群才開設經營點。」八年間Ernest獨自一人由高雄一路發展至台南、台北、台中、桃園等五個經營點，由孤軍作戰擴展到超過一百位員工的團隊，帶領台灣地區的生意額在過去3年以超過30%的速度增長，這全都是「堅持」和「累積」的成果。

出席2015年香港年會

## 分享成果

他是如何做到這不平凡的成績？或許由同事們對他的評價可知一二。同事認為Ernest是一位有領導才能、讓員工看到前景及非常值得跟隨的主管。「他容人、容事，同事有疏失，教導後總會給予機會反省改進」；「願意傾聽第一線技術員的聲音」；「著重員工的態度，像大哥哥般不厭其煩的教導」；「認同每位員工的優點，不看缺點」。

不難看到，Ernest是以集團“5”Rs關顧人材理念來發展和管理台灣分公司的。他珍惜、培訓人材，按員工的能力給予發展機會，適時獎勵和提拔態度好及表現佳的員工，與員工分享成果、共創未來。現時他只親自管理台北的業務，其他地區主管全都是經他培訓的親密戰友。高雄主管還是Ernest招聘的第一位技術員呢！

## 互相成就

在台灣刻苦奮鬥了八年，現在是否收成期？Ernest謙虛地說：「仍未做到最好，現時高雄業務相對穩定，台北在發展中，台中、台南仍在努力中。」他感恩：「在史偉莎十多年，幸得總公司的信任和支持，令一個平凡無奇的我得到一個發展的舞台，培養了不少有上進心的同事開創他們的事業。從台灣南部走到北部，與台灣同事們結伴同行，一同成長，心感安慰；並可以憑著自己的經驗和正能量累積而獲得現在的小成績，在我來說應該是全台灣同事們的互相成就，彼此感恩的結果。」

忙裡偷閒

Ernest是一個充滿正能量的主管，深信「好事留心中，壞事放水流」。他鼓勵史偉莎人：「我們每天都有大小不同的問題要處理，要抱著平常心，堅持盡力做好，不要放棄，才不會令自己有遺憾」。成功路上有不同的關卡和障礙，有人會以不同藉口逃避：好辛苦、沒能力、欠才幹、競爭激烈、機會渺茫等中途放棄，能堅持下來的人並不多。他認為：「成功的人絕不會有放棄的念頭，如不堅持就永不會成功。只有那些堅持到底，勇敢地克服困難和接受挑戰的人才不會被淘汰。」

Ernest這英文名有認真的、真誠的意思。Ernest余永堅，人如其名，既認真又堅持！俗語有云:「是成是敗，看堅持」，要成功就要堅持到底！「永遠堅持」，就是Ernest的成功之道！

撰稿｜台灣台中地區經理 柳堯武

員工見地

今年1月14日，我懷著期待的心情，等待著史偉莎圓桌會的夥伴到來。他們帶來的手信堆積如山，一種讓人熱情爆發的感覺在心底暈開了漣漪，想必這次的宜蘭遊必定精彩可期。

啟程了，大家上了車。導遊一路上妙語如珠逗得滿車夥伴哈哈大笑，這瞬間，縮短了大家的距離也融合了全體夥伴的心。到達第一個參觀點金車酒廠，已是下午四點，卻不見夥伴的倦容，他們興奮的像第一次出遊的小學生，雀躍不已的參觀，跟著就是這次旅遊的第一項重頭戲 — 農家菜晚餐！走進農家廣場，遠遠看去，廚房裡阿姨正揮汗努力的為我們備餐，大家對於阿姨的農家菜讚不絕口。吃飯中，夥伴們陸續發現了盪鞦韆、腳踏車、踩高蹺等童玩，不等飯吃完，夥伴們已經開始玩心大起，玩起了記憶中童年時的最愛。此時，北京夥伴呂遊正在一旁努力的為了隔日的單車逍遙遊練車，看著這小女的毅力，不禁汗顏啊！史偉莎同事對於一件事的認真程度竟如此強烈，這公司焉有不成功的道理呢？

第二天，夥伴們用完早餐後，興致高昂地挑選腳踏車！踏著自行車沿途欣賞「冬山河」美景，大家嘻嘻笑笑好不開心，隨著景色變換來到了公路，大家換來嚴肅與緊張的神情。在一次次的轉彎、休息、閃避大型車輛中，看見了夥伴的互助，意志力堅持的展現。這群有老有少、有男有女的夥伴，正展現著斬不斷的團結力，勇往向著目標「梅花湖」不斷的前進。遊歷梅花湖之後來到了「小熊書房」享受午餐，夥伴們拍照的衝動取代了飢餓，一陣慌亂的拍照後，才坐下來享受美味與恬靜的午餐；啟程返回農場的路上，真是體力競爭與寒冷搏鬥，每每寒風吹來，夥伴們臉上的表情變得僵硬，實在擔心有夥伴撐不下去。在第一次休息時，夥伴們紛紛放下矜持，喊出了「屁股痛」這三個字，此話一出，大家不禁會心一笑，原來大家都是如此，也只好一起撐下去了！

回到農場，等待晚上的燒烤與心得分享之夜。夥伴們圍桌而坐，分享著擔任主管的困難、辛酸、痛苦與開心，時不時有人眼眶泛淚，相視而笑，掌聲在這裡不會吝嗇，笑聲在這裡不會隱藏，真情在這裡自然流露，關愛在這裡無限增長，在這裡感受的是一家人的溫暖，這是一家公司嗎？是的，史偉莎是一間像家一樣溫暖的公司！夥伴們帶著滿足又溫暖的心回房休息，相信這個夜晚，夢是甜的，心是暖的。

第三天，出發去台北參加北區的年會。年會主題是「優化人才大舞台，成就共享創未來」，這是一家重視人材、重視員工的公司才會有的主題。大家度過了一個開心歡愉的晚上，互相留下聯絡方法後，依依不捨的話別，彷彿在上演「十八相送」呢！離別不是離散，而是勢力的擴張，為下一次再聚凝結更強大的力量！

撰稿｜上海技術部主管 何玉三



# 學分制推廣比賽得獎感言

當聽到公司宣佈我創作的「學分制」詩歌獲得國內地區第一名時，我感到非常意外和驚喜。在這裡得感謝集團總部為我們提供這個平台，讓我們有啟發潛能的機會。

對於這首詩歌，創作的靈感全憑我對「德、智、體、群、美」的理解而寫成的。以下是我對「學分制」中這五個元素的看法：

**德** 是一個人的基本修養。多讀書是一個不錯的選擇；還有家庭和睦也很重要，古人云：「齊家、治國、平天下。」

**智** 就是智慧，就是你所學到的知識。公司鼓勵我們多學技術，多拿證書，何樂而不為呢？

**體** 俗話說的好，身體是革命的本錢，如果沒有好的身體，做甚麼都是空話。

**群** 是多參與一些群體活動、交流、比賽及義工活動，當看見大家開心的笑容，心裡不由自主地湧起一種感動。還有在公司年會上，當我和同事表演的天鵝舞一上場，所有人都哈哈大笑，我也很開心，儘管表演的不好，但是我把歡樂帶給了大家。

**美** 創作是一種勞動，也是一種享受，特別是我的「學分制」詩歌在上海精英會的修改及完善下，有幸被轉發到國內所有史偉莎地區時，喜悅之情，溢於言表！

集團特設學分制度是讓所有的員工能全方位發展，達致德、智、體、群、美，為此花了不少時間和人力，可見集團對員工的關愛之情。

希望大家能夠積極參與到「學分制」的各項活動當中，人人都能享受「學分制」帶給我們的好處和價值，並樂在其中！

## 學分制得獎詩詞

學分制，真正好，
你追我趕拔高潮。
德 勤讀書，多看報，
個人素質要提高；
尊老愛幼是美德，
一家和睦樂淘淘。
智 教人自學多拿證，
超越自我創新高。
體 工作之餘多運動，
身體健康很重要。
群 慈善活動要參加，
和諧社會風氣好；
公司活動齊參與，
自娛自樂哈哈笑。
美 集思廣益多創作，
身在其中樂逍遙。
史偉莎人多努力，
全面發展最重要！

# 員工

## 我的心得

撰稿｜武漢技術員 張素珍

我來到史偉莎公司工作8個月啦。在這短短幾個月裡，卻讓我感到公司領導對工作的精益求精、不斷創新，對員工的無微不至，讓我感到加入史偉莎是幸運的，能成為公司的一員，我感到無比自豪。

作為一名進入全新工作環境的新員工來說，儘管在過去的工作中積累了一定的工作經驗，但剛進入新公司難免還是有些壓力。為了能讓自己儘快進入工作狀態和適應工作環境，有問題時我會請教主管 — 李淑紅，積極學習工作所需要的各項專業，努力提高自己的服務技能水準。這段時間我學到了很多知識，自己的技能工作水準得到更大的提高，過得非常充實和快樂，再累也是值得。

在這裡，我要感謝這幾個月裡領導的關懷和同事的幫助，儘管相處中也有很多不是很愉快的小插曲。但有了你們無微不至的關懷和不厭其煩的幫助，才使我儘快的適應環境、投入工作。正如我瞭解的那樣，領導是關心每一位員工，給每一個員工足夠的空間來展現自己。

在今後的工作裡，我還會繼續努力，再接再厲。

## 一塊培養

常言道：“不是一家人，不進一家門”。從而，每一天，每一位踏進史偉莎辦公室大門的同事，都是我們史偉莎這個大家庭裡的成員。

我們彼此之間，就像一家人。

到底是什麼力量，能讓我們像家人一樣愉快共處呢？我想，這離不開公司對同事的“尊重、認同、嘉獎、培訓……”，而這也恰恰是我們史偉莎公司的“5”Rs關顧人材理念。毫不誇張地說，史偉莎不只是塊培養人才的地方，它還是一塊沃土！

為何說我們是塊培養人才的沃土呢？這一點我深有感觸。

在我的日常工作中，招聘算得上是家常便飯的事務。曾經，我會以應聘者的過往經歷來斷定他/她是否適合我們的崗位，或者說我會考慮他們是否有足夠經驗（能力）應對我們的工作。

而我的領導卻告訴我，一個人的態度比能力更重要，因為能力(經驗）可以培養，你能遇到這樣有經驗（能力）的應聘者，是好事，也是幸運的事。但我們如果局限於這樣的形式，那是很危險的，因為我們是在等著從“別人”那裡獲得所謂適合我們的“人才”，而我們將會在培養人才的市場上失去“競爭力”。

# 人才的沃土

撰稿｜深圳人力資源及行政部主管　楊雙鳳Shelley

反覆思考了領導的話，是啊，我們必須有培養人才的能力。沒錯，比起“順手招來”的“現成品”，雖然培養人才需要更高的人工成本，但我們有足夠的信心，在這個人力資源市場上，培養出適合我們的“史偉莎人”，造就出一批批對公司忠誠、負責的同事。我們奮戰一線的技術員、技術管理團隊以及內勤中、高層管理團隊，都是“土生土長”的史偉莎人。

我們慶幸史偉莎對人才的重視、培養人才的能力、給予同事平等發展的平台。

最後，讓我們感恩有這塊培養人才的沃土，讓我們快樂地在這塊“互相尊重、得到認同、授予嘉獎、參與培訓、充滿前景、營養豐富”的史偉莎土地中茁壯成長。同時，在這塊沃土上，承載著史偉莎人成為“衛生專家”的夢想。如果您有着同樣的夢想，史偉莎大家庭的大門將時刻為您敞開，熱情地歡迎您的加入。

# 不用攀比

撰稿｜香港物流及業務拓展部經理　楊再謙Roth

中國第一位得到諾貝爾文學獎的得主莫言，曾經這樣寫道：「你羨慕我的自由，我羨慕你的約束；你羨慕我的車，我羨慕你的房；你羨慕我的工作，我羨慕你每天總有休息時間。或許，我們都是遠視眼，總是活在對別人的仰視裡；或許，我們都是近視眼，往往忽略了身邊的幸福。」

人，來到這世上，總會有許多的不如意，也會有許多的不公平；會有許多的失落，也會有許多的羨慕。

你站在橋上看風景，看風景的人在樓上看你。是的，走在生活的風雨旅程中，當你羨慕別人住着高樓大廈時，也許瑟縮在牆角的人，正羨慕你有一座可以遮風的草屋；當你羨慕別人坐在豪華車裡，而失意於自己在地上行走時，也許躺在病床上的人，正羨慕你還可以自由行走.....

人，要學懂知足、感恩，不用攀比。任何時候都用陽光的心態面對生活，這樣，你簡單的生活可能比許多物質的生活，過得更豐盛、更開心、更富足。

# 頌學分制：「粵語朗讀」

撰稿｜廣州技術員 陳玲駒

史偉莎　大家庭，
學分制　獎分明，
閱刊物　增知識，
齊投稿　巧構思，
齊家樂　繡幸福，
義工團　獻愛心，
外課程　自增值，
內培訓　提形象，
運動賽　強身體，
精英會　盡職守，
圓桌會　凝聚力，
出漫畫　顯功底，
年表演　顯才能，
拿幾分　需努力，
有德智　體群美，
奪金冠　無問題。

# 不平凡的工作

撰稿｜香港技術員 駱健康（口述）

我以前在印刷廠工作，工廠搬到中國後失業了。2008年看到招聘廣告到史偉莎應聘，初時以為工作很簡單，但原來好多學問，很多東西要學，很專業的。洗手間深層清潔消毒服務，要逐件潔具洗刷，不能馬虎，否則有尿石，有異味，還要定期添加香精，做完服務後，要潔具光亮，洗手間清香。滅蟲服務要有技術，要學會看老鼠進出路線，出沒地點，要懂得找放藥位置，要處理害蟲源頭。培訓完只學到基本技巧，還要與同事交流，同客人溝通，慢慢累積經驗。

我已在史偉莎工作7年了，我喜歡在這裡工作。只要按公司安排工作單認真完成，不用計較單價，就有穩定收入，照顧家庭。我對公司有信心，大品牌，好多人都認識。食肆職員時常指著我司服務標貼同食客說：「你們放心用餐，我們已使用史偉莎洗手間清潔和滅蟲服務」。公司有很多嘉獎計劃，我連續6年都獲得「優質獎勵計劃」首十名，有獎金又得到公司認同，上台領獎時很開心。兒子知道我得獎，都覺得我了不起，樂意同老師、同學說爸爸在史偉莎做清潔滅蟲師傅。公司又有晉升制度，給同事發展機會，但公司尊重同事的意向，有進取心的同事，公司會給發展機會。我覺得自己未適合升職，公司都尊重，不會勉強我，不會因此忽略我。

滅蟲工作要時常面對新挑戰，不可鬆懈才可幫助客人；今次做完服務，檢查和放藥後，效果理想，但下次可能已繁殖出一堆蟑螂。所以公司按害蟲生態指引，制定每月4次滅蟲服務，確保每星期跟進施放藥餌，控制蟲害，令害蟲不可大量繁殖。

在這裡工作苦樂參半。客人一句讚賞說話，認同我的服務，我會好開心，好有滿足感，亦成為我的推動力。有些客人要求特別高，不諒解，有時都覺得受氣。但公司教導我們不要因為一小部份客人的不認同而打擊信心，仍要以積極心態同客人溝通。如客人問：「你這麼快完成服務，有沒有放藥餌的？」我會回覆客人我已檢查和跟進了的地方，請他告訴我那些地方不妥當，我再處理。因為「顧客第一」，不要和客人爭辯，如問題真的解決不了，我會通知組長或公司，請他們支援和處理。

這份工作很辛苦，但不辛苦又怎賺錢？每日拖着兩個工具箱在街上跑，日曬雨淋，服務時要爬高爬低，但公司準時發工資，工作單量夠，只要敬業樂業，準時開工，做好服務，就有穩定收入。我覺得在史偉莎工作很有意義，有穩定收入，又可以幫助客人解決問題，令店舖乾淨衛生，慢慢地社區都會愈來愈衛生了。

撰稿｜大中華發展及支援中心助理經理 陳巧萍Doris

史偉莎CSR

# 史偉莎慈善基金會有限公司

史偉莎不單會做生意，還會回饋付出，用自己的光和熱，去點燃、照亮、溫暖他人。基於此，香港史偉莎集團始創人於2013年捐資發起並成立了一個獨立的慈善機構 — 史偉莎慈善基金會有限公司（「史偉莎基金會」），秉承救急優先、同時助困的宗旨，堅守「種因忘果」、「先捨後得」的信念，作為史偉莎人遇到不幸時的安全網和保護網，和向社會上因窮困或者疾病而生活艱辛的人士提供援助。透過基金會這平台，啟發史偉莎人的「向善心」，讓我們學習幫助有需要的人，凝聚成一股「善的力量」，讓不幸的人士感受到社會的愛心和關懷。

史偉莎基金會有多個捐款來源：集團定時把部份盈利注入、舉辦各類籌款活動，同時亦接納社會各界人士（包括其他史偉莎人）及團體組織所提供的捐款。集團主席Franco、副主席Dorothy在2015年3月7日以個人名義捐贈港幣一百萬元作為啟動基金，冀能推動更多史偉莎人參與。

史偉莎基金會的始創人 — Franco、Dorothy、中國區域總監Joe、大中華區董事Alvin和Ringo為管理委員會的當然委員，負責推動、監督基金的運作，制定決策及推行各計劃書內容。下設財務委員會和執行委員會，分別負責管理及監督基金的使用和具體執行基金項目。

由創立至今年的6月底，管理委員會已批出了六個項目，合共捐出港幣約三十八萬元，受助對象包括史偉莎人及其家人、弱勢社群、貧困學生和災民等：

- 應急救助了3位員工/員工家人的醫療費用，批出一次性的免息貸款
- 援助視障人士。贊助「環島街跑創光明」活動。透過視障跑手及健視跑手一齊參與跑步接力挑戰，推動傷健共融、互相包容欣賞；並讓視障人士能夠盡快適應轉變帶來的影響，重新投入生活
- 捐助尼泊爾災民。尼泊爾早前發生2次大地震，災情嚴重，基金會透過紅十字會援助災民
- 捐助貧困學生。透過「原來我得架」獎學金，為家庭經濟困難的中學生提供海外升學機會，擺脫跨代貧窮

各地區亦自發進行了多元化的愛心募捐和籌款活動，「有錢出錢，有力出力」，合共籌得接近七萬港元，包括香港的「慈善環保義賣場」和義賣集團限量版手錶、各地年會籌款大使募捐、華南晚會的“三羊開泰”籌款，以及珠海地區開業禮金捐贈等。

感恩史偉莎人可透過基金會這平台攜手行善，希望涓滴成河，讓這股「善的力量」不斷壯大，幫助更多更多有需要的人！

# 蟑螂

# 德國小蠊的防治技術要點

由於社會和自然環境條件的變遷，我國蟑螂侵害日趨嚴重，由沿海向內地、南方向北方及發達地區向不發達地區蔓延擴散。在防治上，八十年代起，由於擬除蟲菊類殺蟲劑長期廣泛不合理應用，導致蟑螂已對它產生了明顯的抗藥性和交互抗性。因此，對蟑螂的防治產生了一定的困難，當中以蜚蠊目姬蠊科的德國小蠊更甚。德國小蠊為優勢種群，它有以下特點：

1. 對各種環境適應性非常強，它們可以從廚房到包房，再到衛生間、地下室，甚至室外也能生存。門縫、地縫、地溝、海報、招貼畫後都會有德國小蠊的出現，這些都是進行防治時比較會容易遺漏疏忽去處理的地方。
2. 借助載體被動攜帶與擴散現象明顯（被動擴散）。食品、貨物流動量大的地方都有這種現象。紙箱和貨架帶有德國小蠊的情況最為明顯。既然防不勝防就必須作預防性處理。
3. 它們有自我保護性擴散現象，越打藥越分散（主動擴散），分佈會更廣泛。
4. 殘存的德國小蠊猶如種子，會悄悄地繁衍。有時候，它們會躲進一些機器設備裡，那麼這些地方在很短的日子後就會變成一個德國小蠊的大本營。
5. 在一個大的空間範圍內滅絕它們比較困難，因為它們習慣東躲西藏。因此，防控面積及範圍必須做得足夠。
6. 周邊環境的影響很明顯，極易交叉感染，如樓上、樓下、隔壁等。有時隔二、三十米遠也能爬進德國小蠊，遠處的德國小蠊會不斷向廚房集聚。
7. 在分佈上它可呈立體空間分佈，查找時易於疏忽與遺漏，尤其是經常滅蟑的場所。德國小蠊會鑽到地溝裡、設備裡和天花板上，不經常翻動的地方總是它們的藏身之所。

在防治德國小蠊時，成敗的關鍵是要注意細節及要到位，有兩點須要留意：一是對縫隙處理是否到位？二是全方位無遺漏的細心處理。而在實際操作中，要點如下：

- 用藥到位：足量、全面、到位（把滅蟑藥放到德國小蠊棲息活動處）、不留死角；
- 長期保留：至少每三個月一定要去除陳藥換新藥；
- 定期監測：最少每月一次是必須的，監測要全面；及
- 不斷進行環境防治：環境要保持清潔、食品要收藏好、堵洞抹縫、翻動堆物及經常清潔機器設備的內部。

整體來說，在餐飲環境下生活的德國小蠊是最難滅絕的，如能堅持以上四點，便可大大減低其繁殖及密度了。

**韓毅**
上海蟲害控制部　營運部經理

進入有害生物防治行業 5 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。

喜愛喜合

# 呵護您的第二張臉 助您養成水嫩玉手

都市人往往只注重臉部護理，而忽略了手部護理。

手部每天都會接觸不同的東西，如鍵盤、電梯按鈕等，很容易沾上細菌，並出現死皮或厚繭。

雙手可稱得上是您的第二張臉！因為日常生活中最常與人接觸的正是它們 — 當您與新客戶、朋友握手時，或與親人、另一半牽手時，若使他們感到不舒服，那可是相當尷尬，甚至會傳染細菌。

想擁有乾淨及嫩滑的雙手，大家可別錯過以下這幾種法寶！

## 洗手液

由於手部經常接觸到細菌，因此保持手部衛生便顯得非常重要。洗手時宜選用抗菌洗手液，或含滋潤成份的抗菌洗手液。如此一來，既可殺滅細菌，又可令雙手保持滋潤幼滑。

## 手部消毒液

如想加強手部清潔亦可使用手部消毒液，尤其是在接觸身體抵抗力較弱的幼兒前、觸摸傷口、進食前，更應使用消毒液搓擦指縫、手背、指尖等部位，並搓揉至雙手乾爽為止。

## 護手霜

洗手後必須塗上護手霜，可保持雙手肌膚柔軟。此外，夜間洗手後塗上護手霜，更可鎖住水分，防止手部肌膚變得乾燥。

**蔣憶爾 Jess**
香港Marketing Executive

撰稿｜上海技術部主管 何玉三

# 《第2份工作》

## 京寶兒

### 主要內容

《第二份工作》講的是職場白領翠貝卡，在第一份工作的公司被收購之後，跳槽到另一家外企、世界五百強公司 — 力德（中國），之後所經歷職場上的酸甜苦辣以及最後翠貝卡在自己的努力下終於成長為一名優秀的職業經理人故事。

### 讀後感

這本書是我所讀過的比較典型的職場小說，看著主人公翠貝卡在工作中一步步的成長，可以給你一副職場路上不斷推深的全景。她靠著自己的勤奮和悟性，艱難且踏實的向前走著。

書中經典的外企叢林生存108條，字字真切，句句經典，沒有現實生活中的親身經歷及磨難是不可能領悟到的。比如：“先對別人有利，才對自己有利”，“當對手讓你越來越生氣的時候，說明他更強大了”，“一份工作並不能改變我們，它只是讓我們更明白自己是什麼人，什麼在自己心中更重要”，“五百強不是單靠幾個天才造就的，而是靠把數以萬計的精英磨圓後，變成平凡的螺絲釘，才確保商業機器的有效運轉”。

在眾多的職場小說中，《第二份工作》可能是最真實的一部，它非常真實的展現了職場中人所承受的壓力、煩惱，甚至是心力交瘁。看完本書之後，可以讓人對自己的工作有更全面的思考：“你希望從工作中獲得什麼？”，“你能為這份工作付出什麼？”.....

如果你對現在的工作失望、厭煩，有可能是你的心態出了問題。環境永遠不會適應你，只有你去適應環境。工作其實就像馬拉松，現在不過才跑了幾圈，後面人人都有衝到前面的機會。

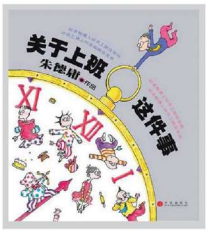
撰稿｜廣州地區總經理 馬貴琴Anita

# 《關於上班這件事》

## 朱德庸

### 主要內容

作者自小患有自閉症，在團隊中總是那個被排擠孤立的人，長大後，自閉反而讓他和別人保持距離。由於他只能待在圖像世界裡用畫筆和外界單向溝通，這讓他能堅持走出一條自己的路，最終成為一個漫畫家和一個人性的旁觀者，使他能更清楚地看到別人和自己的問題。




### 讀後感

我為何會選擇這本書？因為我希望利用這本漫畫書來帶動廣州同事的閱讀興趣。“由淺入深”，不太強調學術性，令他們不會害怕或討厭閱讀，從而發掘到閱讀的樂趣。我也希望這個閱讀報告能成為一個“樣板”，告訴他們拿個“分值”，其實不難，只要由心歡喜“閱讀”，享受它帶來的感覺和趣味。

不同的人看這本書，都會對某個章節感到共鳴，我希望把這本書在廣州史偉莎中傳閱，讓每位同事都因“閱讀”而開始參與“學分制”，並提交讀後感取分值，讓這個閱讀氛圍一直推廣，成為“好習慣”。

### 後語

好喜歡作者於每個章節的左右側，附上一些“金句”，頗惹人發笑，例如：

有能力的人努力工作，無能力的人假裝工作

若不要求效率，則所有業務會無限期延遲

所謂創意，就是你老闆同意你做夢

貴的電腦出問題，往往出在該電腦最貴的部分

# 管理者不要做獄卒

我認識一家公司，最近陷入了管理危機，導火線卻是一件尋常不過的事。

某一天，該公司一名董事在九時許返回公司，他在電梯裡碰到兩名遲到的員工。這名董事覺得不妥，於是開始注意員工的上班情況，他發現每天都有人遲到，但各部門主管沒有加以處理。董事召見了人事部經理，強烈要求她實施「打卡」制度，準確記錄員工的上下班時間，以圖驅使員工準時上班。

人事部的工作效率一流，在一周內設置了打卡鐘，並且頒佈了打卡指引，同時推行遲到罰款辦法，完全滿足了董事的要求。

實施新制度之後，董事親自往人事部檢查記錄。他發現一個月內完全沒有員工遲到早退，他心中有些懷疑，於是明查暗訪。一經調查，他發現了令他更加吃驚的事。原來員工已經組成「打卡合作社」，大家合作互相照應，只是表面上滿足公司的要求。

董事大怒，他嚴厲地訓斥了人事部經理，並且要求人事部派專人輪班，每天早上站在打卡鐘旁邊，看著員工逐個打卡！事情發展至此，員工感覺自己越來越像囚犯，人事部職員變成了獄卒，不少人開始埋怨公司不近人情，士氣逐漸滑落。有些員工在明知自己會遲到的時候，寧願借故申請事假或病假半天，也不願被公司罰款，人人心中形成了消極的對抗心態。

事情鬧僵了，皆因董事急於求成，採用了高壓的行政手段，試圖以政策指令來強逼員工就範，而沒有了解員工的心態和心情。我同意管理者要執行紀律，但同時要尊重員工，不能因為高層人員的一時喜惡而忽略為政策做醞釀功夫，到頭來連累了人事部變成了獄卒，也犧牲了長久建立的互信基礎。

其實，端正紀律的最佳方法莫過於以身作則。這名董事自己經常遲到，他卻要求別人準時，惟有採用高壓手段，反而催生了集體欺騙公司的副作用，實在是得不償失，正是「撿了芝麻但丟了西瓜」！

儒家思想的「為仁由己」，是教導管理者在推動事情前，先要求好自己，若自己辦到了，員工跟在後面會心服口服，抗拒之情不會那麼容易衍生，團隊士氣才得以長期維繫。

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**

以上內容不代表本集團立場

「贏」銷01與1

# 高效營銷的「5I法則」

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)。今期先介紹其中的2I：

## 「息息相關」(Interrelation)

要令品牌或產品的訊息牢牢印在消費者的腦海中，必須令品牌與產品的概念及特色有緊密的「關聯性」(relevance)，好讓受眾能對產品留下深刻的印象，從而建立一個強而有力的品牌形象，這是營銷成功的重要元素之一。消費者對產品的「第一印象」— (first impression)是非常重要和持久的，所以在打造品牌時，必需要留意如何將產品和公司的概念連結起來。品牌的形象必須要鮮明，亦要與其產品的性質符合，才能打造出令消費者有深刻印象的成功品牌。至於模糊的品牌形象會大大削弱品牌的競爭力，因大眾在未了解品牌或產品之情況下，決不會貿貿然作出購買的行動。因此，一個強大的品牌形象是企業在營銷策略中不可缺少的元素。

在成功建立了一個與企業的產品有緊密連繫的品牌形象後，還需要考慮如何將這品牌形象透過各類型的營銷渠道作出推廣。隨著互聯網的科技日趨成熟，社交媒體用於建立和提升消費者對品牌注視是非常重要的一環。如何能透過社交媒體將現實與虛擬相互連結，借助社交媒體來提升營業額才是通盤市場營銷策略的重點。因此，除了「產品與品牌」之間要有緊密的連繫外，在策劃社交媒體上的營銷活動時亦需留意活動的設計，必須與產品的概念、品牌及企業的形象擁有共同的「關聯性」，才能令消費者在過程中，在不知不覺下對產品留下深刻的印象。

例如，海洋公園去年首次推出優先預約App(應用程式)「哈囉喂預訂通行證」，遊人在入場當天，透過海洋公園App輸入簡單的資料，系統便會為遊人及最多四位朋友，安排最多五項遊戲及景點入場時間，節省更多時間遊玩其他景點。

## 「資趣並重」 (Infotainment)

將產品、品牌和營銷活動的方針妥善地整合後，便需要積極地針對消費者的需要和特質為他們度身訂造一連串的營銷策略，當中需要融合資訊性和趣味性，兩者皆不可偏廢。只顧將事前所定下的資訊「平鋪直敘」地傳遞給消費者這做法，並不能引起他們的注意。現今的消費者絕不會對沉悶和冗長瑣碎的廣告或營銷活動感到興趣，必須加上趣味性的點子，才能大幅提升消費者對產品和品牌的記憶。這個記憶對於消費者的購買意向是有著重大的影響力的。因此，企業在營銷策劃上必須考慮如何以趣味性的手法將產品的賣點和獨特性傳遞給消費者，令他們對品牌和產品留下深刻的印象，繼而引起他們購買其產品的意欲，只有這樣，才能真正成功地帶動消費。

通過引入特定的訊息與有趣的想法，能有效地提高病毒式傳播的作用。隨著市場環境改變，消費者的行為和想法亦會隨之而改變。現在的消費者絕對不會盡信任何廣告上的資訊，他們經常會到互聯網上研究各樣相關的產品，平衡各樣產品的價格、質素、網路上的評價和其他消費者的用後感等，尋找出他們最心儀、合適的產品。同時在購買過程完成後，他們還會進一步透過互聯網上的各類型社交網絡，將心得予親友和網上的陌生人分享。在這互聯網興盛的時代，整個消費的過程中，社交網站演化為消費經驗分享的重要渠道，對品牌和產品的「口碑」產生了莫大影響力。

日本東京Sunshine水族館創新的手機應用是「資趣並重」的一個經典例子。在東京這種國際城市，有太多的東西吸引路人的注意，如何才能吸引路人關注Sunshine水族館呢？代理公司博報堂為水族館開發了一款結合AR增強現實技術+GPS位置定位技術的App，使用者在東京的任何一地點打開App，就會有水族館可愛的企鵝為使用者做導航，指引使用者到水族館參觀，讓無聊的地圖導航變成有趣可愛的應用。(下期再續)

香港市務學會（署理）主席及Neo Derm 策略發展總監。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(二)

上次提到虛實的基本概念，就是人體的運作，需要不同的資源，如氣與血、水液與熱能，每項資源都需要合適水平，互相配合，過多或過少，都可引起身體失衡而不適。

氣，是推動水液與血液的動力之一。若果氣不足則動力也不足，水液就會失去推動力而停留於臟腑之間，形成相關疾病。如果水液停留在腎，可引致雙足水腫；停在腸，令大便泄瀉等等。氣不足亦使血液相繼運行不暢，形成血瘀。心臟血瘀，可漸成心臟病，後果可大可小；血瘀於腦，可引致血栓而中風。

氣，有先天與後天之分。先天氣源自胚胎於母體生成時，是與生俱來，藏於臟腑，其主要作用是負責臟腑自身內在的維護及調節。後天氣來自脾胃對食物的吸收，是推動臟腑基本功能不可缺少的能量。

後天氣之消耗，如果未能於食物中得到足夠的補充，又或者受到某種原因的破壞而有所不足，在此情況下，臟腑先天氣將被轉為後天氣以維持身體正常運作。長久下去，先天氣日漸減少，臟腑功能減退，導致多種疾病。這就是一般人所稱的「透支」，可令人縮短壽命的原因。

既然氣是如此重要，而每天身體都在消耗，如何補充？中國人的米飯，正是氣的來源。米飯進入脾胃，經過消化，成為胃氣，再輸往各臟腑，進入水液與血液，發揮臟腑的功能。其它食物，如：大麥、小麥、小米等，也含有大量補氣成份。

食物既可以補氣，亦可以將氣散失。檸檬被稱為養生與美容的食品之一，既可以消脂，又可以抗腫瘤，檸檬水更是部份女士們每日必需飲品。檸檬對身體的好處，是經過科學的檢驗，然而，從以哲學為基礎的中醫理論角度，就有不同看法。在中醫臨床搜集得來的資料證實，檸檬具有較強散性，而且性涼，藥力偏入於脾胃、大腸。筆者多年前，曾作一個實驗，每天飲熱檸檬水2杯，連續七天。結果發現，由第三天開始，脾胃脈跳動力度轉弱，大便變得軟散，逐漸不成條狀，至第六天，大便泄瀉，脾胃脈無力。出現如此情況，筆者的脾胃先天不足固然是一個重要因素，但是脈無力也是重要的證據，足以證明脾胃中所藏的氣，受到檸檬的散力衝擊，逐漸散失，以致脾胃脈搏動無力，繼而令大腸的水液因為流動緩慢、積聚過多而泄瀉，檸檬對脾胃的傷害無可置疑。

對於脾胃素弱的婦女，在懷孕初期，飲用檸檬水，尤為大忌。胎兒的成長，必需依賴母體從脾胃所吸收的營養，如果脾胃氣受到檸檬的散性所破壞，使消化與吸收能力下降，營養不足以供養胎兒，最後引致小產，臨床上屢見不鮮。

檸檬對身體，雖然有多方面好處，但是不正確使用，結果可能是「得不償失」。

**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。

以上內容不代表本集團立場

# 頸椎疾患

最近忙於翻查病人資料，希望為我的診所設立一個簡單的資料庫，以便統計及分析病人的疾病資料。忽然驚覺原來患有頸椎疾患的病人佔診所整體病人差不多三成；而最年輕的頸椎病病人只有十四歲！其實頸椎病年輕化並不是什麼新鮮事，只不過現在自己已為人父親，便對此趨勢多加一點關心。

頸椎病的常見徵狀除了頸痛外，更可引致肩膀疼痛，及頻密的頭痛。如果頸椎神經受到擠壓或刺激，亦可能引致上肢及手指有放射性的痲木或疼痛。如果頸部組織有急性發炎，頸痛很多時會在半夜突然發作，嚴重影響睡眠質素。個別頸椎病人亦會有嘔心或眼後位置疼痛的感覺。

當發現自己患上頸椎病時，大部份病人的第一個反應便是購買一個新的枕頭。但經驗告訴我，大部份病人在使用新枕頭的起初數週，肩頸痛確實有改善的跡象。但數星期後，肩頸痛卻一下子打回原形，病人至此才發現原來枕頭並不是致病原兇。

其實最常見引致頸椎疾病的原因就是不良的坐姿。什麼是不良坐姿？你只要記憶一下，其實不良坐姿在辦公室很常見：頭部向前突出，雙肩向上聳起並繃緊，上背向前彎曲做成寒背(駝背)。此外，缺少運動以致上背及肩胛肌肉乏力亦是常見的頸痛成因。一般來說，曾遇上交通意外而扭傷頸椎，長期在精神壓力下工作，工作上需要上肢體力勞動的人士，則較容易患上肩頸肌肉勞損。

隨著近年智能電話及平板電腦的普及使用，我發現有愈來愈多病人因長期使用這些科技產品而患上頸椎病。每當我坐地鐵時，一定會發現很多很多人低著頭、曲著背，埋首於Facebook、Whatsapp、QQ、微信及網上世界。我相信他們當中大部份人都將會患上不同程度的頸椎病。

更令我不解的是，現在有愈來愈多學校鼓勵或要求學生攜帶手提電腦上學，放學後又要使用手提電腦溫習，做功課並上載給老師。在此我想說，現今的學生，除了要帶大量課本上課，更要帶體育堂的衫褲波鞋，興趣班的樂器，現在又要加上很重的手提電腦，這對幼小的學童確實是一個額外又不必要的頸肩負荷。

**謝詩聰 Albert**
澳洲香港註冊物理治療師
www.bethesda.com.hk

以上內容不代表本集團立場

# 帝王之學的第二回

在伏羲的時代已統一了「帝王之學之連山易」的基本思想及八卦的生息關係。第一先從戊己說起，戊為坎之精代表中男，己為離之華代表中女；戊己是代表人生到青壯年精氣十足的時候，這也是後天八卦中只有坎離相對有媒證，到了婚育年齡才可成交媾生育的夫婦關係，其餘則都是生息時段或親屬關係的代表。

他（她）（戊己）們就開始生兒育女，如生男為少男艮卦，生女為少女兑卦，艮言也、兑說也，就是人在出生後不論男孩兒、女孩兒都要教他們說話言語。先談男孩到八歲、女孩到七歲他們的語言表達已經流利而成熟了。

現在再論坎卦的作用，坎卦的誥詞是“坎習也，無不習，有孚，利艱貞”。“坎習也”很明顯，就是要學習，“無不習”是講凡是可以學習的東西都在學習；根據當時的社會生存需要，你要學習社會中一切有利於生活生存可能掌握的知識與技能，文、武、藝、技等等。

“有孚”這二字的原意是指老母雞孵化小雞的一種表現，每天堅持不懈，努力向上，持之以恆，信心百倍，才能完成或達到學習的最終目的，亦叫“有孚”，小雞兒終於破殼而孵化成功。

“利艱貞”是說明想學會某一種技藝和學問都不是一件容易的事，堅貞的意思有堅持不懈、長時間的一貫的堅持下去，受了很多辛苦、艱難和漫長的時間才能達到學習目的。關於八個卦，先把它的生息關係瞭解明瞭，既承上文的人生中從幼小、中、壯、老死，四大生命環節說說：從坎習、無不習後，十年寒窗，不論從文從武都要到震的中宮，也就是京城皇家的代表“戊己”、帝王設立的科舉處去大比；比的成績好的文武等、則被錄用叫升官，可以成為官方的人現叫“公務員”，故震誥詞第一句叫“雷履”，如不中就回家再學習，或放棄學業，從事農活，學去種田了。

坎卦的“坎”字為“土”“欠”分開，土可成坎而聚水，故為坎之水也。土旁欠字為小門中一個人，就是在農耕中你有了土地為地主員外，也可以實現坎習的目的，變成有錢的莊園主；如果你家原本就是地主富戶則也可以學習武藝而不去求取功名，可教授徒弟學習、學習、再學習；再者你什麼也沒有得到，又不想再辛苦了，一轉身就跑到艮山去為寇、為匪、為賊等。〔下回再續〕

2015年7月1日草於香港

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**

以上內容不代表本集團立場

# 中富有

2014年1月
- 塔塔汽車總經理 Carl Slym 自殺身亡；
- 德意志銀行前資深經理William Bill Broeksmit 因當局對他任內決策作調查，不堪壓力，自殺身亡；
- JP Morgan 副總裁 Gabriel Magee 跳樓自殺；

2014年2月
- 美國產權服務公司執行長Richard Talley 利用釘槍自殺；
- JP Morgan外匯銷售員Edmund Reilly自殺身亡；

2014年3月
- First Meta(比特幣交易平台) 執行長Autumn Radtke 自殺身亡；
- JP Morgan前分析師Kenneth Mellandro跳樓自殺；

2014年4月
- PNC Bank商業銀行部協理副總裁 Andrew Jarzyk 失蹤

上面列舉了去年一些美國大企業的高管人員自殺事件，只要仔細一看，不難發現這些人有三個共通的特點：

第一，他們都是金融才俊和企業的執行官。可以推斷，他們的財富極其豐厚，很難想像竟然會走上自殺的不歸路。事實上，沒有人是會認為自己的財富過多的，就算是富可敵國的李嘉誠也希望透過持續發展生意王國賺取更多的錢，何況這些高管的生活和我們這些平民百姓是不同的，他們買一個高爾夫球球會會籍可能已經花上了上千萬港元，飼養馬匹又可能數千萬元，在他們眼中很可能認為自己手上的錢還未夠多，可以再多、再多。

第二，那些自殺的高管大部分都是經歷著巨大的工作壓力，甚至因圖謀私利而面對著調查或起訴，結果不堪壓力而了結生命。

第三，他們都甚為年青，無論在工作和人生都時值光輝歲月。

我們不禁想：「為了工作，賠上性命，是否值得呢？」諷刺的是有人為了追逐無窮財富而承擔巨大的工作及情緒壓力，走上不歸路；有人卻甘願減薪93%，為他人謀求幸福。我沒有寫錯，的確是減薪93%，這人就是美國一家處理信用咭支持公司Gravity Payments的創辦人兼總裁Dan Price，他今年才三十歲。

和上面提到那些金融才俊不同的是，Dan Price近日向員工宣布，自行降低百萬美元年薪至七萬，而將省回來的金錢作為員工加薪之用，加上大幅度地與員工分享盈利成果，在未來三年，公司同事的基本年薪將會調高至七萬美元。

有人不禁問：「這位老闆太瘋狂了吧？」原來，Dan Price這樣做是受一項研究啟發的，他看到普林斯頓大學教授在2010年一項研究，發現7.5萬美元年薪是人們感到「情緒幸福」的最佳指標。Dan Price年薪百萬元，減薪93%對他的生活即使不會有太大影響，但也需要很大的勇氣，足證在他心中不單只有利已還有利他的觀念。是的，這政策能讓公司逾一半的同事立即加薪超過一倍，難怪同事都笑逐顏開，非常敬重他。

我想，人生富足，財富是重要一環，但決不是最重要的。親情，友情，愛情，心靈富足更為重要。如果我們每天都只是想著賺更多的錢，我們衡量任何事情都會用金錢來量化，最終只會成為金錢的奴隸。然而，錢是要賺的，但賺了錢，就要學懂用錢。起初我們可能會買盡所有心儀的東西，改善生活質素，但到了某程度，我們就要想想，怎樣能夠利用財富讓我們人生更有意義、更有幸福感？Dan Price是其中一個好例子，利用坐享的財富及權位，幫助「近鄰」(員工) 讓他們工作得更有尊嚴和快樂，他的幸福感其實不會比員工低；他所得到的快樂也遠比用來購買東西滿足自己的物慾更高。若你能參透箇中道理，恭喜你，你已經真正成為財富的主人，不再作「財奴」。最後贈言，賺錢的底線是：「人若賺得全世界，賠上自己的生命，有什麼益處呢？人還能拿什麼換生命呢？」（馬太福音16:26 ）。人生要追求的是：無論有錢沒錢，都要心中富有，享受和珍惜上帝給我們的所有，全情投入生活工作，自得其樂。

**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。

以上內容不代表本集團立場

praisage 我讚!
Your Appreciation Partner

**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」。

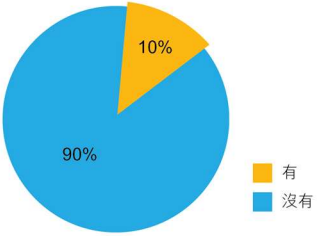
# 《我讚! 焦點》

我讚！自2012年成立以來，接受市民對不同服務行業的讚賞，至今已累積超過一千宗讚賞故事，其中以餐飲（295宗）、零售（183宗）以及交通（107宗），分別佔前三位。

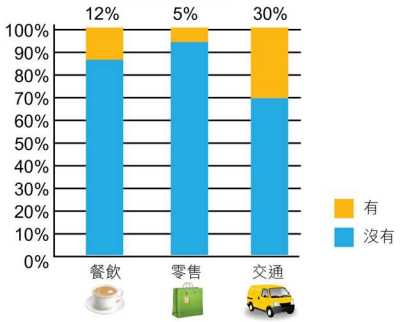
## 機構欠缺清晰讚賞途徑

為深入了解這三大行業設立清晰讚賞途徑之現況，我讚！進行問卷及實地調查，發現只有11家機構設有清晰的讚賞途徑。以上機構所使用的清晰讚賞途徑，包括：網上表格、電郵、電話熱線及傳真，所收集意見的途徑，必須列明對員工「嘉許」、「讚賞」或「表揚」。

設有清晰讚賞途徑




以下是設有清晰讚賞途徑的機構之行業分佈：
設有清晰讚賞途徑




若就以上調查結果與去年我讚！委託香港浸會大學的調查作對比：

「900位受訪者（大眾市民）中，逾七成表示即使想提出讚賞，因沒有清晰途徑而沒有表達心意。令人鼓舞的是，近六成人表示若有方便的讚賞途徑，會增加他們讚賞別人的意欲。」

那麼，被調查的機構（90%），豈不是白白失去了超過60% 顧客們的「正面評價」？

## 增讚賞途徑 轉守為攻

曾有前線主管向我們表示：「客人讚一句，尤勝我讚十句！」讀者是否也有同感？過去機構透過設立投訴熱線、意見書或網上意見表等，以防守性思維，希望從顧客的意見，來持續優化服務。可是，這些意見收集下來[包括很多是「填格仔」(封閉式答問表)的量化式反饋]，對提升服務縱然有幫助，但對員工士氣、向心力及凝聚力，難有正面的推動力量！

過去很多調查已經顯示，要令人有動力持續地改進，正面、鼓勵性的說話，比負面、批評性的意見來得有效。從顧客願意表達正面評價（讚賞）的趨勢看，機構是時候轉化思維，轉守為攻，透過增設簡便的讚賞途徑，來收集員工做得好之「大數據」，讓不論是服務質素、員工向心力與自信及跟顧客之關係，於正面、愉悅的氣氛中提升！

# 《讚人熱淚》

「在此衷心感謝史偉莎的振強及Dissy，與他們合作一直都給我好安心的感覺，無論發生任何害蟲問題，他們對我司的緊張性真是不會少於我。有著您多麼美！」經營食肆生意的陳女士於「我讚！」分享了她對史偉莎團隊們的真誠讚賞。

「進入公司八年多，一直都是用心工作，沒想過會得到客人的讚賞呢.....真是好開心呀！」遇到我們驚喜送讚，振強表現得十分雀躍。

「讚賞是.....推動力，肯定自己在公司的存在」擔任營業顧問約四年的Dissy，臉上掛著燦爛的笑容，寫下獲讚後的感受。

**讚賞錦囊**

陳女士的讚賞內容不但十分具體，而且亦把焦點放在被讚員工的「努力過程」，而非只是「結果」，這大大提昇了讚賞的力量，同時令對方更了解自己的優點，成為日後持續進步的寶貴動力。

掃描欣賞振強與Dissy獲讚的具體內容！

史偉莎管理團隊Franco與Dorothy一起與振強及Dissy分享讚賞的喜悅！

獲得客人的真誠讚賞，是一份鼓舞及動力。

# 《讚筆絕口》

「怎樣去讚賞學生，才可以令他們不驕傲呢？」這是很多老師，以至家長，希望了解的問題。

其實，無論是成人跟小孩，也希望獲得別人的認同與欣賞。可是，我們往往用錯了讚賞的方式，令讚賞的話變得形式化，沒有走進對方的心，甚或造成反效果。

舉例說，孩子考試取得一百分，如果用：「你真捧、你真聰明」這些空泛的讚美，只會引導孩子向分數看、向成績看，所能收到的效果將是短暫而不會產生長遠的作用。

**多用具體的詞彙**

不妨嘗試對孩子這樣說：「你取得100分，反映出你上課的時候很專心，有認真地把問題看清楚才作回答，這成績代表你真正了解老師所講的，我好替你開心！你呢？有什麼感受可以跟我分享啊？」

表達讚美的時候，可多用專心、努力、認真、自律、負責任、守信用.....等詞彙，讓孩子透過這些比較具體的用詞，來培養正確觀念，並讓他了解自己的優點，令他知道好成績是他背後努力的成果。讚美完之後，再用心聆聽他的分享，從中再肯定他的努力。

老師們正在透過實況演練，學習讚賞的心態與技巧。



以上內容不代表本集團立場

## 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

## 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
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號棟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

LBS Group 史偉莎集團
lbsgroupbk
史偉莎 LBS Group
www.facebook.com/lbsgp