

新知灼見 \ page 12-13

齊心抗疫 為社會出一分力

360 史偉莎

issue 10 \ 04.2020



保障健康 · 潔淨世界

www.lbsgroup.com.tw

目錄

360° 史偉莎

issue

10

04.2020

編輯

香港高級市場推廣主任
何廣聰 Kenny

香港市場部推廣助理
鄧芷筠 Fion

美術

THEDO

發 行 量 25,510本

繁體 香港印刷 12,150本
台灣印刷 4,000本

簡體 香港印刷 9,360本

- | | | | |
|----|---------|----|--------|
| 01 | 主席交心 | 26 | 史偉莎CSR |
| 02 | 集團理念 | 28 | 蟲蟲特攻 |
| 03 | 集團品牌 | 29 | 吾愛吾家 |
| 04 | 夥伴第一 | 30 | 與文成長 |
| 06 | 追蹤史偉莎 | 31 | 管理心法 |
| 11 | 圓來如此 | 32 | 易蘆醫話 |
| 12 | 新知灼見 | 33 | 治療自療 |
| 14 | 成功秘笈 | 34 | 西方學說 |
| 18 | 人材”5”Rs | 35 | 知明信行 |
| 20 | 員工見地 | 36 | 心中有富 |
| 25 | 由心出發 | 37 | 滴水感悟 |

主席交心



史偉莎集團主席

林浩宏 Franco

新型冠狀病毒肺炎疫情為史偉莎在經營上帶來史無前例的衝擊，但我慶幸我們史偉莎人遇上這個挑戰！

這個疫情對各行各業帶來巨大的衝擊。在內地由於需要作出封城的措施，基本上在二月份大部份經濟活動都進入了停頓狀態，史偉莎當然也難獨善其身，生意是斷崖式下跌及錄得了重大虧損；在香港，大量零售、餐飲客戶暫停營業或結業，服務取消率更是前所未有。

在我執筆的時候，歐美感染人數正大幅增加，社區何時能回復正常仍是完全不確定，這次疫情對經濟的影響都比2003年沙士更廣、更深、更長。

雖然我們正面對著這個重大挑戰，但只要我們能夠看清局勢、保持冷靜、正面、樂觀，這將會是我們史偉莎的發展能再上一個台階的契機。

這個時間是讓我們看清楚公司的商業模式是否能長遠發展？公司一向的經營和財務結構是否穩健？如果一間公司在今次疫情中沒頂，好大機會是本身的結構有問題和積弱，疫情只是催化劑而已。

在這困難時候也是考證公司能否做到平時所提倡的理念、使命，是否知行合一。這更是一個絕佳機會團結團隊、鍛練團隊。這次客戶的流失、生意的困難使我們更懂珍惜，真正明白「珍愛待客」的理念。

我們能預見人們在衛生意識及要求將會大大提高，史偉莎作為一間全面衛生方案提供的企業，未來的商機和發展空間肯定會更大，我們的工作會更受認同和尊重，每位史偉莎人會更明白每天的工作意義和價值，我們將活得更驕傲、更快樂！

不要為眼前的挫折而失去事業的盼望，保持樂觀，專注在自己可控的事情，任何黑暗的隧道都總會有出口。此事過後，將成為我們事業故事精彩的一頁。



史偉莎集團副主席

林卓儀 Dorothy

2020年的春節，絕對是特別而難忘的，大家取消了探親訪友和外出聚會，皆因在年前爆發了新冠肺炎，並且迅速傳播，令百姓人心惶惶，令很多行業亦踏入了嚴冬！

2003年非典肆虐人們的情景，我依然歷歷在目！當時的史偉莎創業不久，規模不大，卻面臨著當時的主力客戶——餐飲業的結業潮。面對那麼嚴峻的情況，大家著實擔心公司是否可以捱得過去呢……最終，公司同事上下一條心，共同度過難關。

17年後，突發的新型冠狀病毒來勢洶洶地爆發了。就

像當年一樣，我相信疫情終將逝去，亦深信否極泰來。曾經的非典教育了市場衛生和消毒的重要性。人們不再像以往那樣眼不見便不以為意，在疫情面前大眾又一次對個人和社區的衛生管理意識有了提升，對衛生消毒的要求也提高了，這些有助於公司長遠的發展和擴充。最近一些前線同事向我表達過今次疫情的出現，令他們更清楚知道做清潔和滅蟲對社會環境的作用，更感覺到自己每出一分力是多麼的有意義！

21年前，我們創立了服務大眾、保護環境的衛生管理行業，以提供衛生消毒服務。回顧公司發展的歷程，通過訂立堅定的使命、核心價值和正確的目標，依靠所有集團同人的努力，公司才能持續發展至今日的成績！依靠這個具體明確的核心價值「顧客第一」和「提升社區衛生意識及水平」的使命，繼續鼓勵大家熱忱積極地參與每項工作，切切實實地體會到「保障健康・潔淨世界」！



我們已設立主席信箱，歡迎各史偉莎人透過電郵 (chairman@lbsgroup.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。



集團理念

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、使命及宗旨、基石原則及獨得的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
- 先捨而後得
- 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

- 成為衛生行業國際領導者

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
- 超越客人的期望

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質素

集團品牌



lbsgroup.hk



史偉莎 LBS Group



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兩岸四地及東南亞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

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、化糞池、沙井及污水處理服務，更提供紙類及垃圾袋、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 Services

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



BioCycle 生機源

全港首間蟲害管理公司獲得ISO14001和ISO9001國際認證，使用獨家擁有的保而剋®環保滅蟲產品；亦是心居康™白蟻族群滅治系統在香港首席授權營運商，為高端客戶提供安全、環保、專業和個人化的蟲害及白蟻管理服務



BioKill 保而剋

保而剋®的滅蟲產品採用瑞士配方生產，具有預防作用，對人類及溫血科動物安全，並且已獲得香港漁農自然護理署豁免“毒藥”標籤，是天然降解及環保的滅蟲產品



BioCycle

Air Conditioner Energizing Service 生機源空調潔淨服務

採用由澳洲 HydroKleen 創新技術及設備，已獲得澳洲國家哮喘協會認可。提供空調系統的潔淨、消毒及保養等服務，經潔淨後，空調內的污垢及微生物幾乎可清除，同時減少害蟲滋生，讓您擁有清新健康的空氣



HKWS 香港潔淨水

香港最具規模專業濾水產品及水質管理服務公司之一，為多個美韓水質管理品牌中港澳地區獨家總代理，專門銷售及批發優質濾水產品，並提供潔淨水管服務，採用專利施工方法為香港住宅、商業及政府部門提供專業清洗水管服務



Renaud Air 蔚諾空氣

提供市場上最先進的空氣淨化產品，讓客戶免受室內污染物、雜質及過敏原的危害，更提供有限終身保修及最佳的客戶服務

夥伴第一



用心及熱誠待客 才是服務的真諦

香港國際機場是全球最繁忙的機場之一，根據香港機場管理局數字指出，2019年香港國際機場客運量達7千多萬人次，貨運及航空郵件高達480萬公噸。飛機升降除了涉及機師、航空交通管制塔以及一眾機組及維修人員等協作之外，航空燃油的提供亦是不可劃缺的一環。今次很榮幸邀請到易高航空燃料服務有限公司廠房維修主管劉志民先生(Alvin)，跟我們分享一下航空燃油的處理，以及與我們公司合作上的感受。

每一秒都要做好自己

要成功地在別人心裡留下印象，並非一朝一刻或者只靠三言兩語就能做到。Alvin回想起2018年，當他使用某大型商場或連鎖食肆的洗手間時，發現貼有史偉莎服務標貼的洗手間的衛生質素都不俗，與他一般認為香港洗手間衛生惡劣的情況大為不同。Alvin續說：「就如跳舞比賽一樣，多人同時在舞池裡競賽，你永遠不知道評審何時會留意著你的表現，所以必須每一秒都做好，才會有機會被人發現。」

初次接觸感到史偉莎的熱誠

當Alvin面對清洗水井的服務時，記起史偉莎這個品牌，於是聯絡我們了解能否提供符合他所需的服務。透過我們的助理經理司徒師傅隊伍與Alvin接觸，而他表明服務質素比價錢重要。當時司徒師傅很用心溝通，了解及詢問各項細節，就是這樣讓Alvin信心增強，覺得史偉莎的管理質素應該蠻不錯，因為連前線人員都能表現出公司的使命與願景，實現上傳下達的管理系統。



夥伴第一

對自己的要求高，所以更要求合作夥伴能提供高質素服務

易高航空燃料服務有限公司主要提供JET-A接收，存儲及質量監控相關的服務，服務客戶主要香港機場及Joint Inspection Group (JIG)等等，提供燃油給飛機使用，履行多項國際標準嚴格管理及記錄進行品質控制，以免出現嚴重事故。因此，Alvin認為選擇合作夥伴更著重的是「性價比」，而因為早前所提供的清洗水井服務得到他的信心，所以Alvin在2019年年終再次找我們處理油缸10年大檢中的清洗油缸工程。



Alvin表示過往的公司做清洗油缸工程時，是用傳統方法清潔，需要3-4天才能完清洗，因此一直尋找創新方法以縮短時間，如果能夠的做到，就可以減輕公司因項目工作時間有限的壓力。最後，史偉莎透過使用可調控水壓水機進行清洗，整個清洗油缸工程因而縮減至只需要2天，這不但解決上述提及工作時間有限的問題，也大大幫他們解決因油缸停止運作衍生的問題。

雖然本身我們並未做過清洗油缸工程的，但Alvin亦願意嘗試合作，所以我們的環保服務經理楊先生就帶同多個技術員去溝通與協調，他非常欣賞我們認真的學習及研究態度。



展望將來，逐步加強合作

經過以上不同服務的合作，Alvin表示對我們的服務非常充滿信心，亦認為當我們繼續累積提升經驗，應該會有更多的合作機會，所以現在大部分的清洗水井服務都已交由我們公司處理。

後記

小編本身對易高從事的油燃油儲存庫這行業不太熟悉，但經過Alvin深入淺出的介紹，讓我對這行業的認知增進不少。而從這次訪問更令我相信認真、投入去做事，可以無需言語也能讓客戶感受到「專業」的實際意思。



注：鳴謝易高航空燃料服務有限公司接受360°史偉莎訪問

追蹤史偉莎



2019史偉莎集團亞太區遊學營

2019年11月於深圳所舉辦的史偉莎集團亞太區遊學營已順利完成。這個集結各地區精英及管理團隊的活動，目的是為了拉近彼此之間的距離，透過不同導師的訓練及活動，加強大家的相互溝通及協作力。另外亦強化大家與集團的發展方向及理念的一致，共同面對市場、客戶以及大環境的變化，不忘初心，繼續向「保障健康・潔淨世界」的目標進發。

本次遊學營我們很榮幸能邀請到鄭柏禮Paul Sir成為我們的主要導師，分享管理上以及人與人之間合作上的心得。Paul Sir不但透過深入淺出的資訊去教導，還透過別出心裁的活動去令人深刻體會箇中道理：



追蹤史偉莎



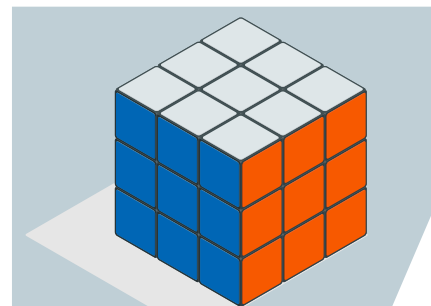
握拳舉手示意大家討論完畢後安靜

大家都透過這簡單的訊號，相互提點，這好比工作中沉醉於某些事情時，有時候很需要別人去提醒一下，回到正軌一樣



花開富貴

這需要團隊合作，互相信任的活動，就像看似很困難的事情，只要成員互信、分擔，都可以克服挑戰的



蒙眼完成8面的扭計骰

睜開眼睛來完成8面扭計骰已經不容易，更何況是蒙起來的，這告訴我們不去嘗試，又怎樣會知道結果呢？

以下是一些參與了精彩的遊學營後的分享：

今年的主題是「珍愛待客戶，不忘初心」。當我們的工作是日復一日地進行時，我們是否能夠保持我們的初心，待客如一呢？集團主席分享中一直提及一個重點「不要忘記我們的3“5”理念重要的一點，顧客永遠應放在第一位」，我們的一切出發點都必須以客戶致上。

廣州地區副總經理 李花美

我最大的感觸就是當一個人感染身邊一個人，不用多，一個就可以。這樣很快就都會被感染，團隊的力量就出現。我這次上海帶的同事，其中有技術隊長，他們也都很認可這個說法。感受到了自己就是粘合劑，應該是組員和公司之間的橋樑，所以說我覺得這次最大的亮點就是這個培訓，非常成功。

上海地區總經理 黃 莉

就像鄭柏禮老師課程中說的「不忘初心」，我入職以來，一直想法很單純，努力做、盡全力做。剛接任區主管時，因為緊繃情緒，而忘了當初的初心。現在我會努力的保持正面心態，從我不會做到我會做、我會盡力做，希望有一天我能大聲說：「我做到了！」

台中地區副經理 陳曉茵 Ronny



追蹤史偉莎

史偉莎吉隆坡發展回顧

撰稿 | 吉隆坡地區主管 李卓豪

史偉莎吉隆坡於2016年成立，前期主力提供洗手間衛生消毒服務，在三年間，服務質素得到大眾認同，除了小型商戶也有連鎖客戶使用我們的服務，如Neway、The Brew House、The Barn 等等。除此之外，在2019年開始為客人提供滅蟲服務，因為滅蟲方法的不同，效果非常顯著，客人對我們服務留下很好的印象。在短短六個月內已累積大約30名客戶。在2020年更會推出霧化消毒及洗地易等新服務及產品，應付日益增加的衛生服務要求，為提升馬來西亞大眾對衛生清潔及滅蟲的意識出一分力。



香港潔淨水成立5週年

撰稿 | 香港市場部推廣助理 鄧芷筠 Fion



香港潔淨水有限公司為香港史偉莎集團旗下成員，是全港最具規模專業濾水產品及水質管理服務公司之一，多年來引入不同產品為客人提供更優質的體驗。2019年12月慶祝成立5週年，公司上下共慶努力成果，並繼續努力提升飲用水的衛生及健康水平。



服務技術員個人名片

撰稿 | 香港培訓部經理 許賢聰

史偉莎集團香港總公司創立業界先河，自上年中開始，公司為全職服務技術員印刷個人名片，凡入職滿3個月的技術員，關顧人材及行政部便會為其印刷名片，讓同事做服務時可向客戶派發及介紹自己。此項新措施代表公司對前線同事的重視，也提高同事對職業的認同及歸屬感。名片由市場部同事Fion精心設計，名片上印有服務員的照片及公司的聯絡方法，名片背後印上：「我肯承諾，用心服務」的口號。服務員向客戶派發名片，可以達到以下的效果：

- 加強客戶與公司的聯繫及溝通；
- 建立服務員專業形象；
- 提升公司品牌及形象；
- 加深客戶對服務員的認識。

現在，史偉莎技術員到客戶場地服務時，當他禮貌地奉上名片時，客戶感覺定會與以前不同，一張有名有姓有相片的名片，絕對能為史偉莎人帶來一份尊重和認同。



追蹤史偉莎

與各行業接軌 共創互利商機

撰稿 | 香港市場部推廣助理 鄧芷筠 Fion

香港營業部總監 Edwood Wong 在2019年代表史偉莎空氣淨化參加 BNI商會，加入商會的會員將互相作業務引薦，建立及培養長期及有意義的生意關係，並大大擴展人脈網絡。每次會議中會有時間輪流作業務介紹。我們主要與各行業剖析空氣質素對健康的重要，並提供全面空氣淨化管理方案。



銷售策略訓練

撰稿 | 香港市場部助理經理 何廣聰 Kenny

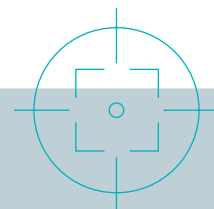
我們史偉莎集團迄今已成立22年，面對市場需求、技術或競爭上的變化，我們仍不忘初心，不斷求變，以保持競爭力，滿足不同類別的客戶。最近，我們很高興邀請到亞太策略研究所的導師 Dr. Mark Lee與我們集團的管理層講解《多渠道銷售策略的21個陷阱》，避免誤入盲區，協助我們能從中策劃一些更創新更有效的銷售模式，繼續履行「保障健康・潔淨世界」的目標。



業務網上推廣訓練

撰稿 | 香港市場部推廣助理 鄧芷筠 Fion

一間公司要有良好發展，除了業務要與時並進，在市場推廣上亦絕對不能停滯不前，務求更有效及更深入的把訊息傳送到目標客戶群上。史偉莎集團邀請了OMP石sir為我們提供業務網上推廣訓練，企下各品牌都齊集一起學習，希望提升宣傳效率。



追蹤史偉莎

華東技術交流會

撰稿 | 無錫地區總經理 陳展豪

2019年12月華東技術交流會在上海舉辦，與歷年的交流會不同，今年我們增加了大型清潔項目、飄盈香、甲醛處理、洗地易推廣等部分，有別於以前只針對滅蟲上的技術。我們認為集團所有的服務都有一定的技術含量，我們要通過反覆的嘗試、創新才能做到人無我有、人有我優。

如果把技術比喻為外功招式，那心態就是內功心法。空有一身好技術也不夠，所以我們加入了心態的分享部分，讓老員工把自己之麼多年的心路歷程跟大家分享，新員工把剛開始如何克服工作轉變帶來的不適應。內外兼修，使同事們各種服務的技術與心態都得以提升。



華南區第一屆財務營運交流會

撰稿 | 廣州地區副總經理 李花美

2019年11月華南區第一屆財務營運交流會在廣州舉行，清一色的娘子軍，半邊天的女漢子，把交流會的氣氛發揮到極致，各地區分享當地部門之工作心得，再加上華南區區域總監為各美女們精心準備了可口的奶茶，讓大家全神投入的學習的同事，也感受到絲絲甜意！

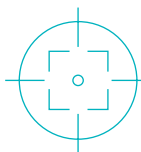
感謝全體出席的華南各區財務營運同事，期待來年能帶出更多的工作心得，讓各區同事相互受益，做到無任分享的利他精神！

電子溝通渠道命名比賽

撰稿 | 香港市場部助理經理 何廣聰 Kenny

為鼓勵及便利公司各地同事能主動提出工作上所面對的困難、個人心聲及想法，對公司的意見或建議等資訊，因此特別設立全新的電子溝通渠道來集思廣益。這全新的電子溝通渠道將命名為「心意信封」，以下是有關命名比賽的得獎名單：

冠軍：上海—姜卿菁；其他19位得獎者：廣州—李花美、廣州—陳少玉、廣州—黃夥群、廣州—黃澤虹、廣州—蘇燕梅、中山—黃月蘭、中山—胡月紅、武漢—黃小健、南京—喬英果、南京—唐俊、南京—李淨、佛山—楊月明、佛山—郭健恩、杭州—吳斐婭、上海—吳炳艷、香港—陳嘉如、香港—陳立智、香港—高佩興及香港—江元偉。



圓來如此

撰稿 | 圓桌會會長 曾玉蓮

圓來如此

時間過得飛快，轉眼又是一年，經過一年的歷練，我們史偉莎人都有了不同程度的進步、史偉莎的業績也有不同程度的增長！一直引以為傲的是：我們史偉莎老闆的開放式信任和體貼放手的管理，讓我們堅持下來的同事都有了自己的平台和自己的提升。我永遠相信，也永遠都不忘初心，那就是：史偉莎一定會越來越好！這個初心在我入職到現在從未改變過，無論我身處在哪個崗位、哪個階段，也無論遇到什麼困難及挑戰，史偉莎一定會越來越好的初心永不改變。我希望我這個初心能夠不斷感染到更多的史偉莎家人，因為21年的歷程完全證明了我們做的事業是個環保事業，我們做的事業是個朝陽的事業，我們做的事業是個利民、利環境、利於世界的行業。

又是一年的遊學營活動，這次幸運的是在物價非常高的深圳舉辦。雖說我是老史偉莎人了，但是舉辦這麼大型的活動，我經驗還是不多。不過，史偉莎人都秉承著公司理念——相信自己，一定要去完成的事情，就會使勁全身力量來做，結果一定不會太差。所以，在我不斷的對比著一個又一個遊學營場地的時候，我也從中不斷總結經驗，不斷學習，最後落定大梅沙海景酒店舉行。

清楚的記得上屆遊學營我們不是很順利的，途中有明顯的經驗不足、準備不足的過程，所以這屆我們總結經驗、吸取教訓，每一個議程都拿出來討論，每一個階段我們都反復模擬、練習，終於非常順利的完成了三天的大型活動。

每一期遊學營，給我的收穫都是不一樣的。聽集團大師們的分享，他們不僅資歷深、技術雄厚，最重要的是他們對集團的認可，對老闆們的欣賞，直接影響了他們的工作表現和成就。開國元老（屏姐）的分享，非常的震撼、非常的感人，都是發自內心的肺腑之言，我一度被她的話深深打動、感悟、落淚。

鄭老師的培訓更是貼切我們的生活，貼切我們的工作，更加貼切我們每一個層次的同事狀態。他不需要說得豪情壯志，也不需要華麗鮮豔的語言，只要他人一站在舞台上，就會給我一股無形的力量、無比的信心和知足感。每次看到鄭老師，我就會莫名的覺得：我真的很幸運了、我一定要感恩、要珍惜現在的一切。

因為史偉莎成就了我，無論是從籌辦遊學營這樣的大型活動，還是從現在的平台鍛煉，我的個人自身氣質或處理事物的思維等方面，都有了很大的進步，讓我今後遇事會多方思考，多方衡量，最後再去做判斷和決定。史偉莎，是一個可容納五湖四海不同人的大家庭，這裡有一個可包容孩子犯錯的家長，更有一群相親相愛沒有血緣關係的兄弟姐妹。所以，在這裡真的讓我感覺到，累並快樂著，一定會好好珍惜。



新知灼見

齊心抗疫 為社會出一分力



2019年年底，出現一種全新的冠狀病毒，令全世界人心惶惶，也喚起世界對衛生意識的重視。我們史偉莎一直以來都是「保障健康・潔淨世界」為宗旨，致力讓大家生活在一個健康而衛生的社會。以下介紹3種能改善衛生水平、對抗病菌的服務及產品，和您齊心抗疫！

霧化消毒服務

病菌有時會在空氣中飄浮著，有時也會殘留在物體的表面生存達數天，因此空氣不流通又沒有窗戶的室內空間更為高危。

我們的霧化消毒服務是利用霧化機將消毒劑霧化，深入地為所有空間及實體表面進行消毒，如牆壁、間隔、枱面、天花板、門柄、電燈開關等，殺滅超過100種病菌，還可以清除空間異味。



今次疫情，很感謝不同客戶對我們的信任，讓我們能為他們進行霧化消毒服務，客戶包括不少連鎖餐店、銀行、知名化妝品店鋪、汽車公司、教育機構等等，空間由十多平方米至超過千多平方米，我們亦細心處理，希望能協助減緩疫情。另外，我們上海技術部初級技術員包越先生響應當地政府機構的招募，自願去到最前線參與不同地方的消毒服務，以下分享一下他對這次疫情工作的感受：

新知灼見



上海技術部初級技術員 包越

2020年2月4日，公司總經理在我們滅蟲群內發放了一則招募志願者的資訊，大致內容是上海徐匯區愛衛辦招募擁有有害生物防制服務資質的公司員工協助進行消毒服務，而進行消毒的地方就是去那裡的人群是和確診病人密切接觸過的。我與家人商量後，馬上表示我願意參加。家人開始時是反對我去的，但我說這是件非常有意義的事，等自己老了，回想起來會特別有自豪感，等女兒大了，還能告訴她爸爸是怎麼勇敢和病毒做鬥爭的。我告訴他們，我雖然沒什麼大本事，不能像醫生救治病人，但是我相信我也可以為國家和社會做點事情的，最後家人也同意了。

開始做服務前，我在疾控中心學習了一些自我防護及國家指定的消毒過程。我被派到徐匯區的連鎖酒店進行消毒服務，酒店是被隔離的，普通人不能進來，樓裡有很多醫護人員每天給那些被隔離者檢測體溫、做檢查等等。而我每天正常情況需要在酒店進行全面消毒4次，每次裝15公升藥水，完成整個消毒，如果臨時有新的密切接觸者入住還要額外多幾次全面消毒。



潔手產品

有研究指出，新型冠狀病毒會存在於糞便之中，如果如廁後雙手沒有徹底潔淨，很容易在接觸其他人和物件時，把病毒傳播做成交叉感染。因此，顧己及人，應經常保持雙手清潔，香港衛生防護中心亦指示，可用皂液和清水清潔雙手，搓手最少20秒，用水過清並用抹手紙弄乾。如沒有洗手設施，或雙手沒有明顯污垢時，使用含70至80%的酒精搓手液潔淨雙手亦為有效方法。而我們亦有不同的獨立包裝皂液及免洗酒精搓手液協助您保持雙手清潔，再配合紅外線自動感應機，減低交叉感染機會。



免洗酒精搓手液



潔手皂液



紅外線自動感應機



紅外線自動感應抹手紙機



中抽式抹手紙機



M-Fold 迷你抹手紙機

紙類產品

有些洗手間使用乾手機取代抹手紙，原因可能與環保有關，但這做法很可能會助長病菌的傳播。根據University of Leeds於2018進行有關使用乾手機的研究，乾手機洗手間含菌量比抹手紙的多出100倍。如果大家齊心想減少病菌的傳播，應選擇以抹手紙抹乾雙手。

成功秘笈

磨難與挑戰 將成為你最珍貴的寶藏

要踏上成功之路，途中可能會很崎嶇；有人面對一時失敗會自怨自艾、一蹶不振，可是當你一一跨過障礙後再倒轉頭一看，當初的失敗與不如意也是成就你成功的寶藏。今次很高興邀請到北京地區總經理呂游小姐Yoyo為我們分享她的故事。

北京地區總經理
呂 游小姐

與銷售結下不解之緣

說來也巧，Yoyo這輩子跟銷售工作有著不解之緣，每一份工作都跟銷售有關係。加入史偉莎之前，印象最深的是在一家通信公司的工作，Yoyo說：「主要工作是上門推銷預存電話費。天天挨家挨戶的敲門，剛開始比較抵觸，都是硬著頭皮做，一個月收入大概是之前的9-10倍。日結工資，收入還不低，越做越起勁。但隨著越來越深入的瞭解，慢慢發現有點不對勁，發現其實就是個變相賣電話卡的，面值100元的電話卡，20元進價，可以賣到80元一張。太坑了！那之後的推銷再也沒有那麼自信了，看到一些獨自居家的老爺爺老奶奶，更是不忍心欺騙，很多時候一天一張單也開不了，業績從正數第一變成了倒數第一，情緒越來越低落，便主動辭了職。」再後來通過她朋友的介紹加入了史偉莎。當時最讓Yoyo興奮的就是史偉莎洗手間深層清潔消毒服務：「真心覺得我們國人的洗手間太需要這項服務了！」雖然對服務內容很有信心，之前又做過陌生拜訪，但誰知做起來卻沒有那麼得心應手。



成功秘笈

最擅長的突然變得陌生

Yoyo印象很深的是第一次陌拜，饒永康先生（營運總監 — 中國內地及東南亞）跟她一起的，好不容易見到一位負責人可以坐下來聊服務，但當Yoyo打開服務冊介紹時，大腦瞬間一片空白，伴隨著頭腦發熱：「我磕磕巴巴的敘述了服務，內容是能簡略就簡略，恨不得馬上結束，聲音低到自己都聽不見自己在說什麼。從客戶出來後，超級搓火，就覺得天吶，這還是我嗎？！曾經那個自信的我哪去了，怎麼變這麼沒用的。」還好當時饒先生馬上給了Yoyo很多鼓勵的話，沒等她開口便說：「第一次就可以說成這樣很不錯啊。」感受到認同和鼓勵的力量讓她慢慢的越來越自如，越來越熱愛這份工作。

苦難變寶藏，不是嗎？！

Yoyo轉眼踏入史偉莎集團已經第十個年頭了，她到現在依舊懷念做銷售的感覺。從客戶最開始的拒絕、應付，到願意坐下來聽她講，到被她吸引，再到最後的認可、信任、直到合作。過程中一定有困難，但越是讓人感到困難的客戶，往往之後都是聯繫最緊密的。

2014年公司提拔Yoyo為副地區主管，而在那年介紹她進史偉莎的好朋友自己出來開了公司並搶走公司不少客戶，所以Yoyo和曾經最要好的朋友瞬間成為競爭對手，那時候特別煎熬崩潰。幸好得到饒先生和Martin（華北暨華西區區域總監）的陪伴救客及支持，加上後來集團正副主席及管理層都分別從香港飛來為她打氣及商討救客的方案。集團主席林先生對Yoyo說的一句話令她至今難忘：「呂游，不要太緊張外面的事情，多看看我們裡面，看看我們的同事，他們沒有一個再離開你，始終都跟你在一起！」最終，半年後公司取得了勝利，也奠定了北京在之後幾年客戶穩定的基礎。



努力終得好結果

2017-2018年Yoyo擔任了兩屆的圓桌會副會長，策劃了兩次遊學營、全國大型比賽以及集團的慈善活動等。她感到很充實而且學習了很多，讓她在工作的分工、組織、統籌方面更加有經驗。通過這些年與同事的配合和相處，大家也成長了不少。特別令Yoyo驕傲的是在眾多的一線城市當中，北京技術員的流失率應該是低的。

在2019年5月北京分店購入了自己的辦公樓，Yoyo十分欣慰：「很幸運加入史偉莎集團，實現了我的人生價值，也獲得了合夥人制度裡面買車買房和紅利計劃，非常感恩。」

後記

此刻，史偉莎集團上下正奮戰在抗擊新型冠狀病毒的工作中，希望透過Yoyo的故事為大家打打氣，成就更美好的自己！

成功秘笈

善待內部客戶 才能帶領團隊做出 好表現

廣州技術部經理
蘇孝雲先生

「吃得苦、耐得煩、不怕死、霸得蠻」是典型湖南人的特質；他們不計較付出及辛苦，一心想做好事情。而這次訪問的對象就正正擁有以上的特質，他是來自湖南的廣州技術部經理蘇孝雲先生。

接受挑戰 擔當更大的責任

2016年1月13日蘇孝雲加入了廣州史偉莎，面試時的崗位是技術部的技術員。在面試的過程中，時任廣州總經理的馬貴琴小姐（現為華南區副總監）覺得孝雲能夠同時管理三間餐館，事無大小他都能夠遊刃有餘地解決，也感覺到擁有服務行業的良好態度及耐性，因此力邀他挑戰技術部

團隊主管。孝雲擔心管人不是他的強項，但是想到馬小姐對自己如此有信心，而且自己本身也擅長工作細節，願意花心思在細微之處服務同事，與史偉莎的理念「成就自己，必先成就別人」也相符，因此接受了這個挑戰，不過也提出了一個要求，就是他先不需要什麼高級的職位，他要先讓同事接受他、先認可他。



成功秘笈

真誠對待 細節顯心思

剛開始接觸同事們的時候，孝雲就把同事的相片設定為手機連絡人頭像，為的是儘快叫得出每個人的名字。為熟悉同事們的性格和工作情況，每個月他都會與同事做面對面的溝通，同時幫助同事解決問題。兩個月下來，同事們也從內心裡接受了這個「空降兵」。孝雲開始學習有害生物防制知識，跟隨同事一起做服務，到培訓機構學習專業知識，執證資格從五級再到四級。2019年4月份，在廣州舉辦的首屆華南區技術交流會，各區技術同事對孝雲組織的會議及分享的專業知識都給予了很高的評價。他從此肯定了自己是一個合格的PCO從業人員，不再僅僅是一個只做管理的非專業人員。

技術部同事每天服務會遇到各種類型的客戶和問題，有時會影響到同事的心情，也使同事們完成工作回公司的時間會偏晚，為可以與晚下班的同事們碰個面，及時排除他們的心理波動，孝雲與馬小姐商量調整了自己的工作時間；收到一個微信，孝雲在家也會帶上工具直奔現場幫忙夜班同事解決機器的突發故障，讓同事們感到內心暖暖。



努力工作之餘 亦不忘慈善

史偉莎的學分制鼓勵同事不斷提升自己。孝雲說：「2016年3月27日開始第一次做義工，我之前覺得這個與自己沒有太大的關係，但當我經歷了這一次後，觀念完全變了，現在幾乎每個月我都會堅持做義工，堅持做了420個小時的義工服務了，可以用一點小小的力量回饋社會，我感到很滿足，以後也還會堅持做下去。」孝雲任職四年拿了2次學分制中最高級別的金獎，同時也不遺餘力推廣同事們一起參與，廣州技術部2019年也有8位同事可以拿到金獎。

展望將來

2019年9月，孝雲被提升至技術部經理，他感恩地說：「我們這個部門的人數最多，又是直接面對客戶，服務行業人是關鍵，要服務好同事，才能讓同事真誠用心服務好客戶，客戶的口碑勝過金盃銀盃，我要繼續做好大後方的工作，與我們的組長、隊長們一起帶領同事們不忘初心、珍愛待客！我們集團每年的純利3%會捐出來作慈善，我們的工作每天都在創善，這也是我的驕傲和動力！」

後記

要真正令人信服，不是依靠聲音比人大、權力比人高就做到的；而是要真誠真意，即使是細微的地方也用心關注、虛心學習與改進等。就讓我們視孝雲為榜樣以真誠、用心、投入感情地工作。



人材”5”Rs



新人6階段訓練

史偉莎一直秉承重視培育人材的理念，訂立一套完善而有系統的培訓機制——「新人6階段訓練」，每位服務技術員由入職第一天到獨立工作期間，必須要經過一系列不同形式的迎新、進階培訓、師友指導、考核及反饋階段，才能正式成為一個符合專業水平的服務員，為客戶提供最優質的服務。對新人來說，這階段的訓練並不容易通過，不少人於訓練期便選擇放棄而離職；但我們堅持一個信念：人才是史偉莎最寶貴的資產，人才的培養及發展更是非常重要，只有經過嚴謹認真的訓練，才會培育出更多心態與技術俱佳的服務員，這樣公司才能持續發展，不斷進步，應付市場及客戶的需要。

培訓主題	進行時間	負責人	內容
1. 迎新培訓	入職第1日	培訓經理	· 公司簡介及理念 · 個人職責及工作守則 · 服務前後的工作指引 · 儀容及制服標準 · 上班及下班報到 · 假期申請 · 車資申報
2. 技能培訓	入職第1日	服務部主管	· 清潔技能現場培訓 · 衛生用品使用指導 (如清新機) 
3. 師友實習	入職第1周	師友(導師)	新人跟隨師友出外實習： · 教授專業技能、產品認識、交通路線及客戶服務要求 · 示範服務流程 (如打招呼、詢問客戶問題、服務後向客戶報告) · 教導新人如何看懂工作單、填寫服務記錄及滅蟲報告 · 講解如何解決客戶問題及基本應對客戶技巧 · 部門聯繫、客戶跟進服務 · 電子取貨流程、現金處理

人材”5”Rs



培訓主題	進行時間	負責人	內容
4. 進階培訓	入職第7日	培訓經理	A.部門聯繫： · 客戶服務部：客戶投訴、加減服務、品檢反饋 · 排版部：安排服務員每天工作、匯報、跟進 · 物流部：申報維修、送皂液 · 會計部：簡述交單程序，協助收票及繳交現金過程 B.客戶應對： · 服務時間 / 質素問題 / 加做服務 / 處理不合理要求 / 客戶業務查詢 C. 員工服務守則及職業操守 D. 職業安全健康 · 工作安全指引(如梯具操作、安全鞋) · 職安健知識及如何保護自身安全 E. 獎章制
5. 考核	獨立工作前 1日	服務部主管 培訓經理	新人實地做服務及主管即場考核，新人需要通過考核才可正式獨立接單做服務。如不通過考核，新人需要重新再接受培訓，直至考核合格為止。
6. 反饋行動	獨立工作後 1至3日	服務部主管 培訓經理	· 陪伴工作、觀察適應度及技能指導 · 面談、了解同事心態及解答疑難 

員工見地

全球正努力對抗新型冠狀病毒的蔓延，史偉莎亦馬不停蹄地為客戶提供更衛生安全的環境，一起看看我們史偉莎上下在這段時間的堅持與感受。

南寧技術部高級技術員 覃群芬



我們作為史偉莎的一員，雖然在一線上幫不了什麼忙，但是做好本職工作，必須義不容辭。在這次疫情期間，也有很多客戶找我們做霧化消毒，雖然知道這活辛苦且風險大，但是比起在一線上守著的工作人員這又算得上什麼呢，只要能為客戶解決店面病菌的問題，減少病毒對社會的危害，服從公司安排，隨叫隨到，不能退縮，不管是現在還是以後，我們都會義不容辭！

在未來的工作中，我們更應該嚴格要求自己，繼續努力，爭取做到更好，不忘初心。

廣州技術部中級技術員 苑銀偉

當全國人民都被新冠肺炎疫情爆發，自我隔離在家的時候，我作為一名實習空間消毒的技術員，於2020年2月15日跟隨我的導師華哥對某客戶進行空間消毒燻霧，全程防護服、護目鏡、呼吸篩檢程式等裝備齊全的跟在師傅後面。看著他一寸一寸仔細的由裡向外均勻的作業，護目鏡很快被呼出的氣體朦朧視線，在醫用口罩和呼吸篩檢程式雙重保護下可想而知呼吸有多麼的不順暢；不透氣的防護服內頭髮衣服被汗水浸濕，讓我感受到目前一線的白衣天使和炎熱酷暑也在加班的同事是多麼的艱辛！由衷的對他們說聲：「您們辛苦了！」



成都營運部高級文員 陳 夢



2020年這個春節假期因為新型冠狀病毒來襲，所以過的很特別，也很難忘。雖然這次疫情很嚴重，但是我相信我們史偉莎人能夠共同攜手渡過這次難關。在當前這個特殊環境，每個個體都在為戰勝疫情而做出貢獻，正因為我們公司的特殊性，所以更加積極主動的參與到復工中來。我們全體員工在公司領導的帶領下，克服口罩緊缺出行困難等種種難題，積極主動為客戶服務，為每一位元史偉莎客戶創造更安全的工作環境。疫情還未結束，戰鬥也未停止。我們將繼續在公司的帶領下，將清潔消毒服務做到徹底，史偉莎現在是未來也是擋在病毒與客戶之間的一道有力防線！

杭州地區財務部會計 何 平

2020年絕對是一個讓人難忘的年份，因為一種新型冠狀病毒，讓我們心有餘戚，帶給我們太多的震撼。

陽光總在風雨後，2月15日，全國很多地區迎來了鼠年的第一場雪，雪化了，春天也就來了。此時此刻，除了疫情一線人員，還有很多普通人堅守崗位，就像我們的外勤服務人員，通過我們的空間霧化消毒服務為控制疫情貢獻我們的一分力量，給更多的客戶復工前、後提供衛生保障。疫情面前，我們不是一個人、一部分人，相信我們眾志成城，一定能夠打贏這場戰“疫”，因為我們大於我。

我相信春暖花開，脫下口罩的那一天不會很遠！

最後溫馨提醒大家做好個人防護：勤洗手，多通風，加強運動，外出戴口罩，避免到人群密集通風不良的公共場所，保護自己，保護大家。



員工見地



深圳地區總經理 曾玉蓮

這次疫情，讓我更加深刻體會責任二字的重要性，責任兩字的背後需要付出什麼。因為怕員工沒有口罩，我奔波各群各網尋找口罩；因為怕公司沒有產品滿足客戶的急切需求，我們在總監的帶領下四處尋找、搶購一些消毒產品回來，讓銷售同事去維護客戶；因為疫情我不能每天跟親愛的同事們見面，我時不時的微信發同事問候，瞭解她們的身體狀況之外給他們打氣加油，叮囑他們外出要加強安全防範。因為這特殊的疫情，讓我更加明白老闆的艱難、員工的擔憂、家庭的重要。

生命重於泰山，疫情就是命令，防控就是責任。深深的感謝公司各位在這次疫情中堅守崗位、不負使命的所有同事。最後希望大家保持積極樂觀的心態，我們同舟共濟、攜手並肩，一定會度過難關。祝大家：平安健康！



深圳營運部主管 高妙金

自新冠疫情爆發以來，響應國家的號召，深圳的假期一再順延，但由於史偉莎的工作性質，此刻我們的同事仍然奔赴在前線，從未停下腳步，為客戶提供服務，洗手間消毒、空間霧化消毒、蟲害的控制、消毒用品售賣，只要客戶有需求，史偉莎人從不退縮，疫情無情，史偉莎人有情，為疫情控制出一份力。人都有恐懼心理，但史偉莎人肩負的使命讓我們無所畏懼，將我們的「保障健康・潔淨世界」進行到底。疫情期間，因身處營運部，也從未停止工作，忙著工作的安排調動，充實了疫情無法出門的無奈；這個疫情也讓我們慢下腳步，靜思過往，讓我們不再抱怨工作，不再抱怨所有的人與事，往後也會更加珍惜當下。疫情終將會過去，無需過度恐慌，堅持做好疫情防護，終會迎來撥雲見日。



深圳銷售部餐飲組副經理 艾冬清

這次疫情對市場的影響很大，特別對餐飲業、酒店業、電影業、教育業等，而我們史偉莎都為這些企業提供服務，同樣受到嚴重影響！

首先我們看到的“危機”危，機，是互相共存的，有危自然就有機。在疫情的衝擊下，我們的常規服務減蟲，洗手間消毒服務不能如期開展，但同時我們的消毒產品和消毒服務產生了大量的市場需求。在這非常時期要感謝公司的領導層，快速的搶購了消毒產品，讓我們有產品可賣，應市場情況推出了空間霧化消毒服務，讓服務同事有工作可做。在我們沒辦法沒辦法控制這次疫情的時候，我們可以換個角度來思考：疫情給我們帶來的“正面”影響呢是什麼？

疫情當前社會上站出了很多英雄，疫情也是一面“照妖鏡”在銷售隊伍中，我們看到了積極應對市場的同事，主動聯繫客戶尋找新的機會創造業績，同時也會有人有得過且過“渾水摸魚”的想法。這個時期能讓我們更清楚的知道誰是“同路人”。

最後我想說的是，大家一定要保持積極樂觀的心態，我們一定會度過難關，這次疫情出現拐點，我們的企業機會以也在拐點，通過這次考驗相信我們會更成熟，更堅強！忠心祝願：疫情早點過去，大家安康！



員工見地

撰稿 | 高雄總務組員 施淑絹



搞出職場好關係

進入職場後，很多人都會有個疑問：到底是做人重要，還是做事重要？

在職場上，做人跟做事都不可偏廢，差別只是後者比前者的「報應」來得快，做事是一翻兩瞪眼的，事情搞砸馬上就失分。

然而做人好壞的影響，則需要一點時間檢驗，如果不妥善經營，早晚也會出狀況，它的後遺症，不比搞砸事情輕微。

在現代的職場，如果想做出一點成績，就不能单打獨鬥，團隊合作是不二法門，如果你人緣不佳，即使能力過人才華洋溢，還是可能失去大好機會。

成功 = 85% 人際關係 + 15% 專業知識

專業知識 —— 解決問題的能力是可以透過職訓培養以及透過長時間經驗而累積而成的，但人際關係必須是透過個人特質以及細膩與關心，一點開朗與幽默，樂於分享與付出，才能贏的別人的好感度，也是所謂良好的人際關係。

樂於付出與分享 —— 與人相處和諧的不敗真理就是：你夠朋友，別人才夠朋友，要先利他才能利己心思細膩，體貼入微一經由互助關心，讓整個團隊的氣氛更好。

懂得用「同理心」 —— 傾聽他人心事，也聽得進別人對自己的指正，能夠虛心領教，最幸福的人，是聽得進別人告訴你真話的人正面思考，拒絕抱怨一不批評、不責備、不抱怨，充滿正能量能為團隊帶來開朗光明的氣氛。

幽默風趣的魅力 —— 幽默感，是吸引人氣的不二法門。

有內涵說不完的話題 —— 廣泛的興趣，能與他人重疊的話題就愈多，拉近人與人之間的距離。

教養與風度 —— 保持親切的態度、燦爛的笑容、專業的技術。

在職場工作中，內部和諧乃是為首要的，團隊中任何一個人都並非是全知全能的，團隊成就靠的是每一個人互相幫忙完成的。

我們無需做一個人見人愛的萬人迷，只要做好自我份內工作職責；同事相處間經常把「請問」、「謝謝」常掛嘴邊，彼此互相尊重，相互協助，團隊和階紛圍就會成了一個習慣了。

撰稿 | 上海服務部高級技術員 張宏

踏實做事，誠實做人

時間過的真快，轉眼之間我來史偉莎這個大家庭已有12個多年頭了，回想當初我進史偉莎，怎麼沒想到我可以堅持這麼久，因為之前我的每份工作都沒超過兩年，而史偉莎卻讓我留在這裡工作12年。

我是個性格內向，不善於表達的一個人，記得在剛進史偉莎，接觸這份工作時，每天要接觸各種各樣的人，要和客戶溝通，對於我這個性格內向的人來說，實在是困難，慢慢的，環境原因不得不逼著我去和客戶溝通，打交道，時間久了也就習慣了，覺得和陌生人溝通並沒有很難。

我的宗旨是要就不幹，要幹就要踏踏實實的幹，我自認為我在公司的12年，對工作認真負責，每天就是埋頭苦幹，沒有怨言，無論公司給什麼樣的單，多少單，只要我能做的完，做再晚我也做，因為我相信吃虧就是福，有付出就有回報。

我這個人天生就是沒有追求的人，只希望簡簡單單的上班下班，唯一的樂趣就是在上班時怎樣和蟑螂老鼠鬥智鬥勇，把問題嚴重的客戶搞定，讓客戶滿意，不投訴。如果我自己的客

戶投訴了，再忙，再晚我也要抽時間去處理解決，我這人做事就是要有始有終，自己的事情自己做徹底。



我選擇了史偉莎，那麼我就忠於史偉莎，把史偉莎當成我另一個家，雖說我沒能力保護好這個家，但要是有人想利用我來傷害這個家，門都沒有。記得幾年前，有一家同行，找我說讓我利用下班時間去幫她們做一家物業，而這個物業的費用和我對半分，當場被我拒接了，我說我人雖窮，但我志不短，這樣偷雞摸狗的事再多錢我不幹。俗話說，要想人不知，除非己莫為，做人要講誠信，要有良心，一個人的人品很重要，誠信和人品弄丟了，再多的錢不一定買的回來，我是史偉莎的員工，就不能做對不起史偉莎的事，別人我管不著，但我一定要管好自己，那個同行聽了我的話很無地自容的走了。

踏實做事，誠實做人，我的原則，我會堅持到底，只要我在史偉莎一天，我就會站好一班崗。

撰稿 | 台北技術部資深技術員 蔡明倫

能力越大責任就越大

剛進公司時，剛好是我的新婚第一年，老婆也剛好懷孕在身，那時候每次下班總是腰酸背痛，拇指外翻，痛到有點懷疑人生，但是一想起我即將升格成父親要扛更多的責任，就不能夠輕言放棄，史偉莎讓我覺得是一個制度很好的公司，於是我選擇了相信自己的選擇，也相信史偉莎會給我機會好好表現自己。

我永遠不會忘記剛進公司時，幾位資深同事跟組長協助我整理滅蟲背包跟備料，那時候說真的有些慌張，因為原本在教育業執教的我，對這一塊領域真的完全不熟悉，

很擔心自己不能夠做好或是客人不滿意，但是我堅持對客人有禮貌、仔細施作常規，每次做完皆跟客人回報當日處理狀況，後來也因此得到客人的肯定。

現在的我會盡量協助新進同仁，適時的給予鼓勵跟打氣，也常和他們說自己也有表現不好犯過缺失，但是勇於承認缺失、改善自己及警惕自己，才能讓自己技術更加精進，真的很謝謝史偉莎讓我有能力去扛更多的責任及指導新人，也因此讓我的人生獲得更大的成就感。



員工見地

撰稿 | 上海服務部中級技術員 何玉蘭

致同齡的我們

歲月，周而復始，一如往昔。

青春剛剛開始，突然就接近尾聲。

特別讓我感歎的是，2010年我剛到史偉莎公司，剛剛四十出頭，那時感覺五十歲離自己還比較遠；很快到了2015年才發現自己離五十歲很近了，轉眼間，五十出頭了。

三十而立，四十不惑，五十而知天命，知道了理想和現實是多麼艱難，哪怕心裡有太多的不甘，也得坦然接受當下所有。

當你的工作有目標在你心中有意義，你就有成就感和尊嚴，給你快樂，人生應該是努力後的順其自然，而不是被迫的隨遇而安。



所以我們這些五十上下的人，上有老，下有小，仍然得更加努力的上坡拉車，不管烈日當頭，還是瓢潑大雨，前傾的身體，還得拼命向前，一步一步去完成自己的使命及理想。

小夥伴們，我們一起珍惜，珍惜生命中的每一天，讓生命更加有價值，30歲，40歲風華正茂，50歲我們風華正茂，人生的每一天我們的應該是風華正茂的。

感謝史偉莎領導及同事們，我們互相陪伴，在歲月的長河裡，我們像流星一樣一起劃過互相照亮，奔向我們的理想大道。

2019年再難，我們不都熬過來了嗎？2020年，來吧，讓我們一起加油吧。

撰稿 | 香港服務部及排版部高級經理 林展雄

理性與感性

曾聽過以下故事，有兩個人因一些事吵架了一天，一人說 $3 \times 8 = 24$ ，另一個人說 $3 \times 8 = 21$ ，相爭不下告到縣衙。縣官聽罷說：「把 $3 \times 8 = 24$ 那個人拖出去打二十大板」，被打的人就十分不滿：「明明是他蠢，為何打我？」

縣官答：「跟 $3 \times 8 = 21$ 的人能吵上一天，還說你不蠢？不比你打誰？」

服務部技術員日常工作經常面對我們的客戶，過程中往往要跟客戶溝通工作內容，報告情況、提供意見，雖然大部份客戶都願意聆聽，但當中亦有小部份的客戶是有較高的要求，認為我已給服務費，必須做好是技術員的責任，而技術員往往在這情況之下，因所表達未能與客人取得一致共識，從而產生較激烈的討論或少許爭執，引至客戶不滿，縱使技術員所說的事有多正確也好，但因為已動氣，客戶都是不會接受。

今日我們要談論不是如何令客戶接受你的意見，而是你應該用什麼態度面對他。

首先，我們要接受一個事實，一般較為不講道理的人都有一个特性，就是較為感性的。



曾聽過一位高人說過，世上有兩種人是比較感性，第一種是你另一半（太太），第二種就是要面對的客戶。我們妄想在日常生活中以上兩種人會很理性去跟你討論事情，已結婚男士，有誰夠膽量說自己另一半是理性？有機會直接面對客戶的同事，有否聽過客人在不滿意你提供的服務期間對你說：「不要緊，我知道你已經做得很盡力，不關你事」。

但人是犯賤，大部份人（或者只是說男人）都是願意接受你的另一半是感性，更會全心全意去愛他的感性。

各位同事，如果你願意不顧一切去接受一個不理性（即是感性）的另一半，我先用尊重的態度去欣賞你。但如果你願意將客戶當為你另一半這樣的對待，不顧一切去接受他，我簡直要向你寫個服字。

大家更要記住一個竅門，當你與感性的人討論事情期間，任何對的事已經不重要，最重要的就是你的態度。

不忘初心

不論企業是牟利或非牟利，相信大家都會同意企業需要清楚辨認讓其生存的原點；而這個原點就是客人。若企業要取得成功，就必須具有「不忘初心」的精神。

「不忘初心」就是提醒企管人員不要忘記企業的本質就是要滿足客人合理的需要，解決客人的困難。而史偉莎一直主張「不忘初心」，就是叮囑服務團隊必需時刻保持一種服務他人的心，以客人為原點判斷事情先後緩急，並保持謙遜。

執筆時香港正遭受新型冠狀病毒疫情影響，但我們的同事秉承着「保障健康・潔淨世界」的信念，以「不忘初心」的態度堅守最前線，持續為客戶提供優質創新的衛生管理服務及產品，保障他們客人、同事以至社區的衛生健康。

我們十分感恩史偉莎有這樣的服務團隊，因此，除重視客人這個「原點」之餘，我們亦十分關注同事所想所需。我們認為人材管理的「初心」就是要滿足同事生活、個人及社交上所需，關注同事的持續發展，提升同事滿意及忠誠度，令同事與企業同步成長且獲取成就，讓他們安心為客人服務，為公司打拼。而史偉莎「5R關顧人材理念」正是以同事為「原點」的人材管理方案。

以下是史偉莎「5R關顧人材理念」內容：

- **(Respect)** 尊重公司最重要的資產「人材」，必須珍惜及關注、
- **(Recognition)** 認同人材之表現，時刻予以表揚及肯定、

- **(Reward)** 嘉獎人材之貢獻，以分享共同努力之成果、
- **(Re-training)** 培訓令人材與公司一同進步，一同成長、
- **(Road ahead)** 前景是人材與公司團結一致，共創未來。

是次筆者想和大家分享史偉莎「5R關顧人材理念」有關「培訓」及「前景」部分：

史偉莎的培訓

史偉莎以「培育員工成材和發展」為其中一個集團使命，而我們的人才價值觀包括了三大元素，分別是 (1) 平凡人成就不凡事、(2) 人才可培訓出來及 (3) 人才必須具有成長型思維。我們深信有「共同理念、正面態度、有心去做、有上進心」的同事是一定可以成功。

史偉莎的前景

從集團主席林先生近日的一席話，反映公司前景對同事的重要性：「現時疫情對各行各業也打擊甚大，我們也難獨善其身，並更預期是次疫情將會是一場持久戰，對公司短期發展會帶來阻滯。但長遠來說，人們對衛生意識及要求將會大大提高，對衛生服務及產品的需求將會增加。我們深信只要大家堅持謹守崗位，在這個非常時期發揮我們「提高社區衛生水平」的使命，公司與大家的前景仍是樂觀的。這段時間雖然艱難，卻使人們對史偉莎人的工作意義及價值更有體會。」

總體而言，一個有前景且願意投放資源在「人材」發展的企業才會邁向成功。但願疫情穩定後，各行各業都會回復正常，不忘初心，重新出發，與人材成就共享。

王耀海 Chris

香港關顧人材及行政部經理



史偉莎CSR



史偉莎慈善基金會由2013年成立後，啟發了史偉莎人的向善心，透過圓桌會和各地精英會的推廣，舉辦了多項愛心募捐和籌款活動，冀能幫助更多有需要的人。各地區同事們更自發組織和參與不同的公益活動，大家攜手行善，讓善的力量不斷壯大，讓世界更美好！

2019年史偉莎集團遊學營"漫畫秀"

撰稿 | 中山地區總經理 鄭德利(圓桌會副會長)

很榮幸擔任此次慈善活動策劃，2019年史偉莎集團遊學營"漫畫秀"總決賽順利完成，21副漫畫作品共拍得總額¥51214.00已全部捐獻史偉莎慈善基金會。

此次捐獻活動要感謝21個地區的冠軍們，分別是香港、台灣、北京、上海、廣州、深圳、佛山、珠海、東莞、中山、南寧、福州、武漢、成都、重慶、南京、西安、杭州、無錫、天津、中央支援組共創作21幅作品，通過地區冠軍們幾個月時間用心設計及詮釋公司的理念演繹，令大家對公司的3"5"理念留下更深刻的印象，希望之後有更多地區積極參與公司每年的大型活動，再次感謝用心創作的你們。

為留下活動印記，此次漫畫秀活動歷程進行總結回顧：

活動主題：2.0漫畫秀比賽（升級我們現有的1.0偉仔和莎莎）

特別感謝香港小夥伴創作的1.0漫畫（偉仔和莎莎），有了1.0的基礎才有2.0的升級。

2019史偉莎集團遊學營漫畫秀總決賽獲獎名次於下：

第一名：

無錫地區：超能戰隊

隊員姓名：

葛昌燦、謝蕾、
汪麗娜、葛迎迎



第二名：

杭州地區：鉛筆小新隊

隊員姓名：

吳斐姪、何平



第三名：

北京地區：

神筆馬良之Queen之隊

隊員姓名：

孫慧麗、李丹丹



最高人氣獎：

香港地區：龍鳳呈祥

隊員姓名：

朱世雄、陶惠森、
陶家輝、陸兆華



再次恭喜獲獎的隊伍，將漫畫創作表演詮釋的如此精彩，真棒！

不同角度看彩虹

撰稿 | 香港精英會會長 翟愛蘭

天地萬物之多，我看到小鳥自由自在地飛翔，看到草木盛放，看到溫暖的太陽從東方升起，還看到有生命的動物與無生命的瓦石之類物體在玩遊戲。

當它們受到破壞或損害時，每一個人都會從內心產生「不忍人之心」、「憐恤之心」和「顧惜之心」，並把它們視為自己身體的一部分而加以愛護，不管是有知覺的，還是更有知覺的仁者都深明整個自然界都有內在的價值和生存的權利，何況是我們。

我能夠用眼睛清楚看到你，你因為少許的障礙只能夠用它看到我的影子，所以我很想用心去感受一下另一個不一樣的世界，想敲醒我們的心，知道現在所擁有的確實不是必然的。你我雖然都有一顆純潔的心，但你們的內心比我們更剔透亮麗，撐著創辦人崔先生的手感受到一份永不放棄的團結力量，認識到你們是我最大的驕傲。在我印象中，第一次見到CareER機構已經感受好深，你前方的路由乖巧的導盲犬導航，你們非常合拍，令我大開眼界。

第二次正式接觸CareER，我充分好奇你們的背景，原來是由一位視力餘一成的年青大學生創辦，機構大小事務由一人打理，直到現在才有員工；更成為香港第一間慈善機構為受過高等教育的學生提供慈善服務，職業是由殘疾學生或畢業生創建和組織的高學歷學生社區。它在殘疾學生和雇主之間架起橋樑，目標是讓所有成員就業。你們的故事打動了很多愛心僱主，令年輕人透過介紹下，成功受聘到合適的配對，機構的故事為仁者有仁愛之路。



史偉莎慈善基金連續兩年透過捐款亦是受CareER所感動，我們有幸可以出心出力為殘疾學生義跑出一身汗，帶著一份灼熱的心，用生命去燃點別人的曙光發光發亮，為社會帶來更多的希望，這是值得充分肯定的是我們能夠用心手合一起去成就別人，並透過此活動，令我們可以用不同角度去看萬物是一種無比的福氣。



蟲蟲特攻



綜合害蟲管理 Integrated Pest Management (IPM)

一般人在面對害蟲問題時，很容易會掉進一個誤區——認為只要多噴殺蟲水，用更強的藥物或反覆多做幾回就可以解決問題。殊不知，不正確地使用殺蟲藥物，除了未必能解決問題外，濫藥對地球環境及使用者的身體健康都會做成不良的影響。

今天我要向大家介紹綜合害蟲管理的概念。它是一種可持續的方法，通過結合生物習性，物理和化學等工具來幫助處理蟲害問題。整個過程不一定需要使用大量藥物，對人類和地球環境做成的影響亦會盡量減少，同時達到長遠的害蟲防治。

它包括6個循環步驟：



正所謂事出必有因。我們要清楚知道自己面對著什麼蟲害，這樣才能對症下藥。以下我會以常見的德國蟑螂作為例子加以說明。

偵察與辨認：不同的蟲害入侵時都是有跡可尋。大家在進行家居檢查時，可看看有沒有一些小發現。例如手持電筒檢查所有德國蟑螂可能藏身的地方，特別是細小的隙縫。

監察：對發現地點進行監察記錄，以此判斷德國蟑螂的入侵情況。例如是不是每天都看見他們，特別是他們最活躍的晚上。

施行：確定需要處理後，我們可以優先使用物理方法，再以化學方法輔助進行。

1. 物理方法：

— 環境改善

德國蟑螂的習性較喜歡在廚房活動，因此對廚房進行全面清潔，可減少它們的食物來源。檢查及修補現有空隙可減少他們躲藏的空間。

— 移除

一顆蟑螂卵子可以孵化出大約30-40隻幼蟲，因此在他們孵化前進行處理可大大減少之後的麻煩。例如把已發現的卵子移除。

— 蟑螂屋

使用蟑螂屋吸引及捕捉懷孕並攜帶卵子的蟑螂，減少卵子孵化，幼蟲逃脫或擴散的機會，以此減低他們的繁殖。

2. 化學方法：

— 蟑螂凝膠

由德國蟑螂的習性得知，他們一般喜歡躲藏在空隙、暗位等地方。因此，在適當位置針對性地放置蟑螂凝膠，一般比大範圍噴灑殺蟲水及亂放凝膠更環保及有效。

檢討：經過施行後要進行跟進，以確保沒有遺漏、處理是否達到預期效果，檢討是否需要修正處理方案。

教育：問題初步解決後，要教導客戶如何減少問題再次出現。減少他們的躲藏空間是有效的方法。如發現裂縫時即時進行修補，避免在物業中存放紙盒。定期進行滅蟲治理維護，養成預防勝於治療的習慣。

在綜合害蟲管理的步驟中，大家可以發現化學處理方法只是其中的一個環節，要用得其所，這就是我想分享給大家的概念。

鍾錦華

生機源(香港)有限公司
客戶服務副經理
擁有多年的滅蟲實戰經驗





保持良好個人及環境衛生 要待威脅來到才做嗎？

世界衛生組織於2019年指出10個世界衛生面臨的威脅，包括空氣污染及氣候變化、全球流感肆虐、伊波拉病毒及高傳染性疾病等。面對各種健康的威脅，我們有什麼可以預防及保護自己呢？

保持良好個人衛生

勤洗手消毒並非生病時或有傳染病爆發時才要做，平日洗手時要記得以梘液和清水清潔雙手並最少搓手20秒；亦可隨身攜帶酒精搓手液潔手。



空間定期消毒

細菌或病毒有機會會存活於室內空間或實體表面一段時間，所以日常要勤清潔外，也要定期為空間消毒，殺滅不同類型的細菌或病毒。



安裝空氣淨化機

在一般的情況下，我們每天約有90%的時間會留在室內地方，因此室內空氣質素就不能忽視。市面上有不少空氣淨化機可消除空間細菌、病毒、臭味等，為健康加添保障。



鄧芷筠 Fion

香港市場部推廣助理

資料來源

<https://bit.ly/2P7vCnI>

<https://bit.ly/38KHion>



你總是太容易放過自己

主要內容

蔡康永說：「15歲覺得游泳難，放棄游泳，到18歲遇到一個你喜歡的人約你去游泳，你只好說“我不會耶”。18歲覺得英文難，放棄英文，28歲出現一個很棒但要會英文的工作，你只好說“我不會耶”。人生前期越嫌麻煩，越懶得學，後來就越可能錯過讓你動心的人和事，錯過新風景。」

讀後感想

對自己越嚴格，生活對你越寬容。生活更偏愛那些嚴格要求自己的人，在他們面對困難和挫折時給予更多的選擇權，你只有促使自己變得更好，生活才會慷慨地給你回饋。如果說你從未做到早起，就別說夢想遙不可及；如果你從未功成名就過，就別談什麼退隱江湖；如果你自制力不強，就不該抱怨自己找不到目標太過迷茫。對於生活，你一定要擁有選擇生活的能力，將生活過成自己想要的模樣。

我們迷茫的本質是想得太多而做得太少，我們必須去嘗試，嘗試很多種可能性，才能找到對的方向。只是躺在床上冥想，除了迷茫，一無所獲。如果沒有方向，怎麼走都是遊蕩。我們活著，是為了更好的生活，為了成為更好的自己，從荊棘小路走上康莊大道，而不是為了越走越狹隘，甚至最後走成了下坡路。我們的生活是需要自己不斷去尋找和學習的，你學到的那些知識和見識，都會融進你的血液，滋養著你的成長，成為你的力量，這些都支撐著你，作為你去拼搏的底氣，促使你去成為一個更好的人！

我們都要對自己的人生負責的，一味地懶散最終只會辜負時間，辜負我們的生活。所以，不要輕易放過自己，要學會嚴格要求自己，在這些真實的切身感受到的實例和言語中思考自己，這樣，生活才能回饋給你更好的東西！





詮釋力決定執行力

有朋友問我，企業管理的關鍵是甚麼？我毫不含糊地說：「企業管理的關鍵在於士氣，而士氣高低的主因是詮釋力。假如士氣不振，一支老練的部隊都會戰敗。反之，若士氣高漲，一群新兵亦有贏面。」究竟原因何在？

其實士氣是執行力的燃料，詮釋力則是點燃士氣的開關。無論你有多麼好的計劃或策略，假如操刀者士無鬥志，團隊如一盤散沙，你推我讓，定會潰不成軍。不是策劃出事，而是組織不力，無法號召人心，令人不肯多走一步，造成人人尸位素餐，為求自保，互相推卸，內部傾軋，就算你有無限資源，都會被消耗殆盡，又怎會有執行力呢？

例如馬雲，他是提高士氣的箇中高手。在阿里巴巴成功之前，他們處於競爭極度激烈的環境，公司連年虧損，資金一直緊絀。可幸馬雲十分樂觀，表現積極，令到身邊團隊覺得明天一定會更好。當人們覺得明天會更好的時候，盼望之情一起，士氣就維持不墮。雖然員工明知公司已無錢出糧，但只要你認同領導人的志氣和信念，願意陪他捱下去，你也會死心塌地戰鬥到最後。

由此可見，士氣的來源就是人們如何詮釋處境。不是處境令到你士氣高漲或低落，而是你如何理解這個處境對你所起的作用，講白些就是意義的管理 (management by meaning)。若能令團隊覺得大家在做一件好有意義、有前途及有收穫的事情，人心就會嚮往，士氣油然而生，人們就會願意多走一步，通過投入地執行來完成任務。

我們見到一些堅強的領導人，他們在挫折中不為所動，堅守著信念，帶領著群眾，朝光明進發，不以挫折為苦，反而利用挫折來激發士氣。皆因他們懂得以正面的心態來詮釋處境，視一切阻滯為學習機會，終於擺脫困難。

歸根究柢，企業管理者首要掌握詮釋力，就是解釋處境背後意義的能力，從而提升全員工士氣，產生持續有效的執行力。無論順境或逆境，管理者必須以正面、樂觀、積極及光面的態度來詮釋處境，自能凝聚人心，激勵大家群策群力，一起應對萬狀，然後達成使命。

Paul Sir金句：管理關鍵在士氣，詮釋力是點燃器，光明前景育生機，明天更好人不棄。

鄭柏禮 Paul Sir

企理－企業管理顧問有限公司創辦人兼首席顧問，擅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《方圓興大》、陽光洗衣集團的《洗出美麗人生》。





綠豆



綠豆，性涼、味甘，入肺、肝、胃三經。有清熱消暑、滋陰解毒的作用。綠豆的食用，除能作粥品、甜點外，還能磨成粉，製作綠豆糕，或作為粉絲的原材料。在炎夏時，坊間多喜以綠豆煮湯飲用，以作消暑。綠豆糖水，更是清熱、補氣兼備，只要在煮綠豆湯時，加上適量紅糖即可。紅糖的補益胃氣與綠豆的清熱，構成了絕佳的消暑妙品。

清代名醫王士雄先生所著〈隨息居飲食譜〉「綠豆：甘、涼。煮食：清膽養胃，解暑止渴，潤皮膚，利小便，清浮腫等。」綠豆的中藥藥理作用，最主要是在於其涼力及滋陰性能，而藥力所發揮的臟腑，以肺、肝為主，胃為次。凡是性涼的藥物，大都有清熱的作用，綠豆性涼，固然能夠清肝火，但在肝、膽協同的關係下，亦同時有清膽熱功效。暑天炎熱，人體、皮膚及口鼻的呼吸，無可避免地將外界的暑熱帶入肺部，令其溫度漸漸提高，而綠豆的滋肺陰作用正是可以將過多熱能裝載，將其排出體外，從而降低肺部的熱能；潤澤口腔的水份，主要來源於肺陰，肺陰充足則可以避免口渴；因為皮膚的水份是經由肺部所供給，所以肺陰的多少，主導著皮膚潤澤程度，凡此種種，可見綠豆的滋陰作用，對人體有著諸多的好處。如果人體因為某些障礙原故，導致水份過度積儲

於皮下，而出現了輕度浮腫現象，綠豆的利小便，正好派上用場。

除了以上書籍所記載外，筆者臨床所得，綠豆還有清腸熱的功效，這種療效，是因為腸中水液是經由肺部所提供，綠豆的滋陰與涼力亦因此間接而進入了腸中，達到了一定的治療效果，此所以中醫學上有肺與大腸互為表里的學說。

筆者曾遇一病者自述：一個早上，面上突然長出了數枚暗瘡，晚上，飲了家人所煮綠豆湯後，第二天醒來，暗瘡完全消退，給了她一個突然的驚喜。〈本草綱目〉載：「綠豆，解金豆、砒霜、草本等一切毒。」中藥學認為，由於綠豆具有清熱、利尿的功效，在食物或藥物中毒後，可以起到排除體內毒素的作用，而其解毒原因，筆者揣測，最主要是綠豆的特殊散力，令毒素無法凝聚，而所滋補的真陰，將毒素裝載，透過利小便的作用，排出體外，從而對身體的毒副作用減至最小，達到了解毒的療效。在現代社會，以綠豆作解毒藥物已不多見，更多的是用作食用方面。

無論綠豆或是芝麻，皆是毫不起眼的食物，在生活中隨處可見。但是，不論在養生或治療上，它們也起著重要的作用。

漢濱醫隱

漢•王充〈論衡〉

“事莫明於有效 • 論莫定於有證”





被忽略的治療

「阿聰，你這次一定要幫我處理好！」在我眼前的小學同學Ben是標準的香港聰明人，反應快、處事成熟圓滑。經過十多年的苦幹，已由當年的「屋邨仔」搖身一變成為今天的中產精英－專業人士，有樓有車，又有賢妻乖巧的兒子。唯獨健康欠奉，常常「周身痛」。

Ben患有頸椎勞損多年，近年病況逐漸變得嚴重，除了最初的簡單頸膊疼痛，現在更有經常性頭痛，以致他工作時難以集中精神。除此之外，每天臨近清晨時分手臂又有痺痛發作，令他不能安睡，精神萎靡。其實Ben已經嘗試了不同的治療：針灸、推拿、拔罐、中藥、西藥、物理治療。基本上除了香爐灰外，一切說得出的方法他都試過。無奈每次接受治療後只有數天的改善，不久又會打回原形。

我覺得Ben以前接受的治療如肌肉伸展、頸椎關節舒展及頸椎牽引（俗稱拉頸），都有一定的效果。只是他生活上一些未處理的致病因素及壞習慣抵消了治療的效果。



例如臨睡前倚在床頭閱讀或睇電視的習慣。此壞習慣一旦養成，長久下來便很容易引致頸椎神經受壓。此姿勢亦會引致頸部肌肉繃緊，並加重頸椎承受的壓力及引起頸膊疼痛。當然，在梳化上睡覺及搭車時「釣魚」亦會帶來相類似的效果。

太硬太高的枕頭會使頸椎過份屈曲而引起神經受壓；反之太軟太薄的枕頭則未能承托頭部重量，令到頸部肌肉於睡眠時非但不能好好休息，反而引致肌肉勞損。

此外，不合適的電腦屏幕高度及與用者的距離亦會令頸椎因視線的緣故而不正常地彎曲，並帶來肌肉痙攣。一般來說，我並不讚成長期使用手提電腦。可以想像一個人連續數小時向前伸著頸盯著細小的屏幕、聳著雙肩使用鍵盤是很難沒有頸梗膊痛的。

最後，我第一百零一次勸Ben對工作及升職加薪不要太執着，平時盡量與同事融洽相處，才能避免不必要的精神壓力。根據醫學研究顯示，緊張情緒及精神壓力會直接影響個人的工作姿勢及肌肉張力，經過長期的累積，會引起肌肉筋腱等軟組織的慢性發炎。

也許早點收工，回家照顧兒仔享天倫之樂，正是Ben一直忽略了治頸良方。

謝詩聰 Albert

香港、澳洲註冊物理治療師
www.bethesda.com.hk





過敏性鼻炎

每逢春夏交替，很多人都受鼻敏感困擾。過敏性鼻炎（又稱為「鼻敏感」）患者經常鼻塞、流鼻水、打噴嚏，亦可能同時出現眼睛敏感反應，徵狀包括痕癢、出現紅筋、流眼水、眼腫等，對於日常生活和工作造成莫大影響。根據香港過敏協會資料，在香港，每4個人中便有1個患有過敏性鼻炎，日常生活環境當中有許多因素可誘發過敏性鼻炎，常見的致敏原有塵蟎及霉菌，汽車廢氣、二手煙、空氣污染物等。若長期忽視可能會導致氣喘、鼻竇炎、皮膚癢、過敏性結膜炎、中耳炎等併發症產生。

遺傳因素是過敏性鼻炎的成因之一，若父親或母親患有過敏性鼻炎，其子女患上同一病症的機會較高。過敏性鼻炎有機會惡化至鼻竇炎，徵狀嚴重的患者會出現鼻黏膜腫脹，鼻竇出口阻塞，引致細菌容易



積聚及感染。嚴重的鼻敏感患者可能會失去嗅覺、味覺，亦可能出現其他後遺症包括影響睡眠、令睡眠窒息症病情惡化、哮喘難受控及生活質素下降等。除此以外，過敏性鼻炎與哮喘息息相關，若患者的過敏性鼻炎情況惡化，哮喘病情亦會惡化，因此兩者需要同時治療以控制病情。

過敏性鼻炎沒有根治的方法，主要的處理方法是避免接觸過敏原及緩和病發時的徵狀。病情輕微者可依照醫生的指示正確使用藥物，例如類固醇噴鼻劑、口服抗敏感藥物。鼻塞情況較難受控的患者，亦可透過手術（如切除鼻甲組織、射頻消融術）改善病情。



劉偉業醫生

2138醫思醫療集團，
耳鼻喉科專科醫生





童話故事

父母教育子女時，少不免會加入人生道理，期望子女學懂處世之道，日後待人接物便能得心應手，一般情況下當子女行為出現反差時，父母總是捉緊機會，灌輸做人該如何如何的人生大道理，最常見的是誠實、有愛心、勤勉、有禮……少則三五分鐘，多則一頭半句鐘，目的只有一個：就是要子女成為一個明事理、懂世情的人，真的用心良苦。但是子女真的能聽懂嗎？曾有家長萬分肯定的回答：別人的孩子我不知，但我的孩子肯定懂。

真的嗎？我們來做個測試吧，當孩子犯錯時，可以試試跟他說一些就是成年人也聽不懂的道理，說罷，問問他懂嗎？不用多說，孩子也會回答：「懂呀。」為甚麼呢？原因大家心中有數，就是回答了「懂呀。」事情才能告一段落。這樣的話，說道理並不是一個有效的方法。教育子女德行是父母的天職，在過程中有一點非常重要，就是子女的年齡層，在六歲前孩子是透過觀察父母的行為，學習如何與別人相處；六至十二歲左右，就是把以前學到的重新定位，從而選擇合適自己人格發展的行為；在兩者之間有一個共通點，就是只能對見過、接觸過、感受過的事情才能理解。關於一些抽象或概念性的情景，他們是無法想像，更無法學懂的。

相信每個人在小時候，或多或少也聽過童話故事，例如狼來了、三隻小豬、龜兔賽跑……但為甚麼同一個故事，聽了又聽，還是津津有味，百聽不厭？

原來說故事是打開潛意識的鎖匙，如果父母想傳遞訊息給孩子，例如誠實、勤勉，守規矩等等；又或者想改掉孩子壞習慣，透過講故事由潛意識進入，效果比說教或講道理更理想。父母可以因應需要，運用

以下幾個簡單的條件，亦能自行創作故事：

- 萬物有靈
- 正面字句
- 代入角色
- 帶出訊息
- Happy Ending



這是一個由家長分享的自創故事：

在森林裡有很多小動物，有小白兔、猴子、小熊，他們是好朋友，經常一起遊玩，今日有一位新朋友到來——小花鹿，小花鹿的打扮有點和大家不一樣，他的鼻子架著小架子，小架子上有兩片厚厚的玻璃。

今日他們決定要玩尋寶遊戲，小白兔先把糖果收藏起，然後大家去尋找，在一片熱鬧笑聲中開始行動，在尋找過程中小花鹿的眼鏡丟掉了，這時他甚麼也看不清楚。過了一會兒，其他的小動物都找到糖果，只有小花鹿悶悶不樂；小白兔過來關心的問道：「為什麼？」小花鹿說原來以前太喜歡看手機而傷害了眼睛，他非常的後悔當初沒好好的聽媽媽的話，現在若失去眼鏡就甚麼也看不見，小動物聽罷也替他難過，他們決定把糖果分享給他，一班好朋友又回復笑聲。

透過講故事進入潛意識，在輕鬆簡單內容裡，已帶出過度使用手機對眼睛的傷害、好孩子要聽父母的教導、分享是快樂來源……子女能在愉快的情況下學到正面訊息，父母亦能輕鬆地與子女建立關係。相信總比長篇大論，令父母勞氣之餘更有可能破壞關係，來得更好更有效。

梁允乔 BoBo

家長支援協會創辦人，兒童及成長心理輔導顧問。是一位母親亦是一位祖母，有見於現今家長在培育子女時所面對的多重挑戰，期望能以專業角度，為家長們提供更多有效方法，舒緩壓力。近年致力於推廣家長教育，將心理學知識活用於親子關係，為孩子創造快樂成長空間、與家長攜手建立和諧家庭。

家長支援熱線: 6919 7314





化敵為友的感動營銷

最近在網上瘋傳著一張漢堡王的推廣照片，內容是漢堡王將會其中一日停售它最受歡迎的招牌漢堡，不少人會覺得十分奇怪，為甚麼漢堡王會停售它的招牌產品呢？難道是因為這款產品出現了甚麼問題？還是供應鏈跟不上？然而，這都不是正確的答案。

答案的關鍵在這照片中，仿佛有兩個人正在握手，人們立時便看出一邊的裝束是漢堡王，另一邊則是麥當勞。這就更加奇怪，兩間在商場一向打得你死我活的對手，竟然握手言和？這時開始有人想，這會否不是漢堡王的官方廣告呢？



就是這份好奇，驅使人很想追查兩大品牌握手的真正原因。只要凝神多幾秒，很快便能找到背後溫暖的原因。原來麥當勞正為患癌兒童舉行一個籌款活動，只要顧客在當天買一個巨無霸，麥當勞就會捐出兩美金給為患癌兒童

的慈善組織 Children With Cancer。而漢堡王停售漢堡，是為了鼓勵消費者當天前去購買麥當勞的巨無霸，以讓更多的小孩受惠。

這種廣告宣傳技巧，可說是「大逆不道」，完全違反做生意常理。第一，廣告費用不菲，怎會幫自己「倒米」，宣傳停售核心產品。第二，花錢幫競爭對手宣傳其好人好事，使對方坐享其成。第三，不吃我們的反而鼓勵吃對方的，等於認同對方產品至少等同自己的好。

但只要把思考方向往上、往深一點推，不合理的便變成很具創意的合理。事實上，顧客願意購買某一品牌的產品，除了是產品質素「性價比」以

外，更重要是有一種愉悅的感情投射。換句話說，在每一次，進行購買的過程中，只要顧客能對這品牌產生一種開心快樂的感情聯繫，例如價值觀的認同、美好的回憶，在眾多產品的選擇中，能選上這品牌，真的如「談戀愛」的心理狀態，這便是「感動營銷」，製做這種感動其中一個方法便是「內容營銷」，即是這品牌的好人好故事。

事實也正是，這廣告一出，大家都十分敬佩漢堡王的「胸襟」大到即使讓競爭對手贏，為了患癌的受助兒童福祉，寧願犧牲自己的生意也在所不辭。這種「人性化」的廣告營銷策略，其實也是「借力打力」的高招，對麥當勞和漢堡王雙方都有所得益。先說漢堡王，它今次為麥當勞這個強敵停售產品，當然引起了消費者的回響和注意，我們身處香港也知道這推廣的內容，足見其影響力，相信即使失去一天售賣漢堡收入（要注意只是漢堡王店內眾多產品的一項），其宣傳威力都是值得的。有了溫暖正面的感情投射，顧客的購買是會加倍奉還的。

對於麥當勞來說，本來舉行籌款活動沒有甚麼特別，老實說，大家每天走到麥當勞（或其他快餐店），大家也會見到正為著不同機構籌款，消費者對此不會有甚麼特別反應。但今次經漢堡王的廣告加持，這次的籌款活動成效自然會倍增。

傳統看法認為商場如戰場，面對競爭對手，我們習慣不用其極地把對方置於死地，「同行如敵國」是金科玉律。但今時今日，企業能夠生存下來，最大的要素不是把競爭對手殲滅，而是把行業的生存空間托大，換句話說，就是「做大個餅」，所以在市場裡競爭對手除了是競爭者 (competitor) 同時也是互補者 (complementor)。說實話，一個健康的市場結構，怎會只有一家獨大呢？只要用心做好產品又用創意經營，一個充滿活力又有合理回報的市場，企業各自精彩地經營不是更美麗嗎？顧客不是更開心嗎？

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》、《唔緊要一心中有富的人生智慧》等。





最牛快遞員——竇立國

這是發生在我們身邊真實的人和事。

2014年，阿里巴巴在美國紐約上市，馬雲選擇了8個阿里巴巴的客戶作為敲鐘人，其中一個是快遞員竇立國。

為什麼馬雲偏偏選擇了竇立國？

1996年初中畢業的竇立國，北漂後的第一份工作是飯店的保安，每天給人開門，扶人下車，月薪600元。工作閒時他都會主動擇菜、掃地。一天突然下雨，許多客人沒帶傘，他見狀主動拿起傘接送客人上車下車，自己全身濕透、渾身發抖。這種服務態度被酒店經理看見了，因此得到了夢寐以求的做廚師的機會。

做廚師時，大家都在想法偷懶，竇立國卻習慣性地多做一些小事。每天五點就起床，為師父準備好每天的早餐，主動找活幹。勤快肯幹的他因此俘獲了飯店女服務員姬曉麗的芳心。

2008年，飯店生意不景氣，夫妻倆為了謀生做起了快遞員。當時的快遞行業並不景氣，快遞員工作受歧視。每天早出晚歸，收入都不足20元。當別的快遞員累了、受委屈了、想著換工作時，他卻想著怎麼解決問題？

為了讓人在需要寄快遞時想起他，竇立國自掏腰包印了很多名片，每天早晨，堅持在自己負責的區域，見人就發。十個人中有九個都不要，通常是拿到手後轉身就扔，有的還罵他礙事兒。但他不氣餒，開始在名片上印一些訂餐、訂水的資訊，為顧客提供周

邊資訊服務，還自製了一個腳蹬三輪快遞車，在後面貼上了粗體紅字的醒目廣告語，讓所有人都知道，送快遞可以找他。

為了讓更多顧客能夠成為回頭客，他主動和顧客聊天，瞭解顧客喜好，經常送禮物給顧客。為了讓顧客第一時間收到快遞，他細心觀察周圍的路況，還手繪了一份地圖。哪條無名小道通向哪裡，哪個地方有惡犬出沒，哪個地方最容易堵。這份地圖在快遞員中間流傳，有同行戲稱他比“百度地圖”還靠譜。

時間是最好的證明，竇立國成了公司最牛的快遞員，包攬了負責區域一半的業務量，被評為十佳員工、勞動模範，還被郵政快遞行業組織評為全國最美快遞員50強之一。

2013年，竇立國向公司毛遂自薦當上分公司經理。集團公司給了他一個爛攤子：全國72家分公司中業務倒數第一的分公司。2年後，竇立國管理的分公司就被評為年度業績總冠軍。加入公司5年，他掙了200萬，在北京買了6輛車，在老家買了一套150平米的大房子，用每年收入的三分之一或四分之一做自己的公益事業。

他說：「很多人沒有把小事放在眼裡，所以就丟了大事。雖然我起點沒有別人那麼高，但只要我們做個有心人，眼裡有活，手多動一點，腦子多想一點，我們一定可以實現自己的夢想。」

縱觀竇立國的職業生涯，發現這一切並非偶然，他讓我們明白：事業不分貴賤，成功是從小事幹起來的。

月亮老師

連續十年從事上市集團公司人力資源、銷售團隊管理工作。精通企業內部管理，自2004年開始從事專業培訓授課工作，擅長將心理學與團隊建設、企業管理相結合，管理實例具體，直擊企業績效。



港澳地區

香港

香港九龍新蒲崗爵祿街33號6樓
(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座
(853) 2871 9588

台灣地區

高雄

高雄市前金區中正四路168號4樓402室
(886) 7 271 0018

台北

台北市士林區延平北路六段419號
(886) 2 28106366

桃園

桃園市中壢區民權路四段281號
(886) 3 287 2290

台中

台中市北屯區文心路四段752之9號10樓
(886) 4 2236 7125

台南

台南市永康區東橋一路590號
(886) 6 302 7500

華東地區

上海

上海市徐匯區田州路159號12單元1樓
(86) 21 3466 3108

南京

南京市鼓樓區和燕路63號南線都市產業園B座105
(86) 25 8969 1136

無錫

無錫市新區湘江路2號金源國際B座707-708室
(86) 510 8821 3822

杭州

杭州市濱江區濱盛路1870號新世界·鉅悅軒2010室
(86) 571 8538 3906

華南地區

廣州

廣州市天河區東圃車陂路黃洲工業區
大院內自編8號第一層西
(86) 20 3426 3976

珠海

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

江門

江門市蓬江區興華苑1號
興華商業大廈901
(86) 750 3388 139

中山及肇慶

中山市西區優格國際二期8棟105卡
(86) 760 8823 7369

佛山

佛山市南海區桂城街道夏南路61號
創越時代文化創意園4座509-511
(86) 757 8622 3262

福州

福州市鼓樓區東街道東街121號
新亞大廈16樓03室
(86) 591 8750 5755

南寧

廣西南寧市民族大道63-1號
歐景城市廣場T4棟1803號房
(86) 771 578 5760

深圳

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

東莞

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

長沙

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

海南

海南省海口市振興南路26號
美舍苑3棟首層
(86) 898 6539 4489

廈門

廈門市思明區浦南一路37號樓
第二層201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

成都市青羊區北大街19號正成財富領
地3棟308室
(86) 28 8597 2082

西安

陝西省西安市未央區鳳城一路12號
中城大廈12樓06室
(86) 29 8961 8848

華北地區

北京

北京市朝陽區朝陽路67號9號樓3層309
(86) 10 5166 5582

天津

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

武漢

武漢市江岸區解放大道2044號
江城商務大廈315室
(86) 27 6230 0082

東南亞地區

吉隆坡

LBS SERVICES (MALAYSIA) SDN.BHD. (1192449-H)
Unit D-5-8, Block D, Megan Avenue 1, No.189 Jalan
Tun Razak, 50400 Kuala Lumpur, Malaysia
(60) 3 21610808

新加坡

LBS SERVICES (SINGAPORE) PTE. LTD.
5 Penjuru Close #03-00 Singapore 608600
(65) 6862 3777

史偉莎集團旗下

生機源(香港)有限公司

香港九龍新蒲崗大有街36號華興工業大廈9樓C座
(852) 3575 2575
www.biocycle.com.hk

生機源專業清洗服務有限公司

香港九龍新蒲崗大有街36號華興工業大廈9樓C座
(852) 3575 2575
www.biocycleac.hk

瀛峰有限公司

香港九龍新蒲崗大有街36號華興工業大廈9樓C座
(852) 3575 2555
www.biokill.hk

香港潔淨水有限公司

香港新界葵涌大連排道35-41號金基工業大廈
19樓C室
(852) 3466 0000
www.hk-water.com

RENAUD AIR LIMITED

香港九龍新蒲崗爵祿街33號6樓
(852) 5804 4760
www.renaud.hk

瑞洛環境科技(上海)有限公司

上海市徐匯區田州路159號12單元1樓
(86) 400 920 3910
www.renaudair.cn

