

旭日之聲

第四九四期
旭日集團員工閱讀刊物
非賣品

本刊物由【旭日之聲】
統籌委員會編製
每月出版
電子郵箱：gseditor@glorissun.com

再談「因果」

企業文化推廣組

因果，世間的萬事萬物都是有因果的，行為因，報為果，因果報轉或「因果報應」。

現今的世界，大多數人都以追逐金錢、地位、名利等「物質財富」作為人生的目標，往往為了自己的私利和慾望，妄顧良心，損人利己，犯下了種種惡業，殊不知其造下的惡因，將來是要受到業報的。

《太上感應篇》說：「善惡之報，如影隨形。」人心有善惡，果報如日光照身影，身正影正，身斜影斜。

《三世因果經》有云：「欲知前世因，今生受者是。欲知來世果，今生作者是。」意思是過去造什麼因，現在就受什麼果，現在造什麼因，未來就結什麼果，這是因果的規律。而且，因果是貫通過去、現在和未來的。佛經說：今生果報是前世修來的，前世造善因，今生就得善果，前生造惡業，今生便有惡報。俗話說：「善惡到頭終有報，只爭來早與來遲。」三世果報在歷史上比比皆是，有的報在現世，有的報在

後世。經云：「假使百千劫，所作業不亡，因緣會逢時，果報還自受。」所以，佛教奉勸人們要深信因果，「諸惡莫作，眾善奉行」。只要我們相信因果，戒惡修善，最終是能夠離苦得樂的。

星雲大師《談因說果》中有如下的開示：「因果，是事實，是人間的真相，也是很高的哲學；有因必有果，它的準確性連現代的電腦科技也不如。因果報應不但為人間所不能勉強，蒼天所不能更易，即使鬼神也不能違抗，它支配了宇宙人生的一切，也種下了橫貫過去、現在、未來的因緣。因果俱由業識所成，『十來偈』中說得最是深入淺出：

『長壽者慈悲中來，短命者殺生中來；端正者忍辱中來，貧窮者慳貪中來；高位者恭敬中來，下賤者傲慢中來；瘡痍者誹謗中來，盲聾者不信中來；諸根不具者破戒中來，諸根具足者持戒中來。』

這首偈告訴我們：人間的貧富貴賤，生命的長壽夭亡，容貌的端正缺失，不是第三者所操縱，而是取決於自己的身、口、意三業是否端正？是否有「同理心」，是否樂於助人？不但衣食住行有因果，禍福生死也有因果，我們過去培植了多少福德因緣，現在就有多少福報。人要懂得愛惜，不可恣意為惡。我們這一生中，如果要想富貴、幸福、如意，就應該培植福德，就好比銀行的存款要節約珍惜，不能亂花亂用，揮霍掉，更不能用完，像朱子治家格言說的：『一粥一飯，當思來處不易；半絲半縷，但念物力惟艱。宜未雨而綢繆，毋臨渴而掘井。』另一方面，要培植福德。滿倉滿谷的存糧總有吃完的時候，只有春天在田地裡播種，才能有秋天的收成。世間上沒有無因之果，也沒有無果之因。因果如何，全在自己。」

經云：「一切世間之所有，種種果報各不同，所有果報從茲起，莫不皆由業力成。」世間善惡報應，皆是自作自受；禍福無門，唯人自招。所謂「善有善報，惡有惡報，不是不報，時間未到，時間一到，一切都報。」但願各人珍重，共勉。

有的報在現世，有的報在

香港紡織界合辦「全國兩會精神交流分享會」 促進香港融入國家發展大局

3月28日，由香港紡織商會、香港紡織業聯合會、香港愛國主義教育促進會聯合主辦的「全國兩會精神交流分享會」，於旭日集團的「一號九龍」43樓多功能廳舉行。活動旨在深入學習與傳達「全國兩會」精神，推廣「愛國者治港」理念，並回顧國家「十四五」成果、展望「十五五」規劃部署，進一步推動香港更好融入國家發展大局。香港紡織商會會長、旭日集團副董事長兼總經理楊勳，香港紡織商會會董、旭日集團董事兼副總經理張慧儀，香港紡織商會常務副會長、旭日集團董事楊燕芝，香港紡織商會副會長、旭日商貿（中國）有限公司副總經理劉偉文，旭日集團總經理辦公室財務總監梁煥明，主辦團體要員及社會各界領袖應邀出席，現場座無虛席，氣氛熱烈。

分享會邀請全國政協委員、香港紡織業聯合會名譽會長、香港紡織商會永遠榮譽會長陳亨利博士；全國政協委員、香港紡織商會監事長、香港愛國主義教育促進會執行主席王庭聰；全國政協委員、香港紡織商會名譽會長顏寶鈴；以及全國政協委員葉建明主講，向同業分享「全國兩會」

的重要訊息，以及對香港未來發展的重要意義。

於分享環節中，陳亨利博士建議，香港應發揮國際化平台功能，助力內地品牌抱團出海；推動大灣區低空經濟試點，提升物流效率；並帶領紡織業對接「一帶一路」，以創新設計與高端技術打造時尚產業樞紐。

王庭聰先生呼籲，凝聚更多愛國愛港力量，將國家戰略轉化為具體行動，尤其要加強青年愛國主義教育，並從住房、托育、教育公平等民生政策入手，為青年創造更多向上流動的機會。

顏寶鈴女士建議，香港北部都會區可通過建設跨境電商產業園，積極對接「十五五」規劃。她鼓勵香港紡織業界抓住「一帶一路」發展機遇佈局海外市場，分散投資風險。

葉建明先生強調，「十五五」規劃標誌中國經濟從速度型轉向質量型，為香港帶來兩大機遇：對接國家戰略，透過專業服務和低稅制優勢，協助內地企業「走出去」；把握內地超大型消費市場轉型，利用品牌優勢拓展內銷。

楊勳先生在總結發言中表示，以中國發展歷程為例，指出國家從摸索前行到「富起來」、「強起來」，關鍵在於「五年規劃」的逐步落實與靈活調整。他強調，環境已然改變，不懂應變便難以生存。回顧香港昔日成功，源於自由市場與個人奮鬥，但在當前國際競爭下，舊有思維已不足應對挑戰。他呼籲業界團結一致，摒棄抱怨，轉向積極行動，從制定自身規劃做起，腳踏實地，勇敢踏出改變的第一步。傳訊及公關部



楊勳先生、陳亨利博士（前排左七）、王庭聰先生（前排右七）、香港紡織業聯合會會長羅正杰（前排左五）、楊燕芝小姐與香港紡織界代表合照

惠州市外商投資企業協會2026年春茗晚會 楊勳先生受邀出席並送上美好祝福

3月31日，惠州市外商投資企業協會2026年春茗晚會在惠州皇冠假日酒店隆重舉行。香港駐粵經濟貿易辦事處主任李炳威，廣東省商務廳副廳長、廣東外商投資企業協會會長朱小軍，原廣東省商務廳副廳長、原廣東外商投資企業協會會長吳軍，惠州市政協黨組書記、主席溫勇瑜，惠州市人大常委會黨組副書記、副主任、市委秘書長馮起忠，惠州市政府副市長段致輝等領導以及市直有關部門、各縣（區）領導，友好商（協）會負責人，會員企業代表等500餘人出席活動。惠州市外商投資企業協會永遠榮譽會長、旭日集團副董事長兼總經理楊勳，協會常務副會長、旭日集團董事兼副總經理張慧儀，協會副會長、旭日集團總經理辦公室總監楊瀚業，旭日集團副總經理鄒慶平等集團代表受邀出席。

晚會開場，全場嘉賓共同觀看了協會專題片《務實篤行 聚力向新》，回顧協會2025年的重點工作與成果。隨後，惠州市外商投資企業協會會長吳惠城，李炳威主任，朱小軍會長，段致輝副市長依次致辭。吳惠城會長強調協會將進一步發揮橋樑作用，助力政企溝通與會員協作；李炳威主任表示香港將繼續支持港企在惠發展；朱小軍會長鼓勵外資企業把握機遇，持續加大投資與推動創新；段致輝副市長則表示，惠州將不斷優化營商環境，支持外資企業紮根成長、共享紅利。

晚宴及抽獎環節，現場氣氛熱烈。楊勳先生作為特邀抽獎嘉賓，抽取壓軸現金大獎。他藉此機會，祝願與會嘉賓及眷屬，身體健康、家庭幸福、事業興旺、生意興隆、財源廣進、業障消除、智慧增長，六時吉祥！全場響起熱烈掌聲，將晚會氣氛推向高峰。 惠州公關部



李炳威主任（左六）、吳軍原會長（右四）、溫勇瑜黨組書記（右五）、段致輝副市長（左三）、吳惠城會長（左五）、楊勳先生及參會嘉賓合影

旭日商貿(中國)有限公司榮獲「行業領航卓越獎」

3月25日，惠州市惠城區江北街道辦於江北富力萬麗酒店舉辦「聚勢賦能，向新而行」現代服務業招商推介暨江北商會周年春茗會。惠城區委常委、統戰部部長張琪，江北街道黨工委書記陳



光等領導，及商會、金融機構、行業協會代表等近300人齊聚一堂，共話合作、共謀發展。旭日集團中國總部行政辦公室助理總監單陳參會。

會上，旭日商貿(中國)有限公司榮獲「行業領航卓越獎」，惠州市輝年物業管理有限公司獲評「安全規範化建設企業」。這兩項榮譽，既是對真維斯品牌在服裝行業發展的認可，也是對集團物業管理堅持規範化、精細化運營的肯定。

惠州公關部

九龍社團聯會一行到訪旭日集團中國總部

4月18日，由港區全國人大代表、九龍社團聯會理事長徐莉，九龍社團聯會副會長兼婦女事務委員會主席蘇麗珍率領的「妍亮精彩人生—深入灣區之旅2026」考察團一行33位代表到訪旭日集團中國總部，受到旭日集團總經理辦公室總監楊瀚業等集團代表熱情接待，並圍繞集團品牌發展、數智化建設與灣區融合等主題展開了深入交流。

在楊瀚業先生的陪同下，考察團首先參觀了真維斯位於惠州市惠城區橋西街道中山西路的旗艦店，親身體驗真維斯品牌「名牌大眾化，物超所值」的產品魅力，並在現場選購心儀服飾。隨

後，考察團到集團中國總部參觀真維斯電貿及品牌形象中心，詳細了解真維斯在電商領域的發展、品牌年輕化戰略及「品牌生態圈」項目的創新實踐與顯著成果。為表達對來訪嘉賓的誠摯歡迎，集團向每位考察團成員贈送了真維斯T恤，傳遞溫情。

座談交流環節中，九龍社團聯會代表對旭日集團的熱情接待與細緻安排表示衷心感謝，並贈送感謝狀，讚譽集團在促進灣區交流、支持婦女事業發展方面所作的積極貢獻。徐莉理事長表示，此次參訪不僅讓香港婦女代表近距離感受到大灣區龍頭企業的創新活力與社會擔當，也為未來推動粵港兩地在文化、經濟及社會服務等多領域的合作奠定了堅實基礎。

楊瀚業先生表示，集團始終秉持「窮則獨善其身，達則兼善天下」的核心價值，積極支持並參與粵港澳大灣區的建設與發展。此次與九龍社團聯會的交流，正是集團踐行灣區融合、推動社會共進的生動實踐。希望未來能與聯會加強聯繫，共同探索更多合作可能，為灣區婦女創造更多發展機遇，助力「妍亮精彩人生」。

惠州公關部



徐莉理事長向楊瀚業先生致送感謝狀

惠城區外商投資企業協會考察團到訪旭日集團中國總部

3月26日，惠城區外商投資企業協會會長陳偉明、名譽會長洪光汜、名譽會長林長泉、常務副會長楊偉定等，一行78名會員企業代表考察團到訪旭日集團中國總部，受到大進投資有限公司副總經理黃國東、旭日集團中國總部行政辦公室總監葉雪蕾、旭日集團總經理辦公室財務總監梁煥明、旭日信息科技(惠州)有限公司總監黃楚雄、旭日企業品質系統管理部副總監廖虹濤等集團代表的熱情接待。

座談會上，黃國東先生、黃楚雄先生、廖虹濤小姐分別向到訪嘉賓介紹了集團品牌生態圈項目。圍繞集團品牌發展與

數智化建設，介紹了品牌生態圈的概況、「標準化、流程化、信息化、智能化」四化建設以及AI智能審款系統，充分展現集團加快數智化轉型賦能全產業鏈，持續強化品牌建設，以創新驅動實現可持續高質量發展的實踐路徑。

互動交流環節氣氛熱烈，考察團會員企業代表結合自身發展實際，就供應商審批、出貨時效、IT建設與資料處理等核心問題與集團代表進行了深入交流探討。

交流結束後，考察團一行實地參觀了真維斯電貿及品牌形象中心。

惠州公關部



旭日集團代表與惠城區外商投資企業協會考察團合影

2026年惠州永福寺丙午清明水陸法會功德圓滿

丙午清明法筵開，永福壇場聖凡來。香燈花果皆供養，一字一偈見如來。

惠州永福寺於4月4日至11日啟建丙午年清明冥陽兩利水陸普渡大齋勝會，法筵殊勝，四眾雲集，近百位法師共襄盛舉。作為本次法會大功德主，旭日集團副董事長兼總經理楊勳、董事兼副總經理張慧儀率集團及分公司代表、友好單位及信眾近200人共同參與此次莊嚴盛會。

法會設內壇、大壇及諸小壇，持續七晝夜，大眾如法如儀，精進修持。內壇禮請香港鹿野苑院主慧圓法師主法，常州天寧寺監院繼純法師為正表，永福寺住持常斌法師為副表；大壇由惠州市佛教協會副會長道然法師領眾修持。法會期間，恭請東莞觀音山寺住持妙一法師、香港鹿野苑院主慧圓法師及廣州光孝寺方丈明生大和尚分別登座說法，以般若智慧開示大眾。

送聖圓滿，明生大和尚寄語大眾，要護持善道，傳承善法，精進修行。楊勳先生與大家分享心得，感恩佛菩薩的加持與龍天護法的護念，感恩法師每一年如理如法地啟建水陸勝會。自己雖年漸長，但狀態不減，皆因佛菩薩的加持，才能專注地和大家一起禮佛共修。更倡導大眾，當今世界環境下，我們能愈來愈好，需要知恩圖報，感恩國家。最後，祝願大眾業障消除、智慧增長、六時吉祥、萬事如意。

惠州公益組



明生大和尚(前排左十二)、慧圓法師(前排左九)、繼純法師(前排左八)、寬靜法師(前排右九)、常斌法師(前排右八)等諸位法師、楊勳先生、張慧儀小姐及信眾大合照

圖片新聞



3月18日，「情繫山區送書助學」捐贈儀式於惠東縣港口英雄民兵連紅軍小學舉行。2025年旭日捐資助學惠州地區30所學校建設「愛心圖書室」，共捐贈83,587冊圖書及81組圖書架。廣東省教育基金會副理事長兼秘書長謝紹煒，惠州市惠東縣教育局副局長馬彥升，旭日集團中國總部行政辦公室總監葉雪蕾及旭日獎工作領導小組成員張就進、余雪梅、嚴佩馨、方文良，惠東縣受贈學校代表、師生代表共同出席儀式。

惠州公益組



3月26日，旭日集團中國總部邀請惠州學院人力資源管理教授徐寧主講「職業生涯探索：從自我認知到生態共建」課程，共192名同事學員參與。課程圍繞職業生涯三維度(長度、厚度、寬度)理念展開，通過引導學員運用PDIT(人物、數據、想法、事物)模型進行自我認知與優勢定位，並結合集團品牌生態圈五大板塊及員工核心能力框架，幫助學員明確個人發展方向與能力提升路徑。

惠州人力資源部



3月29日，寶蓮禪寺護國息災祈福世界和平萬燈法會圓滿舉行。法會由香港佛教聯合會會長寬運大和尚，以及僧徹法師、智忠法師、智河法師、慧圓法師主法，旭日集團副董事長兼總經理楊勳、旭日集團董事兼副總經理張慧儀、楊氏家族成員、旭日榮譽成員、同事及友好參與法會，於萬佛寶殿前以萬盞酥油燈供養十方諸佛。祈願國泰民安，風調雨順，人民安樂，三災不起，疾疫不生，干戈永息，世界和平。

傳訊及公關部



4月10日，旭日集團中國總部舉辦「電子商務經營合規指引」專項法律講座。特邀廣東偉倫律師事務所的周雲雲律師擔任主講人，講座圍繞服裝行業電商經營中線上宣傳、定價策略、促銷活動與產品質量開展，通過真實案例，揭示不合規經營引發的民事賠償、行政罰款及平台處罰等法律後果。與會者回饋，講座對各部門及合作夥伴日後規範經營、有效規避法律風險、保障企業穩健發展提供了有力的指導。

秘書處、惠州人力資源部



4月14日，旭日集團中國總部邀請惠州學院計算機科學與工程學院索劍教授，為300名同事學員帶來一場主題為「AI場景下員工數智素養提升的底層邏輯和路徑」的課程分享。課程緊貼AI爆發的時代脈搏，梳理AI發展演進階段及底層邏輯，通過DeepSeek等前沿案例，探討了人機協作新模式；通過重塑信息處理思維，引導大家向更具創造力的角色進階。

惠州人力資源部

五次經理會交流，三段感悟，一段旅程。當我嘗試為這段經歷命名時，發現它已超越了一場普通的年終總結。它像一面多稜鏡，折射出個人成長、團隊融合與時代趨勢的多重光譜。

從聆聽者到內觀者

最初的參與，我帶著匯報者的任務心態，急於表達與吸收。然而，楊勳先生營造的場域悄然改變了這一切。這裡少有居高臨下的訓導，更多的是如涓涓細流的智慧分享。猶記得他通過分享「杯子的故事」，講述解決問題的關鍵在於「轉換視角、多元思考」，這讓我意識到，最深刻的智慧往往蘊藏於最簡單的視角之中。而真正的職業成長，不僅是技能的精進，更是心性的錘煉。經理會，於我而言，成了一個獨特的內觀道場。

從部門視角到系統思維

經理會的會議匯聚了不同業務的夥伴。起初，我更多是站在本部門的立場思考問題。但當聽到其他部門同事分享工作細節時，我原有的認知邊界也被打破了。這不僅僅是信息互通，更是一種思維破壁的體驗。我看到了自己所負責的環節，在集團整體價值鏈條中的確切位置，也看到了其他部門的挑戰與貢獻。

在對話與自省中前行
我的經理會成長筆記

如何與我部息息相關。這種從「點」到「線」再到「網」的認知升級，讓我深刻體會到：協同力是源於目標共認後形成的整體合力。我們不是在各自划船，而是在共同駕駛一艘大船，看清全貌，方能同舟共濟。

從傳統到未來的融合

這次經歷的獨特魅力，還在於它巧妙地融合了看似不同的維度。一方面，引導我們從佛教與中華文化中汲取智慧，關於心性修養與處世之道的深厚智慧；另一方面，討論人工智能、市場趨勢等前沿議題，這些貫通古今的議題，提醒我們，既要感受到國家崛起背後的組織文化與精神傳承，也要清醒地看到科技革命帶來的新勢能。集團「人無我有，人有我優，人優我轉」的宗旨，在此刻有了更立體的詮釋：「轉」，不僅是業務的轉型，更是思維模式的迭代。它要求我們既要有紮根於文化底蘊的定力，不隨波逐流；又要有面向未來的活力，以深厚的「根」去滋養創新的「葉」。

最後，感謝集團提供如此深刻的學習場域，前行路上，願我能帶著這份自省與勇氣，繼續書寫個人與組織共同發展的新篇章。

集團中國總部經理會



與時間賽跑

杳燈暈黃的光裡，我望著手機螢幕上跳動的時鐘，指針即將劃過23:59。恍惚間，一年前那個躺在床上、滿心期待又不安的職場新人身影與此刻的我重迭。這一年的職場旅程，就像一場與時間的賽跑，而當我放慢腳步回望，手指懸停在鍵盤上方，突然意識到這場與時間的追逐遊戲裡，我竟在不經意間學會了如何與這位嚴苛的對手共舞。原來職場新人的成長，不在於跑贏時間，而在於讀懂時間暗藏的韻律。

初入職場的我，如同被按下快捷鍵的電影主角，瘋狂追逐著「高效」的幻影。上班路上，我攥著手機反覆核對待辦清單；工作中，指尖卻在鍵盤上翻飛處理緊急郵件。當前輩善意提醒「別太急，慢下來」，直到那一次，自己做的資料因低級疏漏被徹底否定，我才驚覺，自己所謂的「快節奏」，不過是用忙碌的表象掩蓋了思考的匱乏。

職場的時間悖論逐漸顯現：那些遊刃有餘的同事，反而不顯得慌亂。我觀察到總監會在晨會前閉目養神，面對突發狀況沉默三秒再回應，甚至延後決策。她的話「時間管理不

是做更多的事，而是做更對的事」，顛覆了我對效率的固有認知。我開始在計劃中留空白時段，學會延遲回應，工作品質反而提升。

深度工作帶來蛻變。我現在會將無意義的群聊設置消息免打擾，專注處理核心工作；面對緊急任務時，不再下意識地說「馬上完成」，而是冷靜評估優先順序。神奇的是，當我學會「慢下來」，工作效率反而大幅提升——曾經需要一天時間才能完成的工作，在連續兩小時的深度工作中就能完成。

我明白，與時間賽跑的勝利，在於懂得何時加速何時緩衝，成長發生在與時間共舞的過程中，職場長跑者的秘密，不是盲目追求速度，而是找準方向。當我不再焦慮任務耗時，能坦然要求沉澱時間時，我已從時間的奴隸蛻變為朋友。

未來的職場之路，或許依然充滿未知與挑戰，但我已不再畏懼。因為我知道，只要懷揣著對時間的敬畏，保持內心的節奏，便能在這場永無止境的賽跑中，書寫出屬於自己的精彩篇章，讓每一刻的付出，都綻放出獨特的光芒。

劉美華



在日常工作中，復盤早已成為我每日堅持的習慣。每每面對工作難題、突發任務時總會發現，明明相關知識、方法都已學過，可當困境來襲，卻依舊手足無措、被動應對，難以高效解決問題。靜心反思後才驚覺：工作中我們不過是將知識、經驗收存起來，僅停留在聽過、看過的層面，從未真正銘記於心、融於實際行動，更未曾在實踐中反覆琢磨、深度思考，最終陷入學用脫節的困境。

以「學」為友，以「思」作伴，正是破解這一困境的關鍵。

「學而不思則罔，思而不學則殆。」學是思的起點，思是學的深化，二者相輔相成。

學習，是獲取工作知識、夯實業務能力的基石。工作中的學習並非空談理論，若脫離學的積累，一切思考都將成為無根之木、無源之水。可現實中，不少人陷入「學而不實」、「學而

不思」的誤區，機械接收知識卻不靜心琢磨，最終讓所學淪為浮於表面的空談，無法轉化為實際工作能力。

思考，是對工作知識的深化提煉，更是提升工作效能的核心。工作中的思考貫穿全程：開展工作前，理清目標、謀劃思路；推進工作中，破解難題、優化方法；完成工作後，復盤得失、總結經驗。「為學之道，必本於思，思則得之，不思則不得也。」沒有深度思考，再豐富的知識也難以發揮價值，即便掌握再多方法，也無法靈活應對實際工作問題。

立足工作實際，我們真正做到學思融合：學習業務知識、工作方法時，多結合崗位實際深思踐行，讓知識紮根工作場景；處理事務、解決難題時，主動聯動所學梳理思路、總結方法，以思考推動學習成果落地。將學思結合融入日常工作每個環節，在學習中積累，在思考中提升。

身處當下，我們更應審時度勢，將學與思融入成長的每一步，讓學思相伴成為一種本能。以學為友，方能築牢成長的根基；以思作伴，方能點亮前行的道路。唯有學思並進，方能真正做到知行合一，在求索之路上行穩致遠。

邱寶蓮

那個讓全民沸騰的張雪，夢想不需要許可證」在某個領域綻放光芒，機車故事彷彿還在昨天：3

小時，100公里，下著大雨的公路上，一位19歲少年騎著破舊摩托車在雨中追著採訪車，若隱若現地出現在後視鏡裡。記者問：「如果上了電視，還是沒有車隊要你怎麼辦？」這位衣衫濕透的少年，睜著一雙澄澈的眼睛對著鏡頭說：「你年輕的時候沒有去做，到老了，肯定會後悔，年輕做了，就算到老了失敗了，肯定不會後悔！」

在很多人的認知裡：先拿資格、獲得許可，方能起步，似乎是一套固定程序，一場漫長的「集齊許可證」旅程。學歷是許可證，專業對口是許可證，大廠履歷是許可證，都在告訴你「夠格了」，你才可以進入下一關。當家長看到孩子對某種事物心生熱愛時，下意識便會盤算：甚麼專業能匹配這愛好？以後找甚麼工作合適？早已默默規劃孩子未來的「許可證」道路，卻全然不顧他此刻眼裡那團火苗。

別讓「必須先集齊許可證」的執念，堵死了孩子未來的可能路徑。沒考上心儀專業不代表「沒資格」去做喜歡的事，沒拿到某張證書不代表「不



配」在課本之外的興趣愛好不代表不務正業、浪費時間。

身處信息爆炸的當下，學習的門檻已然不斷降低，夢想入場券變成了：你是否真心想做這件事？人生的牌局裡，輪不到我們決定時代、機遇、原生家庭。可我們擁有夢想這張屬於自己的底牌。

常言道「台上一分鐘，台下十年功」，張雪憑著對摩托車的一腔熱忱，日復一日潛心鑽研，練就紮實功底。這也是旭日文化裡的「拳不離手、曲不離口，知行合一，事上用功」的最好註釋。唯有將理論與實踐深度結合，或許當下難見成績，或許要經過坎坷與磨礪之後，才能顯出它的鋒芒。

夢想與熱愛，從無法規劃、速成。請讓孩子在學業成績之外，保有獨屬於他自己的那團熱愛之火。告訴他：「夢想不需要許可，想學，就去了解；想做，就去動手試；想追，就冒著雨跑100公里！」

但行熱愛，莫問前程，最底氣的許可證是自己給自己頒發的那張。張雪如是、孩子們如是、你我亦如是。

詹玲

職員喜訊 地區公司/部門 姓名 晉升職位

中國總部	香港總部	力佳實業有限公司/創耀有限公司 品質保證部	薛勤	總監
旭日集團有限公司 品質系統管理部	旭日集團有限公司 總經理辦公室	羅嘉輝	經理	
旭日集團有限公司 人力資源部	旭日集團有限公司 品質系統管理部	張樺	副經理	
張樺	賀曉思	副經理	助理總監	

述說我們的故事：李仲安篇（四）

以下為李仲安先生講述的故事（第四部分）——

在整個業務工作中，策略是至關重要的，特別是從廣東劃歸大進投資的案例中更能體現。我認為，真維斯的快速發展壯大，關鍵在兩個方面：

第一方面是公司的發展基於長遠的規劃和佈局。楊勳先生經常在會議上提到，我們必須要充分結合外面市場的狀況，緊跟國家發展的趨勢和方向。如廣東的GDP是全國最大的，而我們自己在廣東的業務卻是最小的，這種情況是不合理的。事實上經過調整處理，我們廣東業務的發展得到了快速壯大，幾乎成為全國最大業績的口岸。這也是楊勳先生從宏觀方向看待問題的結果，所以企業非常需要管理層的高瞻遠矚。

第二方面是細緻的工作管理。如何讓真維斯品牌發展得更好、更穩固，需要將工作落至細處。對我們來說就是楊勳先生不斷提及的數據管理。在真維斯，數據管理由市場部負責，IT部提供技術支撐。楊勳先生常說：用數據說話，實事求是，更能客觀地說明問題。公司在這方面下了很大功夫，特別是IT技術的投入。也因為奠定了這個基礎，現在的網購業務工作開展就更容易了。我也希望現在真維斯的同事們都能很好地理解這兩方面，紮紮實實地把工作做好。（未完待續）

李仲安先生講述 歷史資料整理小組整理

職員進修喜訊

姓名	公司/部門	獲得證書	發證機構
翟文聰	旭日商貿(中國)有限公司 惠州真維斯電貿分公司 顧客服務及訂單管理中心	市場營銷 (高升專)	廣東開放大學
柯文珊 駱如心 鄭康旋 張慧 李惠英 鍾靜怡 鍾愷文 林演和 廖嫻情 丘洪桃 鄭劍英 唐越	旭日商貿(中國)有限公司 惠州真維斯電貿分公司 聯營業務部	電子商務師 (中級)	廣州大洋教育科技股份有限公司
袁艷	旭日商貿(中國)有限公司 惠州力佳貿易分公司 財務部		
溫麗瑛 譚小君 包海燕 葉小梅 吳少珍 劉麗嫻 黃曉燕 吳小兵 陳鳳妹 方慧瑜	旭日集團有限公司 總經理辦公室	財稅合規師 (高級)	中國認證認可協會
黃秀歡 鄭小蓮 黃秀清 陳靜敏 葉柳屏	旭日集團有限公司 總經理辦公室地產組		

惠州仲愷中學「旭日獎」品行優秀獎學金頒獎儀式圓滿舉行 旭日踐行社會責任 二十一年初心不改

4月1日，惠州仲愷中學2025年「旭日獎」品行優秀獎學金頒獎儀式舉行，表彰品行優秀的學子。校企雙方代表、全校高一及高二學生齊聚學校升旗台前，共同見證榮耀時刻，傳遞向善向優的力量。

原惠州市委常委楊燦培，旭日集團公益組總監楊玉懷，旭日獎工作領導小組成員張就進、余雪梅、嚴佩馨、方文良，以及仲愷中學校長張偉雄、專職副書記鍾錦山、副校長趙群祥、副校長蔣振、黨委委員盧華林等校領導出席儀式。

儀式在溫情莊重的氛圍中推進。鍾錦山副書記致辭，向獲獎學子表示祝賀，並向旭日集團長期支持學校教育事業表達誠摯感謝；隨後，盧華林委員宣讀表彰名單，與會嘉賓與校方領導依次為獲獎學子頒發榮譽證書，現場響起陣陣掌聲；頒獎結束後，獲獎學生代表發言，分享了自身在品行修養與

學業追求中的感悟，真誠表達了對旭日的關懷與學校培養的感恩之情。

校方代表張偉雄校長向旭日代表楊玉懷女士贈送錦旗，感謝旭日集團對學校教育事業的支持，並號召全體學子以榜樣為鏡，涵養高尚品德，不負青春韶華。

旭日代表方文良先生在發言中，闡釋本次頒獎的意義，強調活動的初心在於傳遞感恩、傳承美德。他回顧建校二十一年攜手歷程，指出旭日集團董事長楊釗提倡的「一心三肯」，與中國民主革命先驅廖仲愷提倡的「人生最重是精神，精神日新德日新」是一脈相承，並寄語學子見賢思齊，以優良品格為基，以紮實學識為翼，努力成為有理想、有擔當的新時代青年，用青春力量報效祖國。

惠州仲愷中學「旭日獎」獎學金自2004年設立，每年專項獎勵該校品行優秀學子。近年來，每年獎勵優秀學子250名，其中惠州仲愷中學170名，惠州仲愷中學附屬初級中學（原惠州仲愷中學初中部）80名。未來，旭日將繼續踐行社會責任，傳遞善意、賦能成長，為教育事業發展貢獻力量。

惠州公益組



領導向獲獎學生頒發證書

踐行慈悲 惠澤社群 旭日慈善基金派飯活動

「窮則獨善其身，達則兼善天下」，旭日集團一直心繫香港基層，以實際行動默默守護社區的溫度。自2017年起，旭日慈善基金便開展了派發愛心飯盒的行動，為社區中的長者、綜援戶及殘疾人士送上溫飽。八年來，這份初衷始終如一，從未改變。

今年，旭日慈善基金繼續深化與各區慈善機構及社區組織的合作，逐步擴展派飯服務的範圍，讓更多有需要的人士受惠。如今，每逢星期一至五（公眾假期除外），旭日慈善基金每日定時派發3,000個愛心飯盒，風雨無間。這一份看似簡單的飯餐，盛載的不僅是溫飽，更是一份對弱勢社群的深層關懷與尊重。一個個裝載著熱騰騰飯菜的餐箱，穿梭於不同社區之間，正交織成一張愈見堅韌、愈見綿密的社區支援網絡。

然而，這項活動的意義遠不單是與地區社福機構的協作。旭日慈善基金更希望成為弱勢群體與全面支援服務之間的重要橋樑。派飯不僅是解決基本溫飽，更是一個接觸隱蔽長者、了解社區深層需要的切入點。透過每一次的送餐問候，義工得以走進他們的生活，察覺潛藏的問題，及時提供適切的協助與轉介，真正做到「以膳傳情，以情連心」。

在每一口溫熱飯菜的背後，是旭日對社區的承諾與守護，也是一份跨越歲月的陪伴，一個飯盒的力量或許微小，但當千千萬萬的飯盒累積起來，便足以溫暖一座城市。未來，旭日慈善基金將繼續以這份初心，連結更多力量，讓愛與關懷在社區的每一個角落持續蔓延。

集團香港公益組



旭日支持透過社區組織派發愛心飯盒



關懷社區

校企協同 共創未來 從「項目合作」到「生態共建」的實踐與思考

「校企合作」是一個常說常新的議題。當它從一紙協議深化為可複製、可衡量、能實現共同成長的系統性工程時，所釋放的能量遠超預期。回顧「真維斯子品牌形象拍攝與推廣（第二期）」項目，正是這一過程的生動註腳。本次品牌形象部與惠州學院服裝學院的深度協同，不僅圓滿達成了商業目標，更探索出一條從「項目合作」邁向「生態共建」的有效路徑。其中的心得，值得總結與深思。

首先，協同核心實現了從「資源交換」到「價值共生」的理念升級。品牌形象部作為核心推動者，確立了「內容共創、校企共育」的核心理念，超越了簡單的「甲乙採購模式」。品牌形象部基於品牌年輕化戰略，對高質量、風格化視覺內容的迫切需求，與高校培養實戰型人才、服務社會的使命感，找到了精準的契合點。在這一「共生」理念下，成果是雙向的：企業方由此獲得了覆蓋四大子品牌的高質量視覺素材庫，並超額完成傳播目標；學院方則為師生提供了真實的商業項目淬煉場，並沉澱了一支穩定的學生團隊。這種雙向價值創造，是雙方克服困難、保持合作韌性的基石。

其次，高效運作的基石在於從「依賴個人」到「構建流程」的轉變。面對項目初期貨品供應延遲、人員流動等挑戰，品牌形象部扮演了「問題解決者」與「流程架構師」的雙重



品牌生態圈

角色。通過近一年的磨礱，雙方共同構建了從主題確認到平台發佈的完整工作閉環，並在楊勳先生的前瞻指導下，編制形成《新品牌形象拍攝管理制度》。這套標準化流程的意義在於，它將品牌形象部的項目管理經驗與質量要求，轉化為可預期、可複製的協作系統。即使學生畢業、團隊輪換，新成員也能依據清晰的流程快速上手，從根本上保障了項目質量的穩定與可持續，為項目合作從「試點」走向「範式」鋪平了道路。

最後，未來展望指向從「完成項目」到「共創生態」的升級。基於本次實踐，品牌形象部作為創新探路者，明確了協同升級的方向：一是技術融合，探索引入AI生圖等智能數字工具，共同提升效率；二是機制創新，思考從固定項目制向模塊化合作轉型，將項目成果轉化為品牌的長期資產與學生的持續實踐平台。

這次協同給予我們最寶貴的啟示在於：最高效的合作，始於共同的願景，成於標準的流程，韌於共擔的責任，最終邁向共創的未來。「真維斯子品牌形象拍攝與推廣（第二期）」項目的實踐表明，當企業與高校能夠如此深度綁定、相互賦能，便不僅是完成一個項目，更是在塑造能夠適應未來的新生力量，推動雙方從「項目合作」走向「生態共建」。品牌形象部

2026年形勢講座系列之「用AI照亮未來—人工智能時代營銷法則」

4月22日，「用AI照亮未來—人工智能時代營銷法則」講座在旭日集團中國總部舉行。本次講座特邀北京郵電大學王立新教授擔任主講嘉賓，旭日集團副董事長兼總經理楊勳出席活動，惠州學院、惠州市外商投資企業協會、惠州市企業聯合會、惠州市企業家協會等友好單位代表，以及集團同事逾680人齊聚一堂，共同探討人工智能時代的營銷法則與轉型之道。

王立新教授以歷史視角切入，深刻剖析了人類從農耕文明到工業文明，再到如今以「碼農+AI+大數據」為核心的信息文明的演進邏輯（註：「碼農」是軟件工程師、程式設計師的自嘲稱呼，意指每天專注於寫程式碼的專業人員，如同農夫耕種般辛勤勞作。）結合企業業務實際，王立新教授提出了具備前瞻性的轉型策略：企業需從「賣貨」向「平台賦能」轉變，建議品牌主動擁抱AI技術，堅持「小步快跑、快速迭代」的思路。他還闡述了企業在AI商業化中從「貨找人」規模化增長、到「人找貨」精準化運營，最終邁向「定制貨」個性化服務的三個發展階段。他提出要推動品牌年輕化，建立「流行知識庫」，並打造「百搭電子遊戲、自品牌計劃」等創新玩法，利用AI智能算法降低用戶參與門檻，鼓勵年輕人進行自主搭配與DIY創作。此外，他建議構建「跨界超級會員通平台」，以「衣」為核心，打通「食住行玩」全生態，鏈接各領域合作夥伴，實現生態共贏。

本次講座不僅為企業未來發展指明了技術方向，更在與會者心中點燃了擁抱變革的火種。講座在熱烈的掌聲與互動中圓滿落下帷幕，與會者紛紛表示，將以更開放的姿態迎接AI時代的到來，用科技的力量推動企業邁向高質量發展的新征程。

惠州人力資源部



楊勳先生、王立新教授（前排左五）及多位嘉賓合影

根對味塵悟入的例子。（未完待續）

四、民國年間靈隱寺方丈慧明禪師，早先

在眾中為大眾行堂，修苦行。每次齋時待大眾食

罷並將飯菜喂寺院一條狗之後，自己才吃剩下的

飯菜。一日，照例吃狗剩下的飯菜，才一入口驚

然大悟：「原來狗子也有佛性呵！」自此慧解大

開，機辯迅捷。蔣介石曾專往參訪。——此是由舌

摘自 柏林禪寺 明海大和尚 微信公眾號

香之為道(二)

三、宋元祐年間（一零八六一—一零九四），

山谷居士黃庭堅在黃龍山參禮祖心禪師，請禪師

示以修行捷要之處。禪師說：「仲尼道：二三子

以我為隱乎？吾無隱乎爾！你怎麼看這話？」

山谷正要開口理論，禪師連忙打住：「不是！不

是！」山谷更覺迷惘。一天，二人在山間經行，

岩邊桂花盛開，清香四溢。禪師問：「聞到花香

了嗎？」山谷說：「聞到了。」禪師說：「吾無

隱乎爾！」山谷當下大悟。——這是由鼻根觸氣味

悟入的實例。

二、百丈懷海禪師道場，一天大

眾集體出坡鋤地。吃飯的鼓聲響起時，

有一僧舉起鐵頭大笑便歸，百丈禪師

讚歎說：「俊哉！這是由觀音悟入的

法門。」——耳根對聲塵啟發悟機的實

例。

（上接第四九三期第四版信仰園地）

茲舉古德悟道案例以資佐證：

一、靈雲志勤禪師，初禮大潑，

久未契悟。一日經行，見桃花灼灼，大

悟，作偈云：「三十年来尋劍客，幾回

落葉又抽枝，自從一見桃花後，直至如

今更不疑。」——這是由眼根對色塵啟

發悟機的實例。

《做事與成事》

在攀登商業高峰的征途中，我們往往執著於登頂的榮耀，卻容易忽略沿途的風景與內心的淬煉。本期推薦的《做事與成事》，作者黃怒波是一位成功的商人，也是登山家，他以三次登頂珠峰的親身經歷，為我們道出「真正的成功，在於攀登中的自我超越和精神成長，而非僅僅站在山頂的那一刻。」揭示了「過程即結果」的成事邏輯。

作者在書中提出了「貧而樂道，富而好禮」的儒商理念，強調企業家在追求財富的同時，更應注重精神境界的提升和對社會責任的擔當。當我們在事業上得志時，不應止步於個人的成就，而應致力於造福更多人，做一個有擔當、為社會做出貢獻的「儒商」。這與集團文化一直倡導的「窮則獨善其身，達則兼善天下」的精神不謀而合。書中還提到，做企業如同登山，需要經歷「打拚、吃苦、失敗、夢想」的洗禮，這正是生命的意義所在。

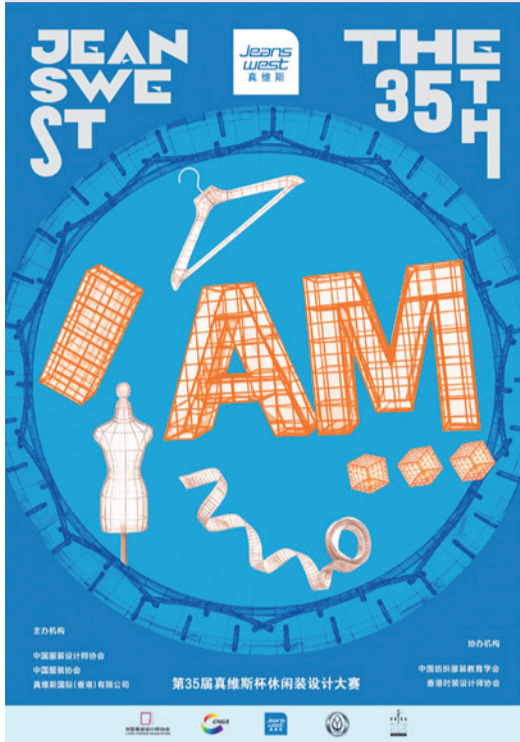
希望同事們在閱讀此書時，都能在書中找到屬於自己的「成事心法」，同時提醒我們，在忙碌的工作中不忘審視內心，將每一次挑戰視為自我超越的機會。希望這本書能成為大家案頭的明燈，指引我們在做事中修行，在成事中昇華。

惠州人力資源部



第35屆真維斯杯休閒裝設計大賽正式啟動

4月8日，第35屆真維斯杯休閒裝設計大賽正式啟動，本屆大賽以「I AM...」為主題，鼓勵青年設計師撕掉外在標籤，回歸本真，運用獨特的設計語言探索並回答「我是誰」這一身份追認的核心命題。本屆主題不僅是對上屆主題的深度延展，更完成了「I AM」的自我建構與確認，呼應服裝設計從「製造」邁向「智造」的時代轉向，重新定義了設計賽事的價值。



即日起至6月22日，大賽面向全國服裝專業院校精英、海內外服裝設計師及服裝設計愛好者進行徵稿。賽事特邀國內外頂尖時裝設計師、行業專家及時尚界人士擔任評委，為賽事保駕護航。大賽分徵稿、初評、總決賽三個階段，初評晉級選手將於今年9月登上北京中國國際時裝周秀場，角逐總決賽金、銀、銅獎及網絡人氣獎等多項殊榮。

本屆大賽現已開啟作品徵集，向廣大服裝設計新星發出誠摯邀約。

真維斯品牌推廣部

真維斯2026春夏輕戶外系列上線 與鄧麗娟共赴山野之旅

4月8日，真維斯發佈2026春夏輕戶外系列，由品牌運動大使、攀岩世界冠军鄧麗娟燃情演繹。系列輕戶外產品將運動精神與舒適休閒美學深度融合，跨越運動與生活的時尚界限，傳遞「自在運動，舒適隨行」的健康生活方式，為本季春夏注入無限活力。

在全新發佈的春夏系列形象中，鄧麗娟以乘行春風、丈步山野的輕盈姿態演繹了多套運動機能、舒適休閒以及輕戶外造型，展示真維斯「兼具舒適與實穿性」的時尚風格。本季利用科技面料結合潮流趨勢打造機能外套，從容應對輕量化的戶外運動需求；春野氛圍感色系印花T恤，能為舒適休閒的造型點亮整體搭



配。無論都市運動，還是戶外探索，真維斯都能讓你在不同場景間自如切換，輕鬆應對。

通過輕鬆、靈活、易搭的穿搭哲學，真維斯構建起一種隨時可啟動、隨處可延續的動態生活方式。近年來，依託品牌生態圈的高效協同能力，真維斯正重塑消費者的購物體驗，以期更精準地理解個體需求，高效地匹配質價比產品。

岩壁之上，鄧麗娟與真維斯共同詮釋著向上的力量。她所代表的不僅是競技體育的榮耀，更是每一個普通人渴望擁抱自然、釋放活力的生活嚮往。這個春夏，與鄧麗娟一起，穿上真維斯輕戶外系列，隨時出發，自在隨行。

真維斯品牌推廣部

真維斯榮獲京東大時尚「2025年度口碑品牌」



真維斯品牌憑藉優良的產品品質與服務，贏得京東平台及消費者的高度認可，在京東大時尚2026合作夥伴大會上榮獲「2025年度口碑品牌」獎項。這一殊榮，源於團隊堅守「名牌大眾化，物超所值」的初心，始終堅持品質至上、服務至上。

真維斯電貿行政部

3月28日，2026年廣東省城市籃球聯賽（粵BA）

真維斯贊助粵BA賽事助威團T恤

常規賽在惠州體育館開賽。場內的球迷身穿真維斯助威團T恤，匯聚成一片紫色的海洋，以最熱烈的吶喊為家鄉球隊加油助威。



身穿真維斯助威團T恤的球迷，匯聚成一片紫色的海洋

粵BA是廣東省實現全省21個地市全員參與的群眾性籃球聯賽，旨在打造真正屬於廣東人自己的城市籃球賽事。作為紮根廣東的國民休閒服裝品牌，真維斯全力支持本地體育事業發展，成為粵BA聯賽（惠州賽區）球迷助威團官方助威服裝唯一指定品牌，為省級群眾體育聯賽贊助惠州隊賽事球迷T恤共計4,000件，以實際行動助力廣東全民健身事業。

真維斯助威團T恤，承載的不僅是品牌對廣東體育的支持，更是對每一位熱愛運動、熱愛生活的廣東球迷的深情呼應。未來，真維斯將繼續以體育為媒介，與廣東球迷並肩同行。勝負一時，拼勁永恆，紫色浪潮仍將繼續奔湧，為惠州隊每一場征程加油助威。

真維斯電貿行政部

真維斯快訊

五月，初夏是一首正在譜寫的詩，微風與暖陽交織出恰到好處的溫柔。本月真維斯給出了這個季節最浪漫的回應——男裝以「輕氧躍動」為題，擁抱流動的空氣與沁涼調和成一場視覺饗宴。男裝的世界裡，輕盈是最崇高的美學準則。機能性面料裁成的短袖襯衫與快乾Polo衫，彷彿是為初夏微風量身打造的容器，將霧灰、淺卡其、薄荷綠這些低飽和色調溫柔包裹於身，宛如清晨薄霧籠罩的林間。下身選擇舒適的直筒褲，或是質感輕柔的短褲，每一步行走都帶著流暢的律動。亦可準備一件防風防潑水的輕量雨衣，既是對午後驟雨的從容應對，也為整體輪廓添上一筆瀟灑。腳下那雙透氣網眼跑鞋，則讓行走本身成為一場無聲的舞蹈，充滿彈性與活力。轉向女裝，「夏日特調」是一杯以陽光為基底，以果香為靈魂的沁涼飲品。丁香紫、氣泡水藍與薄荷綠交織成一片甜美的色彩交響曲，彷彿將整個夏天的果園穿戴於身。搭配亞麻寬褲在步履間輕輕搖曳，選擇垂墜感極佳的雪紡裙，則如溪水般在身側流轉波動。而短褲更是此季不可忽視的風景——高腰設計的棉麻短褲，將腰線優雅勾勒，褲管寬鬆而輕盈，露出一截白皙小腿，如蓮葉般在風中微微翻飛；或是帶著抽繩細節的丹寧短褲，邊緣留有鬚邊，隨興中藏著不經意的精緻。



初夏穿搭序章

初夏新裝物語

迎著輕柔的微風，初夏新裝輕盈上新，解鎖夏日清爽穿搭，承包孩子們整個夏天的時尚衣櫥。

基本系列·百搭更省心

主打簡約中性風，男童女童皆可穿，多色可選不挑人，小印花點綴細節，簡約不單調。全新上架單品，一站式配齊：輕薄透氣防曬外套，守護寶貝抵禦烈日；百搭小印花短袖T恤、趣味撞色邊撞色袖T恤、斯文小花Polo衫，滿足日常各種場景穿搭需求；下裝推薦搭配舒適短褲、清爽束腳長褲，還有省心精緻短袖套裝，一鍵出門，是媽媽的夏日救星。

主推系列·清爽夏日時尚

迎接夏日陽光，推出多樣風格款式，適合不同場景：

男童款以繽紛印花為主，多款不同大小、不同擺位的印花短袖T恤，潮流與新意兼具，搭配帥氣工裝短褲或透氣時尚長褲，盡顯少年活力；女童款聚焦趣味印花，工藝版型多樣，每一件都藏著夏日玩趣，搭配闊腿牛仔褲，清甜又靈動。面料親膚透氣、版型寬鬆舒適，適合孩子好動天性，顏值與實用性雙在，讓寶貝清爽度夏，自在玩耍。



商品開發部



服裝學院資訊 院辦 三十日，二零二五福布斯中國新消費影響力五十評選頒獎典禮在杭州舉行，共發佈新消費領軍人物獎、新消費創新設計獎、新消費創新服務獎、新消費影響力達人獎、非遺新消費創新獎六大核心獎項。東石油化學學院經濟管理學院黨委書記溫雲峰一行四人，到惠州學院旭日廣東服裝學院開展學習調研活動，學習借鑑服裝學院在產業學院建設、產教融合育人模式及校企協同創新等方面經驗與做法。惠州學院旭日廣東服裝學院黨委書記張小琨、副書記李少瑛、副院長索理及教師代表熱情接待並參與座談。



楊勳先生主講「香港東林淨土學院」創校系列講座 領袖的藝術：人生與智慧

4月18日，香港東林淨土學院於灣仔普賢道場舉辦創校系列講座，旭日集團副董事長兼總經理楊勳應邀擔任主講「領袖的藝術：佛教智慧與現代領導力」，逾150位嘉賓、佛學愛好者及旭日同事於普賢道場現場出席參與，講座同時於線上開放讓公眾參與，聆聽講者們的真知灼見。

活動由香港東林淨土學院執行院長陳劍鎧教授主持，並由香港佛教聯合會會長、香港東林淨土學院院長寬運大和尚開示，寬運大和尚讚揚楊勳先生多年來於世間事業與佛法修學之間圓融並進，並勉勵與會者珍惜難得因緣，從講座中汲取智慧與啟發。

楊勳先生於分享中指出，人生的基本需求，可分為物質與精神層面。物質需求包括生存所需的衣食住行等，可透過努力工作、不怕吃虧及動腦筋來滿足；精神需求則涉及滿足感，需透過幫助他人、待人以誠、對社會有貢獻以及尊重和讚

賞他人來建立。

楊勳先生進一步闡述因果，以「十二因緣」解釋生命輪迴的根本，介紹了六道及四聖諦所構成的十法界，並闡述四聖諦的內在因果，楊勳先生指出，人生苦惱皆有其因，唯有依循正道修持，方能離苦得樂。他強調以戒、定、慧對治貪、瞋、癡，並系統介紹三皈依、五戒、十善及六波羅密的修學次第，並以普賢菩薩「十大行願」為實踐指引，勉勵大眾將佛法落實於日常言行與心念之中。

於問答環節中，楊勳先生以「窮則獨善其身，達則兼善天下」勉勵與會者先自我完善，繼而隨緣利他。他指出，真正的修行是在世間歷練，保持內心自在，並將佛法融入日常的一言一行中，逐步淨化「阿賴耶識」，最終目標是覺悟成佛。參與講座的嘉賓、旭日同事及佛學愛好者均表示楊勳先生的分享帶來豐富啟發，福慧增長，平安吉祥，法喜充滿。

香港東林淨土學院的成立，旨在為香港淨土宗學者及善信，提供專修淨土的學習平台。學院除了每月一次「佛七」共修外，未來還會定期開設相關課程。集團培訓及發展部



講座主持陳劍鎧教授(前排左三)、楊勳先生與參與講座的佛學愛好者合影

楊燕芝小姐榮膺東華三院第四副主席

紮根香港逾一個半世紀的東華三院，於4月1日在東華醫院地下禮堂舉行東華三院乙巳年及丙午年董事局交代就職典禮。香港特區政府勞工及福利局局長孫玉菡應邀主禮，及民政及青年事務局副局長梁宏正主持監督，曾慶業先生榮任東華三院丙午年主席，旭日集團董事楊燕芝榮膺東華三院第四副主席。



孫玉菡局長(中)頒發獎狀予楊燕芝小姐

孫玉菡局長在交代就職典禮上，頒發獎狀予乙巳年董事局成員及顧問，孫玉菡局長在致辭中表示，東華三院過去一年在何猷啟主席及乙巳年董事局的卓越領導下，服務不斷宏展善猷，惠及社會各階層，他深信在新任主席曾慶業先生和董事局成員的帶領下，定能將東華三院慈善精神發揚光大，造福廣大市民。

丙午年董事局主席曾慶業先生發表就職演辭時表示，對接掌東華善業深感任重千鈞，丙午年董事局定必持守歷屆前賢創立的基業，以「仁澤和衷，善道同行」為管治理念，惠澤社群，並且緊貼時代步伐，將東華三院跨越世紀的慈善福利事業發揚光大。



東華三院丙午年董事局成員合影

楊燕芝小姐在過去一年，支持東華三院多項的活動，包括「155周年善心滿東華慈善晚宴」、「東華三院155周年慈善晚宴」、「東華三院賣旗日」、「東華三院慈善保齡球大賽」、多場慈善粵劇專場等，為醫療衛生、教育及社會福利服務籌募拓展經費，助力東華三院為香港市民提供更完善的服務，構建更美好的社會。 傳訊及公關部

楊燕芝小姐出席東華三院「全國兩會精神分享會2026」

4月28日，東華三院於東蒲舉行「全國兩會精神分享會2026」，為東華三院員工提供平台，透過學習全國兩會精神，發揮香港所長，貢獻國家所需，實現香港更美好發展。東華三院主席曾

慶業，東華三院第四副主席、旭日集團董事楊燕芝，以及一眾董事局成員一同出席分享會。

分享會邀請了全國人大代表文穎怡議員、朱立威議員、沈豪傑律師、陳曉峰議員，以及全國政協委員蔡榮星博士和馬浩文博士擔任嘉賓講者，並由立法會議員、北區區議員、新界社團聯合會理事長譚鎮國議員主持分享會。今年是東華三院連續第四年舉辦「全國兩會精神分享會」，接近1,600位員工以線上及線下的混合模式出席，為歷年最多。與會嘉賓分享對兩會的見解和感受，加深大家對兩會精神的認識。現場討論氣氛熱烈，參加者進一步了解今年作為「十五五」規劃開局之年的重要意義，展現出更積極融入國家發展大局的決心。



東華三院舉行「全國兩會精神分享會2026」

傳訊及公關部

廣東省客屬海外聯誼會一行到訪集團中國總部

4月15日，廣東省僑聯常委、廣東省客屬海外聯誼會執行會長兼秘書長、世界客屬青年大會秘書長鍾聞東一行到訪旭日集團中國總部，受到旭日集團總經理辦公室總監楊瀚業、中國總部行政辦公室總監葉雪蕾等熱情接待。

會上，楊瀚業先生分享了集團的發展歷程。他表示，旭日集團始創於1974年，從一間牛仔褲小型加工廠起步，歷經四次成功轉型，現已發展成為業務遍及全球的多元化跨國企業。集團始終秉持「人無我有、人有我優、人優我轉」的宗旨，以創新驅動發展；同時秉承「窮則獨善其身，達則兼善天下」



鍾聞東執行會長向楊瀚業先生贈送紀念牌匾

的核心價值觀，在推動業務發展的同時積極履行社會責任。聽取介紹後，鍾聞東執行會長對旭日集團數十年的發展成就給予高度評價。隨後，雙方就客家文化與公益事業展開了深入交談。為表達對雙方未來協作的美好祝願，鍾聞東執行會長代表訪問團贈送了題為「搭建合作橋樑 攜手共同發展」的紀念牌匾。

惠州公關部

CBD2酒店餐飲再升級 PizzaExpress現場音樂表演

位於香港九龍CBD2智選假日酒店一樓的PizzaExpress，近日在指定晚間時段推出Live Music表演，為意式美食為主的用餐體驗，注入了生動的音樂元素。現場演奏以輕鬆悅耳為基調，曲風橫跨流行、爵士與經典英文金曲，音量與節奏拿捏得宜，既不影響餐桌對話，又能悄然營造出鬆弛而愉悅的氛圍，整體體驗更具層次感與記憶點。不少酒店住客與周邊寫字

樓的白領專程在演出當晚到訪，令餐廳人氣明顯攀升，迅速成為區內下班後聚會與社交的新熱點。

從營運消費行為來看，音樂帶來的沉浸式享受顯著延長了顧客的逗留時間，進而帶動了用餐與酒水的額外消費，為營業額帶來實質增長。與此同時，輕鬆而不失格調的環境，也恰好契合朋友小聚與商務交流的雙重需求，使餐廳的功能價值進一步提升。

對酒店整體而言，這次PizzaExpress的升級，不僅豐富了內部餐飲配套，更提升了住客的整體滿意度，為酒店增添了一項具吸引力的「軟實力」。在CBD2商業與生活圈日益成熟的情況下，這種「餐飲+娛樂」的融合模式，正成為鞏固酒店作為區內休閒、社交與商務樞紐的重要場所。

如有興趣觀賞音樂表演，歡迎掃二維碼向PizzaExpress查詢或預約購票。 酒店組



顧客投入欣賞音樂表演

力佳參展「2026 FS時尚供應鏈跨境電商展覽會」

4月15日至17日，「2026 FS時尚供應鏈跨境電商展覽會」於深圳會展中心（福田）舉行。力佳組織多支業務團隊參展，全方位展示力佳的核心業務與服務優勢，取得良好參展成效。

展會期間，展位吸引大批參觀者駐足了解、現場諮詢並洽談合作，市場反饋熱烈。本次展會對接了跨境及線上外銷業務，相關合作事項正有序跟進落實，為後續深度合作奠定了堅實基礎。

此次參展，是力佳主動了解行業最新發展趨勢、洞察市場動態的重要舉措，也是對外展示核心競爭力的重要窗口。通過參展，力佳進一步推廣了企業在



力佳總經理蔡麗芬與團隊成員在展位前合影

供應鏈領域的豐富資源、成熟的配套服務，以及在跨境、國內線上聯營業務運營管理方面的實戰經驗，助力挖掘更多業務拓展機會。同時，本次參展也為力佳積累了寶貴的展會經驗，為未來參與同類活動、提升參展成效提供了有力參考。

力佳

以顛覆之思 啟轉型新篇

我革新，打破固有思維。

為深化學習成效，3月5日，集團中國總部舉辦了專題交流研討會。楊勳先生親臨主持，會上，各個高管展現了深入研究問題的精神，不再停留於理論表面，而是主動對標亞馬遜模式，並結合構建品牌生態圈及「四化」建設等實際業務展開深度研討。楊勳先生對每位高管的分享逐一回應、點評，並給出了客觀的評分與評價。

回顧近兩年的組織學習，從《認知破局》到今年的《顛覆致

勝》，大家投入度與認真程度顯著增強，思考廣度和深度也更紮實、更貼合實際，積極消化落實集團戰略。

為固化成果、樹立標杆，進一步激發全員思考和共鳴，我們甄選出七篇優秀心得文章，分兩期在《旭日之聲》刊登。高管們的學習精神與深度思考，應當成為集團上下員工的示範與榜樣。希望通過刊登這些文章，推動「顛覆性思維」從認知轉化為行動，激勵全體旭日人從中汲取智慧，以顛覆之勇氣，行致勝之實踐，共同為集團的持續發展貢獻新的力量。



惠州人力資源部

2026年新春期間，集團中國總部在楊勳先生的親自帶領下，集團高管團隊率先垂範，開啟了《顛覆致勝》一書的學習。該書核心在於揭示「顛覆的本質是重構價值」，宣導「與其更好，不如不同」的差異化競爭策略，鼓勵管理者主動擁抱不確定性，敢於自



研討會現場，與會人員分享學習心得

亞馬遜創新營商心法與真維斯品牌生態圈轉型對比分析及落地借鑑

本報告旨在拆解亞馬遜稱霸全球的底層商業邏輯，並對照真維斯近年品牌生態圈轉型的實戰成果，梳理二者經營方式之異同，為真維斯下一階段的戰略升級，提煉出可行且具針對性的落地借鑑路徑。

一、亞馬遜核心創新心法：六大模組構建萬億生態

亞馬遜的成功，絕非偶然，其核心在於一套以「客戶中心主義」與「長線思維」為基石，並通過嚴密管理模組實現的系統性創新能力。此系統可歸納為以下六大模組：

1. 商業模式創新：逆向工作法驅動的飛輪效應。亞馬遜的起點並非產品或技術，而是客戶需求。其獨創的「逆向工作法」，要求一切業務從清晰的客戶痛點與需求出發，反向定義產品與服務。以此為核心，構建了「更低價格→更多客戶→更多第三方賣家→更豐富選品與體驗→更低的固定成本分攤→更低價格」的經典增長飛輪（這點與真維斯品牌生態圈背後生態協同的理念不謀而合）。此飛輪不僅驅動了零售主業，更成功延伸至Prime會員、AWS雲服務、廣告等領域，形成強大的生態協同與跨界能力。其商業哲學強調為長期價值犧牲短期利潤，持續投入於物流、雲計算等高固定成本、低邊際成本的基礎設施，從而築起極深的競爭護城河。

2. 組織與人才創新：反熵增的敏捷組織。亞馬遜視人才為最高標準，堅持以「14條領導力原則」招募與評估人才，確保文化統一。為對抗大企業病（熵增），其首創「兩個披薩團隊」模式，將龐大組織拆解為6至10人、可被兩個披薩餵飽的獨立小團隊，賦予其完整的產品、技術、預算決策權，極大激發了敏捷性與創新活力。這種結構旨在持續抵制官僚主義、流程冗餘，確保組織無論規模多大，始終保持初創公司的行動速度與創業精神（這點真維斯採取的是招攬年輕創業者共謀發展，內外協同以保持組織的活力及創新）。

3. 創新機制建構：容錯文化下的雙輪驅動。亞馬遜的創新體系奉行「漸進式優化」與「顛覆式創新」雙輪並行。一方面持續打磨現有業務效率，另一方面大力鼓勵從0到1的突破性嘗試（如AWS、Kindle）。公司明確「容忍有價值的失敗，絕不容忍不作為」的底線，並通過「創意點子庫」、「新聞稿法」（在項目啟動前先撰寫未來的新聞稿，釐清價值）等機制，激勵全員基於客戶痛點自下而上發起創新。創新項目初期不設過高KPI，倡導小步快跑、快速試錯，以捕捉不確定性中的機遇。

4. 決策機制創新：高效與質素兼備的科學體系為提升決策效率與質量。亞馬遜將決策分為「單向門」

（重大、不可逆）與「雙向門」（可逆、可調整）。「單向門」決策需謹慎論證、謀定後動；而佔比更高的「雙向門」決策則充分授權前線團隊，鼓勵在掌握約70%信息時即快速行動、在實踐中迭代。所有決策必須基於數據和事實，而非等級或經驗，確保了決策的客觀性與科學性。

5. 數據營運創新：聚焦輸入指標的全鏈路管理。亞馬遜的數據管理哲學是「重因輕果」。它不僅關注營收、利潤等結果性指標，更關鍵的是識別並持續優化驅動這些結果的「輸入性指標」或「過程指標」（如頁面加載速度、庫存可售率）。通過打通從供應鏈到客戶體驗的全鏈路數字化閉環，並廣泛應用AI與演算法進行預測與自動化決策，將團隊從繁瑣的日常營運中解放出來，專注於長期戰略與創新。（這點與楊勳先生提倡的從根本問題著手及推動四化的理念如出一轍）

6. 企業文化建構：「第一天」心態的永恆踐行。貝索斯將「永遠保持第一天」作為對抗組織僵化、自滿的終極文化武器。這一抽象理念通過具體行為準則落地：如「主人翁精神」（Ownership）要求員工像老闆一樣從全域思考，拒絕推諉；「崇尚行動」（Bias for Action）鼓勵在信息不全時勇於決策；「勤儉節約」（Frugality）控制不必要的開支。領導層以身作則，並通過獨特獎項強化這些行為，使文化成為可感知、可執行的日常（這點與旭日文化的理念也如出一轍）。

二、補充視角：兩大零售巨頭：亞馬遜與沃爾瑪核心增長模式的對照

基於《顛覆致勝》的視角，亞馬遜與沃爾瑪分別代表了數字時代與實體時代的兩種典範增長邏輯，其根本差異為理解亞馬遜模式提供了關鍵參照：

1. 核心增長邏輯：沃爾瑪是「成本領先的規模主義」，通過線下門店密鋪與供應鏈極致效率，構建「規模—成本—低價」閉環，追求實體邊界內的效率優化。亞馬遜則是「客戶導向的長線價值主義」，以線上平台與數據技術為基，通過持續創造新體驗與服務來構建價值網絡，追求超越零售邊界的生態創新。

2. 增長飛輪構建：沃爾瑪飛輪由「線下供應鏈效率」驅動，呈內向型實體閉環，增長受地理與物理成本限制。亞馬遜飛輪由「線上數據與技術」驅動，呈外向型生態開環，零售積累的用戶與數據成為孵化雲計算（AWS）、內容等新業務的起點，實現跨產業互哺。

3. 擴張路徑與技術角色：沃爾瑪採取區域化梯度、重資產擴張，技術定位為優化實體運營的「效率

工具」。亞馬遜實現全球化快速滲透與跨界佈局，技術是其創造價值的「核心生產資料」乃至獨立盈利業務（如AWS）。

4. 組織與長期佈局：沃爾瑪倚重集權式科層組織以保障標準化執行，長期深耕「實體零售生態整合」。亞馬遜採用扁平化「兩個披薩團隊」以激發敏捷創新，長期目標是搭建「全球數字商業基礎設施」。

啟示：二者的對比並非簡單優劣，而是揭示了增長模式需與時代產業屬性契合。當前趨勢是二者邏輯的融合：即同時需要沃爾瑪的供應鏈效率與實體體驗，以及亞馬遜的數據驅動與生態創新。這為後文分析我們在服裝這一原本實體屬性較強的行業中如何創新，提供了更豐富的參照維度。

三、真維斯品牌生態圈轉型：六年深耕的關鍵成果

自2019年啟動戰略轉型以來，真維斯成功實現了從傳統線下服裝零售商向「數字化品牌生態營運商」的躍遷，核心成果體現於五個維度：

1. 戰略重構與規模突破：從單純「賣貨」轉向「品牌價值經營」，線上銷售額五年增長超過13倍，2025年全網GMV更突破百億大關，實現里程碑式跨越。

2. 數字化底座建成：四化理念構建了貫穿數據驅動預算及決策、協同產品開發、柔性供應鏈、基於消費者洞察的品牌營銷、精準運營的全鏈路數字化體系，營運模式實現從「經驗驅動」到「數據驅動」的質變。

3. 品牌生態矩陣成形：圍繞核心客群，成功孵化多個細分子品牌及新品類，並透過代言人，社媒深耕，企業文化傳播等策略有效實現品牌年輕化煥新，客群結構持續優化。

4. 產學研閉環構建：鏈接多所高校、發展協同創新平台，推進項目並為長期創新儲備人才與創意。

5. 平台化能力初顯：開始將內部沉澱的品牌管理、數字化銷售及營運管理、供應鏈管理等核心能力向行業中合作夥伴賦能，啟動從「品牌商」向「生態服務商」的轉型路徑。

四、核心邏輯對比：共性基石與階段差異

核心共性：兩者均堅守「以客戶為中心」的逆向工作思維，秉持「長期主義」進行戰略投入，高度依賴「數據驅動」實現精細化營運，並完成了從單一業務向「生態化佈局」的演進，內核均具備強烈的「自我革新」意識以對抗熵增。

（轉下頁）

（接上頁）●亞馬遜模式及真維斯轉型模式關鍵差異：

對比維度	亞馬遜模式	真維斯轉型模式
生態邊界	全場景跨界生態，以「流量+科技基建」雙輪驅動，橫跨零售、雲計算、娛樂等多個非相關領域，邊界不斷拓展。	垂直深耕生態，聚焦服裝時尚主業，跨界主要限於上下游相關的網購平台、聯營商、產學研院校、IP聯名等，業務較為聚焦。
創新模式	顛覆式與漸進式雙輪強驅動，大量資源投入於從0到1的底層技術與商業模式創新，容錯空間大。	以漸進式優化與應用型創新為主，核心是對傳統服裝產業鏈進行數字化、智能化、商業模式改造，顛覆性創新較少。
組織與決策	極度扁平化、小團隊敏捷決策，「兩個披薩團隊」模式確保前線充分授權與快速響應。	層級式架構為主，轉型由頂層設計強力驅動，前線的自主決策權與敏捷試錯機制仍在建設中。
技術角色	技術即核心產品與利潤中心（如AWS），底層通用技術可大規模對外輸出變現。	技術即賦能工具與效率引擎，主要服務於自身及聯營業務營運與提升，尚未形成獨立的技术盈利模式。
人才與激勵	精英主義與強容錯激勵，以極高標準招募「建構者」，配套激勵自下而上創新的完整機制。	專業人才與戰略驅動創新，注重內部人才培養及院校合作，創新活動更多圍繞既定戰略展開。

五、真維斯落地借鑑路徑：聚焦服裝產業的價值深化

借鑑亞馬遜心法，無需盲目模仿其跨界路徑，而應立足服裝產業本質，將真維斯現有的生態佈局從「規模驅動」深化為「價值與創新驅動」。

1. 戰略飛輪與長期壁壘：

●全面推行逆向工作法：將消費者洞察確立為所有預算、產品開發、購貨、增值服務設計的絕對起點。

●設計真維斯增長飛輪：以「極致性價比與體驗」吸引客戶，帶動規模與數據增長，進而優化供應鏈成本、豐富生態選品，反哺客戶價值，形成正向循環。

2. 聚焦構建長期壁壘：以AI輔助趨勢預測、銷售預算、商品開發、購貨、供應鏈管理、營銷及運營，在以上領域進行持續戰略投入，優化全鏈條決策效率，構建長期壁壘保持競爭優勢。

3. 創新機制與能力溢出：

●試點「微型創新團隊」：在新品牌孵化、新渠道探索、AI應用等領域，設立跨職能、擁有決策權的獨立小團隊，快速驗證市場。

●建立包容的試錯制度：明確創新項目的風險邊界與評估標準，鼓勵基於客戶洞察的自主創新。

●探索能力平台化：系統梳理並產品化自身在零售數字化/智能化、供應鏈管理等方面的解決方案，擇機向行業中小企業賦能，開闢B2B服務新增長曲線。

4. 組織活化與決策提效：

●導入「決策分類」機制：清晰界定戰略性「單向門」決策與營運性「雙向門」決策，對後者充分授權，加速前線響應。

●推動組織向賦能型轉型：定期審視並削減冗餘流程，將總部職能部門角色從「管控」轉向「支持與服務」。

●提煉真維斯領導力原則：將「客戶至上」、「主人翁精神」、「擁抱變化」等價值觀行為化，融入人才選用育留全流程。

5. 人才升級與數據深化：

●引進複合型人才：打破傳統服裝業邊界，培育並引入數據科學、AI算法、商業分析等領域人才，提升組織整體認知維度。

●深化「過程指標」管理：在數據營運中，從關注銷售、毛利等結果，增加分析深度管理影響結果的核心過程指標（如流量、轉化、客單價及顧客複購率等關鍵過程指標）。

●升級全渠道會員運營：利用數據中台實現全渠道（自營+聯營）客戶畫像的深度融合，提供跨渠道、個性化的產品與服務體驗，鞏固客戶忠誠度。

總結

亞馬遜的偉大，在於其將「客戶中心」的哲學與「反熵增」的文化，通過系統性、可複製的管理模組，轉化為持續創新的強大引擎。真維斯近年的成功轉型，證明了其在楊勳先生帶領下的戰略洞察與執行上的強大能力。面向未來，真正的挑戰在於如何將已搭建的生態框架，注入更強勁的內生創新動力與組織活力。借鑑亞馬遜，發揮旭日文化中「保持優點、克服缺點、不斷改善」的精神，核心在於吸收亞馬遜「機制建構」與「創新文化塑造」的精髓，而非模仿其業務形態。唯有將創新的火種植入每位員工的行為之中，並輔以相應的容錯機制與決策授權，真維斯方能真正實現從優秀品牌到卓越生態平台的第二次飛躍，在全球時尚產業鏈中佔據更具主導力的價值節點。

真維斯電貿 劉偉文

積極顛覆自我 力爭開啟新局面

讀完《顛覆致勝》這本書，第一感覺，是書中的很多管理理念和價值取向均不同程度地與旭日不謀而合。這包括如堅強的領導及其堅毅的精神、始終堅持顧客至上和合作共贏，以及不斷與時俱進地在業務上尋求升級和創新，並有效利用IT技術來幫助提升效率等等。這反映出，在一定程度上，能夠持續發展甚至基業長青的企業，其所堅守的核心管理理念和價值，往往是大同小異的。

當然，由於業務類型和業務場景、市場等因素的不同，兩者（旭日和亞馬遜）亦有不同之處。例如，在人才招募方面，旭日的方法相對傳統，有針對性的培育和儲備計劃，而亞馬遜則在對於人才的要求方面相對較為嚴謹。但我認為，這些不同，並沒有高低之分，畢竟，適合的才是最好的。更重要的是，在我看

來，旭日的最大優勢之一，是在於能夠不斷地與時並進。有關於這一點，旭日自其創立以來至今成功進行的多次轉型，就是最好的證明。這也啟示我們，嚴格認真按計劃推進「四化」和「品牌生態圈」項目（這同樣是旭日因應時勢和業務變化而適時推行的重大舉措），對於我們未來的行穩致遠至關重要。

我認為，對於旭日人而言，「顛覆」之要義，是在忠於公司、不欺瞞公司（這是不能踩踏的紅線）的前提下，重在於執行上，要不斷地刷新認知，堅持正面思維，摒棄因循守舊，不要用負面的眼光/心態去否決任何突破、新商機、改變等，而要始終用正面心態去面對一切，快速消除陋習，凝心聚力於「如何做到」和「如何做好」上。多動腦筋，多想如何可以貢獻給公司，特別是業務上的突破，而非被動地等分配

工作、等飯吃。若只是機械地上班、心不在焉、沒有靈魂，沒有上進心，不求精準，則勢必會成為壞蘋果並且被淘汰。這是因為，作為商業機構的一員，沒有突破或顛覆的能力，即代表沒有交數之心，也即代表沒有延續營運業務下去的能力。

因此，個人看來，「顛覆」的第一步，是要從顛覆自己開始，在以下幾個方面作出適當的反思：a) 在時間管理上是否存在拖拉現象，甚至有些事情是否最後變成「無疾而終」？b) 是否存在逃避心態、擔當不足？c) 是否未能正面面對自己的過失/過錯，誤導上層，導致誤判？即是首先要思想意識上進行適當的糾偏，顛覆既有的不恰當的認知，之後再去尋求業務上/工作上的突破甚至顛覆。

力佳實業 蔡艷芬

讀《顛覆致勝》：探尋亞馬遜成功密碼，汲取企業發展智慧

讀《顛覆致勝》，亞馬遜波瀾壯闊的商業征程，貝佐斯那些深刻且極具前瞻性的見解，使我深受啟發，主要有以下三點感悟：

一、堅守「第一天」創業信仰，永葆創新活力

貝佐斯將自己的辦公大樓命名為「第一天」，以此時刻提醒自己和員工保持創業初心。即便亞馬遜已成為全球電商的領軍者，它依然追求「第一天」所蘊含的動能，力求在第一時間做出正確決策。這種始終秉持「第一天」創業初心的態度，是亞馬遜保持競爭力和創新力的關鍵所在。在現實商業世界中，不少企業一旦取得一定成就，便容易陷入安於現狀的陷阱，逐漸喪失創新的動力。而亞馬遜始終以創業者的姿態，不斷探索未知領域，這種精神值得每一個企業學習借鑑。我們應時刻保持警醒，不被過去的成績昏頭腦，以歸零的心態迎接新的挑戰，如此才能在激烈的市場競爭中立於不敗之地。

二、踐行顧客至上理念，驅動持續創新

亞馬遜以「成為地球上最以顧客為中心的企業」

為願景，將顧客視為平台核心價值所在。畢竟，顧客的需求永無止境，期望也在持續提升，而這恰恰成為亞馬遜持續創新的強大動力。亞馬遜並非僅僅將「顧客至上」停留在口號層面，而是通過一系列具體行動加以落實。例如，組建創新團隊，並把大部分利潤投入到創新項目中，確保項目負責人全程跟進，直至項目產出成果。

這不禁讓我聯想到真維斯的電商發展歷程。公司構建品牌生態圈協同創新中心的策略，與貝佐斯的理念有著異曲同工之妙。在當下競爭激烈且變化迅速的市場環境中，真維斯若想實現突破，就必須緊跟市場和顧客新的消費模式，積極運用新手段、新工具，為自身發展注入創新元素。比如抓住當下的人工智能熱潮，借助AI賦能，開拓新的業務增長點。只有真正以顧客需求為導向，不斷創新商業模式和滿足顧客的方式，企業才能贏得顧客的青睞，實現可持續高質量發展。基於此，今年年初，公司特意組織召開了檢討「品牌生態圈」方向的會議。通過深入探討品牌生態圈的組織架

構與管理架構，引導各方達成了對品牌生態圈工作分佈及各類資源配置的共識。還進一步明確了板塊總負責人和項目負責人，全程負責到底，以此確保各個項目能夠按時、按質落地，直至達到期望效果。

三、實施精準人才管理，打造卓越團隊

貝佐斯深知企業成敗的關鍵在於人，他親自參與招聘，挑選那些既具創新精神又腳踏實地、內心強大、能扛事抗壓且擁有「捨我其誰精神」的人才。寧可錯過完美人選，也不招錯人，因為招錯人的損失巨大。在激勵機制方面，採用股權激勵而非高現金報酬，激發員工的積極性和主人翁精神。他將「正確的人」定義為既能創新又能落實的建造者，具有主人翁精神和抗壓能力。這啟示我們，企業要發展，必須重視人才選拔和培養，建立科學合理的激勵機制，讓員工與企業同呼吸、共命運，形成強大的團隊合力。

《顛覆致勝》為我們呈現了亞馬遜成功的寶貴經驗，我們應汲取其中的智慧，結合自身實際，加以借鑑應用。

集團中國總部行政辦 葉雪蕾