

旭日之聲

第四八六期
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@glorisun.com

再溫《同理心》

企業文化推廣組

（編者按：原文刊登於2007年7月。現重新刊登，讓同事溫故知新。）

最近幾年，企業領導層們經常提到「同理心」這個名詞，並認為是企業行政人員必須學會的一種「心態」，因為大家都公認管理之道在於「溝通」，而「溝通」的最佳方法是學會「同理心」。

什麼是「同理心」呢？「同理心」是一種心理學概念，是在人際交往中能夠體會他人的情緒和想法，理解他人的立場和感受，並能站在對方的角度去思考問題、處理問題的能力。

「同理心」在中國人的社會並不陌生，我們經常聽到與人相處的最佳方法是「將心比心」、「泥水佬修門口，過得自己過得人」，「易地換處境，調換角色」都是「同理心」的一種表現。

儒家提倡的「己所不欲，勿施於人，己欲立而立人」、「老吾老以及人之老；幼吾幼以及人之幼」、「推己及人」都與「同理心」有異曲同工之妙。所以，和諧社會必須學習和推廣「同理心」哲學。

西方文化中，天主教摩西戒律強調「對自己無益的，亦不可施加於他人」，耶穌也教導世人，你願意他人如何對待自己，你也要如何對待他人。「人同此心，心同此理」

是「同理心」一個很好的詮釋。

我們經常提到成功企業必須具備的條件是「市場導向」、「顧客導向」，就是要學會從市場的角度、從顧客的角度去看問題，去分析問題。只有這樣，我們才能急顧客所急，供顧客所需，而我們所稱的顧客不只是使用我們產品的大眾，還包括提供服務的公司員工和投資在我們企業的投資者。

任何一個企業，它今天具備「顧客導向」，它今天便會成功。它明天具備「顧客導向」，它明天就會成功。如果有一天，它不再「顧客導向」，那一天就是它邁向失敗的日子了。

「同理心」是「團隊精神」的平台，企業成功的重要因素是「團隊精神」，「團隊精神」能令企業「取長補短，優勢互補」，「一+一大於五」，競爭力逐步加強。沒有「團隊精神」的企業，戰鬥力就會逐步減弱和消失，而培養「同理心」是維護「團隊精神」的養份。

「核心價值」是企業成功的靈魂，而一個團體的共同「核心價值」，也有賴「同理心」去逐步認同。

「同理心」的建立，首先必須由自己做起，「身教重於言教」；才能「由近至遠，由親到疏」地感染周圍的人；

「以身作則」才能得到別人的信服。

其次，必須緊記「要別人尊重自己，自己必須先尊重別人」，你怎樣待人，別人就怎樣待你，一切都是因果關係。

再次，學習理解他人、原諒他人、包容他人。儒家精華在於「忠與恕」，只要自己能學習理解、原諒，包容他人的缺點，自己才能原諒自己，自己才能相信他人會原諒和包容自己；「誰人無過錯？知錯能改，善莫大焉」，「浪子回頭金不換」，其價值是多麼大啊！

最後，只能修正自己，不能修正別人。自己尚未修正好，就去指責及修正別人，不會產生效果；反而會引起副作用。因此，有「聽其言，觀其行」，「其身不正，雖令不行」之格言。

同理心的修煉離不開「信、解、行、證」。

「信」，是相信同理心的重要性；

「解」，是明白「同理心」內容和作用；

「行」，是能於工作中和生活中心中腳踏實地修煉「同理心」；

盛世閱兵 強企有我 旭日集團中國總部組織員工觀看 中國人民抗日戰爭暨世界反法西斯戰爭勝利80周年紀念大會

9月3日，中國人民抗日戰爭暨世界反法西斯戰爭勝利80周年紀念大會在北京天安門廣場隆重舉行，中共中央總書記、國家主席、中央軍委主席習近平出席大會並發表重要講話。在這莊嚴的歷史時刻，旭日集團副董事長兼總經理楊勳、副總經理鄒慶平、董事兼副總經理張慧儀和260名中高層管理人員，共同在集團中國總部大樓15樓觀看盛大的閱兵儀式直播，以此表達對祖國的深切熱愛與崇高敬意。

上午9時，隨著直播大屏裡國旗的升起，現場觀看閱兵儀式直播的全體人員肅立，高唱國歌，展現出旭日人高度的集體榮譽感和愛國主義情懷。此次閱兵約70分鐘，編設45個方（梯）隊，涵蓋空中護旗梯隊、徒步方隊、戰旗方隊、裝備方隊和空中梯隊。尤其是方隊中的信息支援部隊方隊和網路空間部隊方隊，均是首次亮相，這些新型軍隊建設讓人眼界大開，更是國家力量的展示，是民族精神的凝聚。每一個精彩時刻，掌聲與歡呼聲也不約而同響起。

直播結束後，楊勳先生在活動分享及媒體採訪中闡述了閱兵儀式的重要意義，



管理層和同事們手持國旗觀看閱兵，氣氛熱烈



閱兵場面震撼，激動人心

號召全體員工常懷感恩之心，珍惜今天來之不易的生活，將觀看閱兵帶來的自豪與感動，切實轉化為愛崗敬業、拼搏奉獻的實際行動。他還特別注意到閱兵中關於「網絡」、「信息」等新型部隊的構建，認為這正是國家和軍隊與時俱進的實力體現。企業也要跟時代步伐，將AI作為轉型升級的核心戰略，通過全面推進標準化、流程化、信息化與智能化的「四化」建設，系統提升運營效率，致力成為行業標杆，從而更好地履行社會責任、創造社會價值。楊勳先生語重心長的講話，贏得了全場熱烈掌聲。

激動人心的閱兵儀式在莊嚴而熱烈的氛圍中圓滿結束。大家紛紛表示，看完後心情久久不能平靜，充滿了震撼、自豪與感動。今天親眼見證了祖國的強大，吾輩當自強，將以此次閱兵作為新的起點，深刻踐行「強企有我，重在力行」，團結進取、務實篤行，以實際行動推動集團高質量發展，為社會進步和國家復興持續貢獻力量。

旭日集團中國總部

各界祝賀楊釗博士榮獲封授大紫荊勳賢

近日，多個團體舉行慶祝活動，祝賀旭日集團董事長楊釗博士榮獲封授大紫荊勳賢及其他本年獲授勳人士。

其中，8月8日，香港中華總商會（簡稱中總）於該會會所舉行晚宴，祝賀中總永遠榮譽會長楊釗榮獲封授大紫荊勳賢，以及其他獲授勳中總成員，包括2位榮獲金紫荊星章、4位銀紫荊星章、7位銅紫荊星章、10位榮譽勳章、3位行政長官社區服務獎狀、8位榮獲委任太平紳士，合共35人。

出席晚宴的中總會會長蔡冠深，副會長曾智明、楊華勇、樊敏華和楊燕芝，永遠榮譽會長胡經昌、林廣兆、林銘森和謝湧海及一眾常委、會董等向獲表彰的成員表示祝賀。蔡冠深會長在晚宴致辭時表示，獲頒授勳人士都以無私的奉獻精神，為國家及香港的繁榮穩定作出重要貢獻，獲得表彰可謂實至名歸。

楊釗博士分享獲獎感受，表示這份榮



中總眾首長祝賀楊釗博士及其他榮獲勳銜的會員

譽不僅屬個人，更是中總全體同仁的榮耀。楊釗博士說：「第一，感恩我們的國家實施了『改革開放』，令我們公司乃至本人獲得了事業的成功。第二是香港回歸祖國，令我們可以投身於『一國兩制』的事業中，從而回饋社會。第三感謝中總提供了一個平台，令我們不單有事業，更在人生中有表現的機會。第四要多謝在座朋友們多年來的支持。」

此外，香港佛教聯合會（簡稱佛聯會）於8月14日舉行聯歡午宴，祝賀佛聯會會長、西方寺方丈寬運大和尚榮獲銅紫荊星章、副會長楊釗榮獲封授大紫荊勳賢、寶蓮禪寺方丈淨因大和尚榮獲榮譽勳章。潘宗光教授、衍空法師、楊勳先生、張慧儀小姐、何德心先生等嘉賓出席活動，一同祝賀三位獲授勳的大德。



佛聯會祝賀會長寬運大和尚（前排右五）和楊釗博士榮獲勳銜，潘宗光教授（前排左六）等嘉賓到場致賀

傳訊及公關部

樹高千尺不忘根 水流萬里總思源
旭日集團捐贈救護車和彩色多普勒超聲診斷儀

7月31日，旭日集團捐贈惠州市惠陽區良井鎮中心衛生院救護車和彩色多普勒超聲診斷儀交接儀式在該衛生院舉行。惠州市惠陽區衛生健康局黨組書記、局長林必華，惠陽區良井鎮黨委書記李勉德，副鎮長楊順波，惠陽區良井鎮上洋圍福利促進會代表楊運祥、楊勁東、楊雪鋒，惠陽區良井鎮中心衛生院黨支部書記、院長楊福林，黨支部副書記、副院長賀遠權及醫務人員代表參加儀式。江西省政協委員、旭日集團總經理辦公室總監楊瀚業代表集團出席。



楊瀚業先生與林必華局長(左三)、李勉德黨委書記(左二)、楊福林院長(左四)等合影

儀式上，楊瀚業先生代表旭日集團分別與楊福林書記、賀遠權副書記進行了救護車和彩色多普勒超聲診斷儀交接儀式。楊瀚業先生致辭時表示：「樹高千尺不忘根，水流萬里總思源。良井是我們血脈相連的故土，旭日集團在發展的同時，始終心繫桑梓，情牽故里，尤其關注家鄉民生福祉的改善與提升。我們深知，基層醫療衛生事業直接關係到千家萬戶的健康福祉，更是鄉村振興的重要保障。希望我們能為提升家鄉基層醫療服務能力、改善鄉親們就醫條件盡一份綿薄之力。這也承載著我們對良井父老鄉親身體安康、生活幸福的美好祝願！」 惠州公益組

發展藍圖規劃 驅動品牌生態圈協同成長

2023年12月，在校企合作「品牌生態圈協同創新中心」項目溝通會上，旭日集團副董事長兼總經理楊勳親自指導，對項目願景、工作開展方向、工作要求等內容進行詳細說明與明確確定，與惠州學院院系各負責人達成了高度共識。

會上，明確將「發展藍圖規劃」定調為項目的首要工作，確立了調研先行的原則，依託惠州學院的專業支持，繪製清晰的發展藍圖，同時結合公司戰略目標，為公司未來業務發展，制定中長遠規劃。

自項目啟動以來，「發展藍圖規劃」工作紮實推進。針對線上主力銷售的5個品類（成人裝、童裝、配件、箱包、鞋子），制定年度線上市場調研方案，並定期提供5個品類市場調研分析報告。這些報告為管理層制定品牌運營計劃及預算的制定提供決策依據，亦為公司挖掘市場空白點及支持品牌發展建言獻策。

2024年，為滿足公司新品類拓展需求，調研品類延伸至「家紡」類別。



「品牌生態圈協同創新中心」項目結合經濟前景、服飾版塊市場環境與競爭態勢，制定「藍圖發展規劃方案」，旨在為我司提供更全面、更精準的線上「佈局」參考。

近兩年內，「發展藍圖規劃」工作持續演變優化。依託我司多年來積累的校企合作優勢資源，在工作推進過程中，除以惠州學院為核心外，始終以任務完成為導向，並根據項目需求，靈活整合外部資源，包括香港理工大學、上海東華大學等，通過校企合作、院系間合作、校間合作等多元合作形式，持續提升項目分析的「可用性」。

未來，「發展藍圖規劃」工作的統籌，將遵循楊勳先生提出的新願景，將校企合作上升至國家戰略思維層面考量，持續整合惠州學院及外間的優勢資源，結合真維斯高速發展的業務需求，為真維斯探尋持續可發展空間。同時，積累真維斯的成功經驗，通過打造品牌生態圈的平台，助力中小企業發展，為社會貢獻更多價值。 研究與發展部

AI時代 品牌升級
常宏集團召開2025年中工作會議

7月22至23日，常宏集團2025年中工作會議在河北保定涿源華中假日酒店召開。來自全國的集團管理層、各子公司及各事業部負責人共30餘人參加。

會上，常宏集團各子公司、事業部及管理部門匯報了上半年工作總結和下半年的工作計劃。今年雖然有市場競爭加劇、內卷嚴重、客戶要求提高、消費需求升級迭代、AI技術應用迅速發展等影響，但通過集團的整體調控和全體員工的努力拼搏，集團上半年各項工作目標達成。集團還就下半年整體工作做出規劃部署，對未來趨勢和市場發展做了分析與探討。

常宏集團董事總經理王躍作《擁抱AI範式革命：重構組織未來競爭力》和《全域

數字化戰略下的品牌價值重塑》主題報告，為集團在AI時代的戰略轉型與品牌升級指明了方向。

報告中，王躍先生解讀了AI技術的發展對商業規則與組織邏輯的重構作用。企業若想在未來競爭中佔據優勢，必須從戰略層面擁抱AI，重構工作流程和組織架構。報告還明確了常宏品牌戰略的落地路徑，通過「三維聚焦戰略：行業垂直化、技術產業化、服務產品化」與「雙輪驅動：創新驅動+生態鏈驅動」，賦能業務能力。

常宏執行董事馮慶梓作總結發言，對集團發展成果給予肯定，並對集團未來發展提出指導意見。

此次年中會議為常宏集團下半年及未來工作繪製了清晰藍圖。通過AI技術與品牌價值重塑，常宏集團將以更清晰的價值定位、更堅實的技術支撐、更開放的生態格局，構建不可替代的品牌護城河，為客戶和社會創造更多價值。 常宏



馮慶梓先生(前排右八)、王躍先生(前排右七)及與會同事合影

圖片新聞



斯里蘭卡行動小組於8月1日至7日期間，再次到訪斯里蘭卡波隆納魯瓦地區，開展為期7天的實地探訪與淨水系統檢測工作。本次行動覆蓋39個村莊7,204戶受助家庭，淨水系統受惠家庭達10,000戶。小組對39套淨水系統進行運行檢測，確保當地居民獲得安全、清潔的飲用水；另對特困戶致送慰問金！ 斯里蘭卡行動小組



7月17至19日，由香港客屬總會青年部舉辦的「紀念抗戰勝利80周年、慶祝東江水供港60周年之『綠水東江，客鄉同行』」河源惠州學習交流團一行30名青年代表，在副主席兼青年部部長簡汝謙，常務副主席兼副秘書長、旭日集團總經理辦公室總監楊瀚業等總會領導的帶領下，前往河源和惠州兩個客家之鄉，展開學習之旅。 耀年



7月18日，集團中國總部經理會部分成員參加了由期湖塘社區舉辦的「綠色暑期·益起撿跑」活動，活動旨在提升居民環保意識，搭建鄰里互動平台，改善社區及周邊環境。活動中，經理會成員們沿著總部園區周邊道路，邊慢跑邊撿垃圾，既美化了園區環境，又增強了社區凝聚力。 集團中國總部經理會



7月18日及8月1日，旭日集團中國總部人力資源培訓部單陳在集團中國總部主講「從『信解行證』看真維斯轉型必由之路」系列課程第二班及第三班，逾400名學員參與。課程沿用了劉偉文先生構建的核心思想，圍繞「信為根基、解行合一、證為確據」核心框架，將「信解行證」哲學，與現代企業管理實踐進行了深度融合，助力學員提升工作效率與實際成果。 惠州人力資源培訓部



8月1日，旭日慈善基金在內蒙古赤峰市地區和山東沂蒙山革命老區的「愛心光明行」白內障救治公益項目開始啟動！是次「愛心光明行」共為520名患者進行復明手術，首日在內蒙古赤峰地區取得顯著成效，成功為41位貧困白內障患者更換晶體復明手術，全部重見光明！愛心光明行將繼續讓更多困難患者重獲光明，共建健康美滿生活。 特約通訊員



8月11日，旭日集團與「香港紅十字會」及「一號九龍」管理處舉行「一號九龍捐血日」，活動已連續舉辦超過10年，一直得到旭日同事及大廈租戶員工的大力支持，今年共有30人成功捐血，其中旭日同事盧社尹、余嘉諾已連續5年參加捐血活動，日前由集團香港公益組主席梁樹森頒授嘉許狀。捐血者獻出的一包全血能救治3個或以上的病人，希望大家能繼續行善，並鼓勵親友身體力行參與捐血。 集團香港公益組



8月11日，現職行政主任（AO）與部分集團香港行政部代表一行約20人前往尖沙咀香港歷史博物館參觀「國家安全展覽廳」，大家從歷史、科技和政策等角度深入了解「總體國家安全觀」及其二十個重點領域，並強化國家安全的意識。 集團培訓及發展部



8月20日是東華三院賣旗籌款日，適逢今年是東華三院創院155周年，在全港各區舉行賣旗活動，集團香港公益組在香港總部及CBD2智選假日酒店亦支持活動，設置籌款箱進行募捐及賣旗籌款，獲得同事們鼎力支持。賣旗所籌得的善款將幫助東華三院提升各項社會福利及教育服務質素，為弱勢社群送上溫暖和希望。 集團香港公益組

常宏裝飾獲能源管理體系ISO 50001認證

常宏裝飾正式通過能源管理體系ISO 50001認證，取得中國質量協會質量保證中心頒發的認證證書。這標誌著常宏裝飾在能源管理規範化、綠色低碳發展領域邁上了新台階，為行業可持續發展樹立新標杆。

為響應國家「雙碳」戰略，常宏裝飾全面啟動能源管理體系建設，通過建立、實施和維護公司能源管理體系，實現能效提升；建立覆蓋能源採購、監測、分析的閉環體系，優化全流程能源消耗；引入高效設備與智能化管控手段，切實降低能源消耗；開展節能培訓，依據能源管理相關標準開展一系列紮實活動，將綠色理念融入日常工作與項目建設，形成長效節能機制。 常宏



集團中國總部第六屆「薪火相傳 旭日同行」家庭同樂・環保嘉年華活動

薪火相傳五十載，非遺共築旭日情。8月9日，旭日集團中國總部第六屆「薪火相傳 旭日同行」家庭同樂・環保嘉年華活動於集團中國總部大樓隆重舉行。此次活動人數超歷史之最，逾1,100名旭日員工及家屬參與。旭日集團副董事長兼總經理楊勳、董事兼副總經理張慧儀、旭日商貿（中國）有限公司副總經理兼真維斯電貿總經理劉偉文、力佳實業有限公司總經理蔡艷芬等公司代表出席支持，共繪旭日文化和家企溫情的非遺環保畫卷。

本次環保嘉年華活動由集團中國總部行政辦公室

攜手各司行政部精心策劃，並由中國總經理會、旭日黨總支部協辦，AO生共同參與。今年以八大旅遊城市（北京、成都、武漢、西安、杭州、景德鎮、廣州、惠州）的非遺文化為主題精心設計多元化遊戲打卡方案。臉譜手作、惠州話問答、醒獅點睛等特色非遺活動齊上陣，通過趣味遊戲融合親子互動與收集城市印記，換成特色美食與禮品，有效提升了大家的參與度，氛圍熱烈。「美食嘉年華」增設了特色非遺美食如糖葫蘆、沙糕粿、涼茶、涼粉等，獲得一致好評。特別是貼合主題增加的糖畫，糖畫師傅現場製作，吸

引了眾多大小朋友排隊，成為本場亮點之一。

楊勳先生在致辭和媒體採訪中強調：「『窮則獨善其身，達則兼善天下』是旭日發展的行動指南，亦是旭日履行社會責任的核心價值觀。今日我們以更開放的姿態構建品牌生態圈，發展新質生產力，打造生產性服務業新業態，力求企業發展與社會進步共進。旭日人『懂得工作、懂得生活』，我們將以『家』為紐帶，攜同員工家庭成為綠色環保理念與中華傳統文化的薪火播種者，讓旭日文化生生不息，代代相傳。」

環保嘉年華籌備會



楊勳先生致辭



張慧儀小姐為榮譽成員代表頒發紀念品



張慧儀小姐與「蘇東坡」扮演者及古裝麗人合影



糖畫師傅現場製作



嘉年華現場歡樂合影

「這麼多棋子裡，哪個最厲害呀？」幼時的我握著「帥」，等待叔父的回答。

「『卒』最厲害。」「『卒』？為何偏偏是它？走得最慢的『卒』……」叔父笑而不語，摸了摸我的頭，他的瞳孔映照出那一枚普普通通的「卒」。「卒」，不是這麼好讀懂的。日光照過漢界，時光流過楚河。在匆匆飛轉的時針裡，我慢慢長大，棋藝也有所長進，但我仍讀不懂叔父的話，讀不懂象棋裡的「卒」。直到那場對弈。那夜，月光碎了一地，我與叔父在棋盤上征伐天下。我仔細端詳著帳下的勇士：「車」，縱橫疆場；「馬」，跳躍四方；「炮」，隔山打牛；「象」，鎮守四方；「將」，君臨沙場……如此多的豪傑，豈能是小小的「卒」比得了的？我看著那五個手持長矛、鎮守邊境的「小卒」，不禁輕笑。

「吃『馬』！嘿嘿，你『車、炮』都沒了，現在『馬』也被我擒住！」叔父狡黠的目光在棋盤上掃視著。我低頭沉思，這漫漫黃沙裡是否還有一線生機？心臟撲通撲

我讀懂了象棋裡的「卒」

通跳動，眼神左右橫移——我還有「卒」！

我的兩個「小卒」義無反顧地發起衝鋒，橫渡漢界。逃脫了多少次圍捕後，我的兩個「小卒」不敢回頭，怕視線穿越滔滔楚河茫茫漢界，依舊看不到故鄉的草木；怕出師未捷，無顏面對江東父老。他們沒有退後，他們眺望前方，他們開始不問歸路，孤身直逼黃龍。

此刻，叔父的「車」殺了過來。「糟糕，我能不能回退一步？」我心中暗緊。「一鼓作氣，再而衰，將軍，我們不後退！犧牲我，保住我的兄弟吧！」一「卒」高喊，慷慨赴死。

隨著時間的流逝，一局終了。最後一個「小卒」已兵臨城下，原本固若金湯的城池瞬間瓦解。「小卒」站在城池的斷壁殘垣上，奪過了對方的帥旗。而烈烈殘風中，誰還記得黃沙下的帶血鎧甲？

我終於讀懂了「卒」的偉大之處：在弱小時常懷追求強大的心，始終擁有胸懷家國天下的擔當。人生如棋，我願為卒，行動雖慢，誰見我後退半步！ 冷玉

AED入駐旭日中國總部

近日，旭日集團中國總部園區內增添一座「生命守護站」——嶄新的自動體外除顫器（AED）正式安裝啟用。心臟驟停的黃金救援時間僅4分鐘，此設備安置於園區A座一樓大堂顯眼位置，為生命的緊急時刻爭取了



專業導師講解心肺復甦及AED使用示範

急救培訓為生命護航

寶貴生機。

輝年組織了專業急救培訓，由專業導師系統講解了心肺復甦（CPR）操作流程及AED使用規範。40餘位公司員工及租戶代表參加，共同學習守護生命的應急技能。

隨著AED的安裝與急救能力的普及，為園區織就了一張牢固的生命守護網。同時，園區的AED設備也已上線惠州生命鏈AED城市地圖，將這份生命的保障傳遞給身邊的每一個人，讓更多生命在關鍵時刻得到及時救助。讓我們共同攜手，打造一個讓生命有托的平安園區。

輝年

加入經理會的日子，一年半裡十多次座談會的光影，早已在記憶裡變成一片柔軟的底色——那些圍坐暢談的夜晚，那些帶著溫度的建議，那些被楊勳先生點撥時忽然亮起來的瞬間，都化作腳下悄悄生長的台階，托著我慢慢成長。

初加入時像揣著顆跳得太急的心，總急於表達自己的觀點，渴望用碎片化的想法證明價值。如今回望，那份急切裡藏著多少青澀。後來才慢慢懂得，比起一味輸出自己的想法，靜下心來聆聽他人的見解，往往能遇見更廣闊的視野與更深刻的洞見。就像讀《心經》時體會到的那份靜：在繁雜中守住定氣，原來比甚麼都重要。那些沉下心來的時刻，聽楊勳先生及各位前輩分享經驗與智慧，聽夥伴們聊工

作中遇到的問題與心得，視野竟在不知不覺中拓寬了許多。

從前總因在自己的小格子裡看工作，如今藉這個平台，才算慢慢看清集團業務的全貌。

回顧這段經歷，最深的感受是：在楊勳先生的教導、前輩與同事的幫助下，每天試著多思考一點、多擔當一點。經理會的意義，從來不止於單一的知識傳遞，更是搭建了一個「共修」的平台。

未來，我會繼續把每件小事做好。畢竟，這段被經理會溫柔托舉的時光早已教會我：最好的成長，是和一群人一起，在理解中協作，在沉澱中精進，一步一步，慢慢走向更遼闊的地方。

聆雨

職員進修喜訊

姓名	公司／部門	獲得證書	發證機構
王紹傑 鄧康能 林嘉偉 李銳坤 駱子儒 吳惠寶 鄭振鵬	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		
丘永強 曾坤豪 劉利明 莫斌 羅志明 賴秋婷 李銳潔 林雅彬	旭日商貿（中國）有限公司 惠州真維斯電貿分公司 運營部	互聯網營銷師	廣東今日頭條科技有限公司
車佳樂	旭日商貿（中國）有限公司 惠州真維斯電貿分公司 營銷部		

述說我們的故事：馮文健篇（二）

以下為馮文健先生講述的故事（第二部份）——

收購澳洲真維斯是集團的重要里程碑之一，是旭日集團轉型至零售業務的一環，亦是旭日「一條龍」（Vertical Integration）策略中不可或缺的部分。「一條龍」的主旨，是由貨品生產的第一步至貨品交付到客人手中，都能由集團一手包辦所有步驟，使業務不用受制於人。先由集團屬下的明燈公司負責布料供應；同屬集團的明石染廠則兼理染色、洗水，由製衣廠進行製衣環節；再由貿易公司負責貨運出口至國外；最後則透過收購澳洲真維斯作為集團首個零售平台，並成功將澳洲真維斯引入中國。90年代初，集團全面收購澳洲真維斯，而在1996年，集團旗下旭日企業有限公司公開招股，並成功在香港上市，澳洲真維斯成為旭日企業有限公司的主要業務之一。

收購澳洲真維斯，是我以前未曾面對過的挑戰。當時澳洲真維斯總部設在西澳柏斯（Perth），加上新南威爾士（New South Wales）和昆士蘭（Queensland）已有約100家店舖，將真維斯店舖擴充至澳洲全國，再伸延至紐西蘭，其中的人才管理是重中之重。面對歷史背景、社會文化與東方社會截然不同的澳洲真維斯員工，我們絕不能狐假虎威，以楊生的名義發號施令；而是應與澳洲真維斯員工多溝通並取得共識。後來澳洲真維斯的生意規模逐步擴大，公司認為澳洲真維斯總部遷往澳洲東部更為適合，故約於2000年，為配合業務發展，公司遷入位於澳洲墨爾本（Melbourne）南雅拉（South Yarra）的辦公室。（未完待續）

馮文健先生講述

歷史資料整理小組整理

職員喜訊

地區公司／部門

香港總部 旭日金融投資有限公司

中國總部 旭日商貿（中國）有限公司

惠州力佳貿易分公司採購部

晉升職位

姓名

蔡恆鋒

羅曉嫻

副經理

經理

經理

劉偉文先生受邀出席2025中國紡織服裝品牌大會

8月17日，由中國紡織工業聯合會主辦、海寧市家用紡織品行業協會協辦的2025中國紡織服裝品牌大會於浙江海寧舉行，大會聚焦「錦繡東方 品牌向上」主題，由中國紡織工業聯合會會長孫瑞哲、浙江省海寧市政協主席周紅霞作開場致辭，引領品牌發展，為紡織服裝品牌建設提供發展方向。旭日商貿（中國）有限公司副總經理兼真維斯電貿總經理劉偉文受邀出席本次大會，作為「2025中國紡織服裝品牌故事」發佈儀式及高端對話嘉賓，與行業代表一同探尋品牌穿越週期、歷久彌新的發展路徑，為品牌向上發展構建差異化的集體智慧。

會上，「2025中國紡織服裝品牌故事」正式發佈，真維斯、鄂爾多斯、茵曼等59個品牌入選「2025中國紡織服裝品牌故事」推薦案例名單，這些品牌案例作為行業標杆，為紡織服裝業提供了可借鑒的成功經驗。劉偉文先生代表真維斯，與行業領導、企業代表、行業媒體共同發起倡議，以行業之力助推中國紡織服裝品牌影響力提升。

在高端對話環節中，大會圍繞「品牌向上——激活消費新體驗」議題展開，為品牌破局提供新思路。劉偉文先生表示，面對消費市場快速迭代與內卷競爭，真維斯始終秉持「物超所值」的經營理念，通過供應鏈改革、信息系統高效協同、泛平台化發展，構建品牌具有競爭力的價格優勢帶，以更具性價比的價格策略贏得市場。這一模式不僅增強了品牌應對市場波動的能力，也為探索行業高質量發展提供了突破思路。

在全球市場格局深刻變革的背景

下，中國品牌正迎來從「中國製造」到「走向世界」的歷史機遇。真維斯也將繼續秉持「人優我轉」的精神，在探索品牌可持續發展的道路

上砥礪前行，與行業同仁攜手，把握時代先機，夯實核心競爭力，共同推動中國紡織服裝品牌高質量發展。

真維斯品牌推廣部



祝賀！真維斯品牌運動大使鄧麗娟勇奪2025成都世運會攀岩「雙冠」

8月14日，在2025年第十二屆世界運動會（以下簡稱「世運會」）攀岩女子速度個人賽決賽上，真維斯品牌運動大使、中國國家攀岩隊運動員鄧麗娟以6秒40成績奪得金牌。在兩天後的攀岩女子速度接力賽項目，鄧麗娟與隊友默契合作下再次摘金，勇奪攀岩女子速度個人賽與接力賽雙冠，並於本屆世運會閉幕式上，憑藉優異成績獲得「今日最佳運動員」！鄧麗娟的榮耀時刻，也印證著真維斯「敢於挑戰，不破不立」的突破精神與運動員追求卓越的信念契合。從巔峰到轉型，再到品牌煥新，真維斯攜手攀岩世界冠軍鄧麗娟，以拼搏詮釋時尚與運動的融合，致敬每一位勇敢追夢的攀登者！

真維斯品牌推廣部



真維斯品牌運動大使鄧麗娟

真維斯快訊

「城野之秋」為主題，選用舒適柔軟的面料，搭配實用功能性的細節，演繹簡約的戶外系列，女裝繼續以「城野之秋」為主題，選用舒適柔軟的面料，搭配實用功能性的細節，演繹簡約的戶外系列。

商品開發部

九月型格

九月的衣櫥正醞釀一場「無界穿搭」的革命，以服裝為語言，訴說都市與自然的共生哲學。真維斯男裝繼續主打「城市輕機能」風，破界城市界限，硬核科技感與山系美學碰撞出全新風格。男士們身穿剪裁得體的輕機外套，運用拼接、印花、特織等元素演繹，展示不一樣的秋季穿搭。內搭速乾拼接衛衣或空氣棉印花衛衣，下裝搭配運動感十足的束腳褲，腳踩徒步鞋，輕鬆切換通勤與郊野場景，大地色系與迷彩印花的混搭，則讓整體造型在粗獷中透露出都市精緻感。

商品開發部

九月型格

九月型格，以服裝為語言，訴說都市與自然的共生哲學。真維斯男裝繼續主打「城市輕機能」風，破界城市界限，硬核科技感與山系美學碰撞出全新風格。男士們身穿剪裁得體的輕機外套，運用拼接、印花、特織等元素演繹，展示不一樣的秋季穿搭。內搭速乾拼接衛衣或空氣棉印花衛衣，下裝搭配運動感十足的束腳褲，腳踩徒步鞋，輕鬆切換通勤與郊野場景，大地色系與迷彩印花的混搭，則讓整體造型在粗獷中透露出都市精緻感。

商品開發部

破局——向增長再出發 真維斯電貿召開聯營業務2025年年中總結會

8月8日，真維斯電貿召開聯營業務2025年年中總結大會，來自各地的聯營商及旭日同事近100人齊聚一堂，共同回顧上半年的奮鬥歷程與挑戰，展望下半年的目標與規劃。旭日集團副董事長兼總經理楊勳與聯營商深入交流，發表總結講話，為未來發展指明方向。

會議重點回顧了上半年業績表現，聚焦經營狀況、現存問題及未來策略，明確核心改善舉措。真維斯將持續穩步推進三大核心建設工作，推動多品牌、多平台、多品類的協調發展與平衡。同時，圍繞品牌升級、業務合作等核心議題，與聯營商夥伴深化共識，攜手推動高質量可持續發展。

楊勳先生深入分析了市場環境，並對公司策略作出系統總結。他指出，當前外部環境挑戰加劇，市場競爭白熱化且內卷明顯，價格戰導致行業利潤下滑，企業生存壓力增大。真維斯在經歷過去幾年高速增長後進入「拐點」期，經過管理提升與資源聚焦，已逐步轉入新的增長通道。策略層面，真維斯將持續踐行「保基本、增時尚、補短板」方針，深化對這一方針核心內涵的理解；未來將聚焦可控業務板塊，從源頭強化分店預算管理，有計劃地推進精細化運營；同時加強制度與系統化建設，通過管理優化提升整體管理效能，增強品牌核心競爭力。

在與聯營商的交流中，楊勳先生進一步明確了未來方向。他指出，真維斯應對拐點的關鍵，在於保持「信心與定力」，避免被短期問題牽制，在複雜環境中學會分清輕重緩急，運用科學方法積極尋求突破。經營方面，需依託制度落實強化管理，通過產品創新、供應鏈整合與資源共享，推動「ISO9000」體系試點，逐步提升管理規範化水平。楊勳先生強調，大家應團結一心、溝通協作，在制度與策略上達成高度共識，從計劃端精準發力，主動面對並解決問題，集中力量辦好自己的事，攜手應對市場挑戰，立潮頭，勇進取，抓住發展機遇，實現破局增長，走好可持續發展之路。

真維斯電貿聯營業務部



簡訊

8月2日，由廣東省文化和旅游廳主辦的「2025大灣區（廣東）非遺品牌活動」在白鵝潭大灣區藝術中心煥新啟幕。本次活動以「時尚灣區·非遺新造」為主題，匯聚粵港澳三地22個非遺服裝品牌，通過動態發佈、靜態展示和秀演的形式，展現非遺技藝與現代設計的創新融合。

真維斯與設計師黃剛攜手打造的《文脈承續·貓頭獅·墩頭藍》系列作品憑藉其獨特的文化內涵與時尚表達，成功入選展演。該系列巧妙融合傳統非遺元素與現代設計語言，成為活動現場備受矚目的焦點之一。

真維斯電貿行政部

2023年，旭日商貿（中國）有限公司秉持推動行業發展的宗旨，作為第四起草單位，積極參與由中國紡織信息中心發起的《紡織服裝企業供應商能力評價規範》行業標準的制定和起草工作。目前，該規範標準已編制完成，並經審批通過，將於2025年11月1日起正式實施。

旭日集團及真維斯憑藉在紡織服裝深耕多年的專業經驗，結合真維斯品牌長期積累的供應鏈管理實踐經驗，為標準的實用性和適用性提供了重要支撐。

此項行業制定標準成果充分體現了真維斯在紡織領域的專業能力和服裝行業地位獲得的業界廣泛認可。未來，真維斯將繼續以實際行動，為促進紡織服裝行業發展貢獻力量。

真維斯電貿行政部

童裝新秋野趣

童裝新品以「山系露營」為靈感，巧妙融合功能性與潮流感，打造山系風格穿搭。

上裝：拼接玩趣，印花點睛。基本系列採用親膚純棉面料，搭配簡約小印花，多色彩選擇，是日常百搭首選；主題系列則以涼感透氣面料為基底，巧妙運用拼接元素設計，點綴帳篷、山峰等山系趣味印花，讓戶外穿搭更具氛圍感。

下裝：多元選擇，自在隨行。基本系列柔軟耐穿的衛衣布休閒褲，男女童皆宜。時尚系列男童主打實用多口袋工裝褲，戶外感十足。女童推出簡約俐落的直筒褲，另有polo領連衣裙可供選擇，收腰設計兼具美觀與實用性。輕鬆切換戶外探險與日常休閒。

套裝組合：省心潮搭。舒適的主題衛衣套裝，趣味山系印花，呼應主題，分開單穿或者成套搭配皆可，兼具實用性和性價比。

商品開發部

第三屆「人類的競爭與互鑑互補」論壇於法國舉行

旭日慈善基金積極推廣佛教與佛學研究及交流，在2017年資助創立了「旭日全球佛教研究網絡」，網絡成員包括北京大學，加拿大英屬哥倫比亞大學，美國哈佛大學和耶魯大學，英國劍橋大學和牛津大學等14所國際知名學府。此網絡從2023年起，每年在成員學府舉辦「人類的競爭與互鑑互補」論壇。第三屆於本年7月9日至10日在巴黎的法國國立東方語言文明學院（INALCO）舉行。參與的學者一致認為，旭日全球佛學研究網絡已成為跨國學術交流之重鎮。

本屆論壇圍繞四個主題探討，分別是：「佛界與人間、菁英與草根：佛教與其他東亞宗教在淑世過程中的互動」、「廣宣流佈、相競相融：佛教與諸宗教文本在華人社



開幕式上，左起：漢堡大學田海教授、牛津大學Pyi Rhyo Kyaw博士、希伯來大學舒爾曼教授、陳金華教授、法國高等研究實踐學院高萬桑教授、劍橋大學高諾佳教授、普林斯頓大學安教授



第三屆論壇的學者合影。前排左起：日本早稻田大學由利亞教授、陳金華教授、日本茨城大學志賀市子教授、INALCO汲謁教授、法國高等研究實踐學院高萬桑教授、漢堡大學田海教授、哈佛大學汪悅進教授



陳金華教授為楊釗博士讀出致辭

會中的生產與傳播」、「佛教與全球治理：人工智能、區域宗教衝突與氣候變化」和「跨地域、跨文化傳播視閥下的佛教與藝術」。120多位來自全球各地的學者，透過不同視角與方法，共同揭示了佛教，以及深受佛教薰陶之東亞其他宗教傳統，所蘊含之淑世精神與濟世理想。諸位學者指出，佛教於當前人類所面臨之諸多危機中，具有深厚的思想資源與實踐潛能，有待當代學界與社會各界加以發掘、轉化與弘用。

論壇開幕式上，INALCO院長余曦教授（Prof. Jean-François Huchet）致歡迎辭。英屬哥倫比亞大學陳金華教授讀出楊釗博士的致辭。楊釗博士表示，本次論壇四個主題都以開放視野、關懷現實為旨歸，體現了佛教研究超越傳統範疇，走向全球倫理與公共對話的時代責任。當今世局動盪，人類比以往更需要深層的自我省察。願這次年會所凝聚的，不僅是知識和智慧的光芒，更是一份對人類未來的悲願與當擔。

傳訊及公關部

楊勳先生率香港紡織及製衣界遞交《施政報告》聯合建議書

7月30日，香港紡織業聯會及香港紡織商會的代表與香港特區政府特首政策組會面，遞交紡織及製衣界《2025年施政報告》聯合建議書，圍繞香港紡織業發展、支援業界應對關稅戰、加快培育「新質生產力」等領域，提出近80項具體建議。特首政策組組長黃元山博士代表特區政府，香港紡織商會會長、旭日集團副董事長兼總經理楊勳，香港紡織業聯會會長羅正杰，香港立法會紡織及製衣界議員陳祖恒，香港紡織商會永遠榮譽會長陳愛菁，香港紡織商會常務副會長、旭日集團董事楊燕芝等業界代表參與會面。

業界提供的建議書內容指出，紡織業作為香港具深厚發展基礎的傳統優勢產業，是創科研發、供應鏈管理、品牌發展等領域的大戶，也是內聯外通、深化國際交往合作的主力軍。業界期望新一份《施政報告》繼續支持業界把握國家發展機遇，應對變幻莫測的環球新格局，引領行業深化改革，鞏固並強化香港作為亞洲區內的國際時裝紡織樞紐的定位，並為對接國家「十五五」規劃提前做好部署。

業界建議範圍包括穩守中小企的現金流；優化「BUD專項基金」；加強東盟、中東及內地市場的出口信用保險服務，協助業界應對外圍風險、開拓新市場；繼續支持「香港時裝薈」，作為國際旗艦活動的定位，善用海外經貿辦網絡加強宣傳；支持業界與各地時裝協會建立更高層次合作關係，鞏固香港作為國際時裝紡織樞紐的戰略地位。

楊勳先生發言時表示，紡織業是香港經濟的支柱行業之一，仍有很多人從事此行業，他期望政府以不同方式，繼續向紡織業發展注入支持和信心。他指出，紡織業生產大多已遷至內地和海外，本港業界有必要與內地及海外業界進行更深度的交流和對接，期望當局繼續支持業界，促進與國際國內的交往和合作。

傳訊及公關部



楊勳會長、羅正杰會長（左六）、陳祖恒議員（左五）、楊燕芝常務副會長等業界代表向黃元山博士（右六）遞交建議書

回顧2025年上半年，全球經濟和政治局勢動盪，貿易關係和政治聯盟出現重組。美國方面，特朗普上任後積極推行多項政策，特別是今年4月宣佈之關稅政策，導致成本上升，有機會引致通貨膨脹，從而影響利息走勢，令股市波動。中國雖然在關稅貿易戰談判中取得初步成果，但國內經濟正處於結構性轉型，而香港亦正尋找新出路。

本企業秉承年初訂下的策略，繼續推行「全面實施高質量發展」及堅決奉行「效果主義」、「獨立核算，自負盈虧」的宗旨，專注核心業務，量力而為，時刻保持和增強自身的競爭力。旭日企業期內收入總額錄得4.90億港元，持有的優質高息藍籌股及定期存款之投資取得合理的回報，因此股權持有人應佔溢利達3,220萬港元，較去年同期增加了31.5%。

金融投資方面，面對環球經濟不明朗因素，管理層對投資加倍審慎，決定持盈保泰，謀定而動，保持充足流動資金，靜待投資良機。期初企業投資組合賬面值為17.16億港元，上半年金融投資業務收入總額下跌54.4%

旭日企業2025年中期業績公佈

至5,751萬港元。主要是由於持有的高息內銀股於2024年開始實行派發中期股息政策，所派發之中期股息已於本企業2024年下半年確認為收入。2025年上半年投資組合賬面淨值為20.22億港元。

室內設計及裝修工程業務方面，常宏公司聚焦商業店裝與展陳行業，升級顧客服務體驗，依托數字化與AI技術開拓新客戶，並搭建數字化產業服務平台。此外，工程應收賬款餘額於期內大有改善，加強業務現金流狀況，上半年度收入同比上升35.1%至2.11億港元。

出口業務主要由「設計中心」及「洋行」組成。設計中心以美國為主要市場，管理層居安思危、提前部署，於兩年前將採購由中國轉移至南美洲，以減低政策風險的影響。洋行繼續推行大數據管理、品質監控和供應鏈方面的優化，並在大幅加關稅前盡量出貨，但由於銷售訂單減少，上半年度出口額同比下跌9.8%至1.97億港元。

香港零售受到本地消費模式轉變的影響，表現繼續疲弱，將保持審慎維持店舖規模。以實體店營運的海外加盟商面對中國電商平台競爭，承受沉重經營挑戰。期內香港零售及海外加盟業務總額同比下跌20.1%至2,340萬港元。

展望下半年，本企業將繼續關注美國的關稅政策，以及落實的情形。特別是中美雙方關稅談判的結果與落實。另外，所引起的美國通貨膨脹和聯儲局的美息走勢，這將為本企業未來的部署作為重要的指引。在關稅政策和談判未有結果前，本企業將採用「以不變應萬變」的策略，將人力、財力和精神集中在最有效益的公司和項目，堅持「開源」與「節流」。由於本企業在股票最低谷時，投資了相當的內銀股票作長線投資，其每年派息金額保障了本企業的利潤和派息來源，因而爭取到較多的時間，等候投資機會到來，從而獲得較高的回報，為股東獲得較大的收益。在未有不可預見的重大事件發生的情況下，本企業下半年的收益將會高於去年同期。

金融組

2025年廣東企業誠信建設大會圓滿舉辦
旭日商貿作誠信經營實踐經驗分享

應邀出席，並作企業誠信實踐經驗分享。

省企聯駐會副會長許澤群致辭。大會現場發佈了《抵制「內卷式」競爭，促進高質量發展倡議書》，還邀請省社會信用體系建設領域專家開展政策解讀，並專門組織銀企對接活動。

旭日商貿（中國）有限公司作為行業標杆，分享了誠信經營的實踐經驗。葉雪蕾總監介紹了以「以真之名，信達天下」為核心理念構建的全鏈條誠信體系，包括供應商信用評級機制、全流程數字化追溯系統和使用者信用檔案管理等創新實踐，受到與會企業的廣泛關注與認可。

旭日商貿已連續兩年榮獲「廣東企業誠信公約」證書，體現了其在誠信建設方面的持續投入和社會各界的充分肯定。

惠州公關部



葉雪蕾總監作經驗分享

「北京道一號」榮獲優質管理雙獎項

由香港警務處防止罪案辦公室、香港物業管理公司協會、保安及護衛業管理委員會聯合舉辦之「最佳保安服務選舉」，經評審委員會嚴格挑選後，「北京道一號」升級榮獲最高級別的「榮譽管理物業獎」及「最佳管理公眾停車場獎」雙料獎項。這項殊榮印證集團物業的管理一直處於優質和卓越的水平。

「北京道一號」作為區內首屈一指的甲級商廈，繼去年榮獲「五星級管理物業獎」，近日更進一步在「西九龍最佳保安服務選舉2024」中升級獲頒最高規格的「榮譽管理物業獎」，亦是榮獲的「榮譽管理物業獎」獎項尤為不易，其評選標準極為嚴格，涵蓋了安全管理、服務品質等多個範疇，同時須連續9屆蟬聯「最佳管理物業獎」，以及須於去屆獲得「五星級管理物業獎」才有資格獲頒此最高殊榮。這次獲獎既是榮譽，也是責任，更彰顯了「北京道一號」作為甲級商廈標杆的實力。

地產部



十大工作目標系列報導



認知破局行政人員級研討會

7月25日，「認知破局行政人員級研討會」在集團中國總部舉行。研討會由旭日集團副董事長兼總經理楊勳主持，集團副總經理鄒慶平、董事兼副總經理張慧儀、特邀嘉賓羅川山，以及各司行政人員級同事共58人參與。

研討會上，各司主管及行政人員級同事結合工作實際與業務發展需求，分享學習心得並積極探討突破方向。詳細回顧集團經歷多次重大轉型，每次轉型的關鍵均基於對外部環境變化的認知和企業自身優勢的結合，充分體現了管理層的前瞻意識和頂層設計能力；結合《認知破局》書中的核心觀點「對外部環境的認知和對自身優勢的把握」，總結在零售和品牌建設中，需清晰認識市場環境、競爭態勢、消費者變化和科技發展等外部因素，同時客觀評估企業內部優劣勢。只有將外部環境變化與企業自身特點相結合，才能在激烈競爭中找到突破路徑。

各公司主管還分享了多個與「認知破局」理念相似的實踐案例，包括：總辦地產組在疫情後調整業務方

向，開拓新業務；校企合作項目中，與惠州學院二級學院深度合作，形成品牌生態圈；AI技術應用與工作方法優化實例；實體店續約談判中的認知升級案例；以及業務下滑時的認知重構與系統化管理優勢等；透過理論學習與各部門工作實踐的結合，深化對《認知破局》的理解。

楊勳先生強調，書中很多理念與旭日多年實踐高度契合，值得大家持續學習；大家應客觀解讀書中內容，切忌被知識束縛，避免陷入「所知障」；《認知破局》書中的案例雖具參考價值，但更重要的是將其原理與集團實際相結合。通過認知外部環境變化和內部優勢，企業能不斷調整發展路徑，實現持續突破。旭日文化經50多年發展濃縮在「旭日文化小冊子」中，簡潔有力的金句和指導原則能在不同環境下為員工提供處理困難的有效方法，要深入理解並靈活運用。

楊勳先生以自己的學習心態影響大家終身學習。他指出，學習的核心在於觀察、思考與總結，這也是「旭日文化」的精髓。成功的關鍵在於「落實」，而非空談，實踐是檢驗真理的唯一標準；「天道酬勤」是根本，「一心三肯」是其現代詮釋。他平時不斷學習、推薦，是因為親身受益，分享有益於大家的知識和觀

點；他無需講稿，因為這些智慧已內化；他重視大家的心得，因為這是了解團隊的窗口；他強調學習的必要性，推薦這些書，是因為大家需要成長，並用大家能接受的方式來學習，要將所學知識真正落實在工作中，共同進步。

會上，各位嘉賓作分享。鄒慶平先生以禪宗境界來比喻「認知」與「破局」，期許大家學以致用，將知識真正融入工作中；張慧儀小姐重申「未來能夠贏到最後的人，一定是堅定的長期主義者」，勉勵大家繼續加強團隊協作、穩紮穩打。

羅川山先生分享了觀摩感受，他深刻體會到旭日集團的輝煌成就，源於楊釗先生、楊勳先生長遠的戰略遠見和宏大的格局視野。這次研討會正是一次「認知破局」：一、集團融合傳統文化與現代管理的獨特模式，值得總結；二、以智慧開導，將旭日文化融入日常，必須堅持；三、楊勳先生親身授課，是團隊的「思想引領者」與「定海神針」，體現了儒釋道思想與三觀的高度統一。

楊勳先生總結時表示，企業的根基比技術更重要。我們往往過於關注那些表面的技術，總在問：「用的是甚麼方法？是甚麼技術？」但真正的根基，其實是那些最根本的東西。技術只是開出來的花朵，而不是樹幹，更不是樹根。那些最直接的，才是真正有價值的「金子」。旭日能夠走到今天，無論經歷了甚麼，都能屹立不倒，也就是說，只要一有機會，它就能再次綻放光芒，創造新的成就。

與會者認識到：只有將外部環境變化與企業自身特點相融合，才能在激烈競爭中尋找到突破路徑。通過分階段的深入學習和參加研討會現場交流，聆聽楊勳先生的指導和同事的分享，有助於多角度、多層次地啟發思考和提升認知。思維升級僅僅是起點，真正的破局源於自上而下的行動轉變。大家表示未來在工作中，將持續反思，不斷深化領悟旭日文化精髓要義，並在日常實踐中身體力行。

惠州人力資源培訓部



楊勳先生（前排左六）、鄒慶平先生（前排左七）、張慧儀小姐（前排左五）、羅川山先生（前排左四）與參加研討會的成員合照

學習心得

真維斯生態圈戰略的破局與新生

真維斯把握住了發展的趨勢，如書中一是消費趨勢的迭代，消費者需求的轉變；二是系統化的經營思維，如書中提及的「掌握全局系統思維，才能看到本質、看清趨勢」。

消費趨勢的迭代中，年輕消費者對情感的認同、情緒價值和社交屬性的滿足遠大過於產品功能的本身。實踐證明，在代言人、IP聯名、連續33年舉辦真維斯杯、故宮及敦煌合作、獨家贊助芒果TV的小小少年等，已讓消費者感知到真維斯的名牌大眾化不再是單一的價格優勢，更是時尚的表達與情緒價值的滿足。經多年的沉澱，真維斯的土壤已經種下了能持續發展的種子。

品牌的溢價和高端化已經成為現代的共同訴求，優秀的品牌在新的環境下也會遇到增長的瓶頸，而這也是當下業務發展過程中遇到的問題。從而引發了關於對未來破局方向的思考，我非常認同書中提及的「別小瞧非主流，任何事物的崛起皆是由邊緣開始」和「企業想要長青必須要不斷地生『兒子』」。

真維斯線上業務幾乎涵蓋了所有的主流平台，真維斯高速增長的同時，也帶動了第二梯隊子品牌的發展，

2024年子品牌通過不到三年的發展，已超過2019年真維斯線上銷售4.6億元人民幣，而這正是企業想要長青必須要不斷地生「兒子」最好的例證。但子品牌在業績飛速增長的同時，也帶來了個問題，如何從源頭做好子品牌風格的把控，如何聚焦主力子品牌的發展，如何加大核心子品牌的形象建設與推廣，因減得加，注重內功的修煉是子品牌穩健發展的重要途徑。

綜上所述，未來破局的要素，歸納如下：

第一，保住真維斯基本盤，實現子品牌風格差異化，建立行之有效的價格、品質管控及形象推廣體系；

第二，打造學習型組織，不斷提升學習與創新能力，與時俱進；

第三，系統化管理的提升，降本增效，推動聯營商由游擊隊向正規軍的轉變；實現高質量可持續發展，真正意義上為中小企業賦能；

第四，發揮品牌生態圈優勢，打通上下游供應鏈、從面料開發、產品設計、採購、銷售端、品質管理、財務管理、系統保障等實現協同效應，共同面對消費市場。

真維斯電貿 林喜紅

從張琦《認知破局》看旭日校企合作創新之路

打破地域與資源邊界，構建協同網絡。張琦老師提出的「系統連接」理念，與旭日集團的校企合作發展理念不謀而合。我們的校企合作在人才培養、促進服裝行業發展方面可以說碩果纍纍。2023年12月，旭日集團與惠州學院攜手開展品牌生態圈協同創新中心項目，實現了校企合作跨學院、跨專業、跨班級的多元交流與合作，以企業發展的實踐經驗為鮮活案例，結合新技術、新手段，打造從流程化、信息化、智能化的發展路徑。同時，我們聯手東華大學、香港理工大學，三校聯動，猶如將原本分散的拼圖拼合完整，讓知識、人才、創新理念在品牌生態圈內自由流動、相互碰撞。

以破局思維，回應楊勳先生的「突破」要求。校企合作從惠州一隅走向三地協同，從單一服裝學院升級為生態體系，每一步都是對原有認知框架的主動拆解與重構。從規劃、機制、工具、資源等多方面打造高質量可持續的經營品牌體系。我們期望相關的機制、工具不僅適用於自身，更具有可推廣、可複製性，從而形成廣泛的社會效益，使企業成為行業標杆，實現高質量發展。

認知持續刷新，創新之路永無止境。校企合作項目的每一次邊界拓展、每一個機制創新，都是旭日集團兩位楊先生帶領團隊在認知升維道路上的生動實踐。

中國總部行政辦公室 葉雪蕾

應對關稅挑戰與職業成長之路



《認知破局》作者強調「認知決定命運」，這一點令人深思。很多時候，我們之所以陷入困境，並非能力不足，而是被舊有的思維方式所束縛。只有不斷升級自己的認知系統，才能真正實現個人成長和突破。

正如面對目前中美激烈的關稅博弈戰，作為中間服務者，我們面對的是客戶與供應商的雙面壓力，我們如何從中起到更好的橋樑作用為雙方找到一個破局點，達到雙贏的局面。我認為打破當前的僵局，需要雙方以更高的認知視角來看待彼此關係，並用超越短期利益看長期合作的價值觀念來促成供需雙方坦誠相見，彼此理解，最終達成雙贏，困局自然被攻破。我得到的啟示是：

信息多元化是認知升級的基礎：避免陷入單一立場的信息繭房，多角度理解關係的複雜性；

創新思維是解決問題的關鍵：在工作中主動尋找替代方案、優化供應鏈結構、開拓新市場；

開放心態是適應變化的前提：保持學習力，擁抱不確定性，在變局中發現機會。

面對中美關稅戰所帶來的挑戰，我們需要用更高維度的思考去突破困境，從衝突中尋找共識，在變化中把握方向。唯有如此，才能在全球格局的重構中實現真正的成長與突破。

《認知破局》不僅提供了理論上的啟發，也給出了具體的方法論。工作展望：

1. 增強決策品質：並更加注重獲取多樣化的信息來源，避免陷入「信息繭房」，從而提高在工作中做出更明智決策的能力。

2. 創新解決問題：希望能夠運用這些新視角來解決工作中的複雜問題，探索更多創新解決方案，推動項目向前發展。

3 促進團隊合作：團隊協作中更好地溝通與協調，尊重並利用每位成員的獨特視角，共同達成團隊目標。

4. 持續自我提升：定期反思自己的認知框架，主動尋求新的知識和技能，以保持競爭力。

力佳 張衛明

從《認知破局》看真維斯轉型： 以「升維思考、降維打擊」驅動數字化品牌生態圈建設

張琦在《認知破局》中強調：「解題思路比答案本身重要百倍」。所謂「認知破局」，核心是兩重研判：對外睇清市場趨勢、消費變化與科技革新；對內摸清企業優勢與短板，唯有兩者精準對接，才能找到競爭破局路徑。

回望集團半世紀發展，每次轉型都是「因勢破局」：從以內地及海外生產破局、工貿結合，到零售崛起、現今數字化品牌生態圈建設，每步皆扣時代脈搏，與書中「升維思考」邏輯高度契合。上世紀90年代，內地零售仍以被動百貨公司「櫃台模式」為主，我們引入GAP「品牌專業零售商（SPA）」模式，踐行「時光機理論」，將國際成熟的開放式櫃台連鎖經營模式導入內地，推動真維斯零售業務躍升至行業標杆地位。如今第四次轉型——從服裝零售到經營品牌、建數字化生態圈，同樣延續這一邏輯：以消費者信任為根基，50年服裝供應鏈管理提升產品質素，信息化體系打通產業上下游，強大企業文化凝聚力團結合作夥伴，構成轉型底氣。

《認知破局》的「升維思考、降維打擊」，核心是趨勢洞察、用戶穿透與系統思維。真維斯的轉型，正是對這一邏輯的生動印證：

一、認知升維：從「賣產品」到「建生態」

張琦提及「天道酬勤是最大謊言」，雖嘩眾取寵，實則提醒企業需「抬頭看路」，因為只有找對方向，再努力往既定目標推進才有意義！真正的成功源於對時代趨勢的把握及落實執行的能力。真維斯的轉型抓住了兩大趨勢：

A. 抓牢Z世代情感與社交需求

Z世代對品牌情感認同、社交屬性的需求，已超越產品功能。我們拆解「平價時尚」定位，以「名牌大眾化+物超所值+時尚必需品」重塑認知：邀王一博代言、推「小小少年」綜藝、與故宮等IP共創，長期推青年項目，將產品轉為年輕人表達載體，契合書中「品牌是讓用戶成

為誰」的理論。

B. 以生態圈提升交易效率

張琦強調「商業本質是提效率」，我們構建「線上社交+網店陣營+供應鏈中台」體系，打通產業生態圈，將「人貨場」升級為「內容—社交—交易」閉環，交易效率遠超傳統零售。

二、系統思維：「天網+地網+人網」協同

張琦主張「全域系統思維見本質」，真維斯生態圈正依此形成三網格局：

A. 天網：內容引流實現轉化

通過抖音、小紅書打造「潮流穿搭王一博」內容矩陣，單條視頻播放量破百萬，形成「內容引流→IP種草→電商轉化」閉環，踐行「高級行銷是與用戶談戀愛」的情感聯結邏輯。

B. 地網：經營用戶時間促轉化

在12個網購平台開設超900家差異化網店，部分以直播將社交場景轉購物場景，成為直播電商增速頭部品牌，印證「商業終局是經營用戶時間」。

C. 人網：用戶裂變降行銷成本

在主流社交平台建矩陣，運營私域社群，以UGC激勵推動用戶二次傳播，提升複購率，落實「用戶裂變是最低成本行銷」的方法論。

三、第二增長曲線：從「賣衣服」到「經營品牌」

張琦提出「企業長青需佈局第二曲線」，真維斯通過多品牌創新實現跨越：

A. 業務維度：差異化避紅海

孵化「JEANSWEST LIFE」、「JEANSWEST Z+」等潮牌，年銷近3億元人民幣，以「與其更好，不如不同」避開傳統紅海，開闢新增長空間。

B. 能力維度：賦能生態共贏

通過流程與信息化升級提決策效率，將供應鏈改造為「柔性供應鏈」，以IT體系賦能合作方提升經營、開發與供應鏈能力，踐行「資源平移與能力複用」邏輯。

四、生態圈成功要素拆解

對照《認知破局》「認知—戰略—方法—心法」框架，真維斯增長核心有三：

1. 認知破局：重塑用戶心智

A. 穿透Z世代矛盾需求

傳統快時尚陷「低價內卷+個性不足」，我們發現Z世代「既要性價比，又要獨特性」，推出「基礎+百搭+主推」產品組合，契合「真正痛點是難以啟齒的」洞察邏輯。

B. 生態圈思維替代單線思維

捨棄傳統零售單線邏輯，聯合經營者、院校、供應商、設計師等構建「共創生態」，既體現「成功源於消費者洞察」，也印證「未來競爭是商業模式競爭」。

C. 數據驅動激活傳統業務

以用戶行為數據反推設計生產，驗證「新商業變現數據」；與惠州學院合作推「穿搭挑戰」等短視頻內容，將賣點轉情感故事，視頻轉化率較傳統形式廣告大幅提升。

五、結語：在不確定中錨定確定性

真維斯轉型印證《認知破局》核心：商業本質是認知變現，增長源於對「趨勢—消費者—系統」的穿透理解。未來，我們仍需以「認知升維」引領「生態進化」，深化用戶價值與生態賦能，將品牌生態圈升級為可持續發展的商業系統——這既是踐行「活成確定性」，也是贏得長期競爭的核心密碼。

旭日商貿（中國）有限公司 劉偉文

旭日信息科技轉型中的挑戰、機遇與三倍速進化路徑

《認知破局》中提出「升維思考」的核心邏輯，旭日信息科技首要挑戰是破除「技術及工具提供者」的定位局限，並面向外部市場，重構「問題定義能力」，從資料底層邏輯出發挖掘客戶隱性需求。

戰略重構：錯位競爭與長期主義的協同進化

旭日信息科技需避免與傳統IT服務商的紅海競爭，應抓住「生產性服務業」的差異化定位。「錯位競爭」思維在此尤為關鍵：一方面，依託真維斯多年積累的服裝產業數字化經驗，為中小企業提供垂直領域解決方案，而非通用型技術服務；另一方面，通過校企合作（如惠州學院、東華大學、香港理工大學）構建產學研生態，將高校的智能技術研發能力與產業場景結合，形成「技術孵化—商業驗證—規模化輸出」的價值鏈。

挑戰與機遇：認知反覆運算下的組織能力再造

旭日信息科技轉型中，需直面兩大挑戰：一是需轉向主動挖掘外部客戶痛點，踐行「用戶需求洞察是商業本質」；二是從單一技術實施到提供「技術+商業」綜合服務，需建立跨領域認知體系。例如通過東大碩恩項目，提升數智化及項目管理能力。機遇則在於：資料資產化（沉澱服裝零售資料，加上旭日特有的管理機制，構建競爭壁壘）、校企聯動化（通過校企合作降低研發成本）、服務產品化（將供應鏈協同平台轉化為標準化SaaS產品）。

旭日信息科技未來可借鑑書中「三倍速學習」理念，通過快速試錯與反覆運算，在智能技術賦能產業的道路上實現認知與商業價值的雙重破局。

旭日信息科技 林鴻



研討會現場，管理層與同事們分享學習心得

實體服裝零售的認知革命與行動鐵律

《認知破局》以深入淺出的方式，著重強調了學習和思考的重要性，探討了認知升級對於個人成長和突破的幫助。

一、核心認知總結

1. 趨勢認知：看清行業底層邏輯

線上線下融合是必然：單純依賴線下渠道已無法滿足消費者多元化需求，需構建「線上引流+線下體驗」的全渠道模式。消費需求升級：顧客導向，消費者從「買產品」轉向「買體驗」，門店需從銷售空間轉型為生活方式場景，承載情感價值與社交屬性。

2. 模式認知：突破傳統商業框架

傳統模式的局限性：實體店依賴地理位置、租金成本高、庫存周轉慢等問題亟需解決，需探索輕資產、高靈活度的運營模式。差異化競爭是關鍵：通過精準定位、特色服務或獨特供應鏈形成壁壘，避免陷入同質化價格戰。

3. 決策認知：數字化驅動替代經驗主義

我們必須摒棄「拍腦袋」決策：利用大數據分析消費者行為、市場趨勢，提升採購、行銷的精準度。利用數字化賦能，動態調整策略：市場變化加速，需建立快速回應機制，及時優化商品結構及針對性的行銷策略。做到「人無我有，人有我優，人優我轉」。

二、行動及展望方向

1. 公司已實現全渠道零售，線上業績取得突破性增長。自營店面臨競爭的現狀，可入駐抖音本地生活、小紅書

平台。

在小紅書、抖音發佈穿搭教程、時尚趨勢解讀等內容，引導消費者到店體驗，吸引年輕客群自發傳播。跨界聯名與熱門IP、網紅博主合作，聯名推出限量款，借助其粉絲效應提升品牌話題度與溢價能力。

2. 場景化門店改造：將門店打造成「主題空間」，如復古風格網紅打卡點，配合AR虛擬試衣、智能導購屏等科技設備，增強互動性與趣味性。有條件可嘗試與咖啡店、書店等業態合作，共用空間降低運營成本。

鞏固會員忠誠度，通過企業微信社群、小程序會員中心提供個性化服務。

3. 智能採購決策：利用銷售數據預測需求，結合AI演算法優化採購量與週期；與供應商簽訂「柔性訂單」協定，支援小批量、多批次補貨。落實公司現有「四級分成」合作模式，達至雙贏。

庫存管理：通過標準化、流程化、數字化、智能化管理系統即時監控門店商品流動，滯銷品及時調貨或促銷，加強針對性策略避免積壓。

4. 團隊認知升級：定期組織內部培訓，學習數字化運營、用戶增長等新技能，尋找創利空間。

破局關鍵：將趨勢洞察轉化為可落地的戰略，將客戶需求轉化為差異化的產品與服務，最終通過系統性創新實現業務的可持續增長。

大進真維斯 林飛華