

# 旭日之聲

第四二〇期  
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

## 抗疫良方

編輯部

此文章已經於二月二十七日發給集團香港總部副經理級或以上同事。編輯部認為甚具參考價值，因此在此重新刊登。

一場突如其來的新型冠狀病毒肺炎（新冠肺炎）疫情，使中國乃至全球面臨嚴峻的考驗。自從去年十二月開始於武漢出現新冠肺炎確診者，隨後疫情迅速在國內及海外蔓延。國內嚴控抗疫，武漢等湖北省先後封城，許多城市也實施小區封閉式管理。

新冠肺炎恐慌亦籠罩著本港，正常的生活及工作節奏被迫打亂，市面更出現「口罩荒」、「搶米潮、搶廁紙潮等，可見市民對疫情的惶恐和不安。為應對持續嚴重的新冠肺炎疫情，政府及大部分企業實施特別上班工作安排，安排員工在家工作，學校則停課，盡量減低人群聚集，減慢病毒傳播，為研究有效治療藥物及方案爭取時間。

全城抗疫的同時，本港經濟面對重大打擊，尤其是旅遊、餐飲及零售業更是雪上加霜，企業均想盡辦法希望渡過這個經濟逆境。人生之中，禍福相依、成敗交替，旭日集團於四十五年來經歷各樣挑戰，有賴堅守旭日文化及精神，使我們化危解困。旭日文化教導我

們不只要學習在順境中生活，亦要學習在逆境中生存。面對這個逆境，我們除了要加強身體抵抗力，更要增強心理抵抗力，而世上最有效的抗疫良方之一——「忍耐力、自然力、時間」。

對於災難，首先要鎮定，因為亂中容易出錯。要鎮定先要忍，忍耐是令事件不會在災難中重複犯錯的方法，本來是錯，我們不希望錯上加錯，所以說忍耐是必須的態度。「忍無可忍，再忍一次」，你會發現它的效力。退一步海闊天空，忍一時之氣，免百日之憂。當然，忍是很痛苦的、很難受的，提醒自己，再忍一次，看看如何？另外，可以依賴宗教力量，其中有效的方是祈禱、持咒或閉關；只有面對困難，實事求是，對症下藥，就能轉危為安。只要有決心，有信心，有行動，許多災難都是可以妥善解決的。

世事萬物皆有其自然定律，自然力講求平衡。自然哲學家有格言曰：「自然力將在時間的長河中消磨障礙而發生」；自然力平衡的三個條件為坦然、自然、適度。淨慧法師曾開示：「世間的一切事物都是暫時的，如白駒過隙，日月如梭，一切聚合離散都是因緣和合，自然力會平衡你的所做所

為」。張立先生在《逆境求生存》中，引用毛澤東的詩詞：「高天滾滾寒流急，大地微微暖氣吹」，在最困難的時候，各方面逐步會形成共識，去應付急速的寒流，這股力量，就是寒流中的暖氣。所謂「船到橋頭自然直」、「天無絕人之路」、「柳暗花明又一村」，便是自然力最好的寫照。

時間是最好的良藥，不管眼前的路有多艱難，不論眼前的痛苦有多難熬，我們要相信，一切終究會過去的。《易》經演繹的真理是「諸行無常」，沒有任何東西是永遠不變的。一時之間未能解決的問題，學習暫且放下，讓它緩一緩，不要急於處理，等待時機，隨著時間的過去，人們的思想和態度會改變，環境氣候及形勢會改變，而出現新的機遇。時機成熟後，自然水到渠成，問題跟著就能解決，旭日三招中「事緩則圓」的道理就在其中。

這是一次重大的考驗，是真實的「逆境」。我們在這次新冠肺炎疫情的危難之中，在工作生活中要提醒自己，時刻銘記「忍耐力、自然力、時間」這抗疫良方，隨著各方面的奮不顧身的努力，以及科學的常識和智慧，加上時間的沖洗，問題一定會解決，我們一定能夠渡過這次危機。

## 疫情下的安心法門

一場突如其來的疫情將所有人原本正常的工作和生活按下了暫停鍵。病毒是魔鬼，疫情面前，白衣天使化身最堅強的勇士，戰鬥在抗疫最前線，與魔鬼作戰，與死神賽跑。電視和網絡每天發佈的疫情數字背後，是每天正在上演的一幕幕人世間最慘痛的悲歡與離合！疫情還在肆虐，社會正籠罩在巨大的惶恐和不安之中。面對災難，我們應該如何安頓我們的身心呢？

首先，需要必勝心。新型冠狀病毒發生以來，在國家的領導下，全國人民众志成城，與病魔展開了頑強的戰鬥。面對考驗，堅定必勝的信心是打贏這場疫情的關鍵。必勝心來自積極的心態和勇於面對現實，家家重視防控，人人都唸「南無觀世音菩薩」名號。《普門品》云：「佛告無盡意菩薩，善男子！若有無量百千萬億眾生，受諸苦惱，聞是觀世音菩薩，一心稱名，觀世音菩薩即時觀其音聲，皆得解脫」，因此仰仗佛菩薩加持的力量，有菩薩做我們堅強的後盾，只要信心堅定，就沒有過不去的坎。

其次，需要慈悲心。佛教講「慈能興樂，悲能救苦」，疫情發生至今，已經有七萬多人不幸確診，全國上下，人人關門禁足。但是，我們的慈悲之門，應

該永遠打開，要以眾生受苦，就是自己受苦的菩薩精神為眾生祈福，給眾生以慰藉，遠離恐怖。這次的疫情也是人類共業的結果，所以還要代眾生懺悔業障，用「心」抗疫，要疫災早點消除，應該從「慈悲心」開始。

第三，需要智慧心。要打贏這場戰役，不僅需要勇氣還需要智慧。網上報導上海一家藥物研究所研究發現雙黃連口服液可以抑制新冠病毒，雖然這只是研究發現，還未經臨床驗證，但立即掀起一陣搶購潮，一夜之間雙黃連斷貨，還有更可笑的，據說連獸用雙黃連和雙黃連蓉月餅都脫銷了。中科院李蘭娟院士接受採訪時表示，主人要加強對寵物的管理，如果寵物在外面接觸到疫情也要監控起來。這話沒問題，結果網上曲解李院士的話，謠言說：「寵物也會傳染新型肺炎！」於是有人轉身就把罪惡的雙手對準了自己朝夕為伴的寵物……類似例子，不勝枚舉。抗疫過程中，愚癡和謠言本身就是病毒。所以，這場戰役中，一定要保持理性的思維，面對謠言，智慧心無疑就是最好的疫苗。

疫情下僅有此三心還不夠，我們還要反思，尋找原因，對症下藥。因此，還需要兩個敬畏：一是，敬

畏因果。此次疫情開始之時，專家就已經判斷病毒來自野生動物。但是，一個野生動物身上的病毒怎麼就到了人的身上，並最終演變成為了影響整個國家的災難呢？香港大學醫學院管軾教授最新研究結果表明，穿山甲是新型冠狀肺炎病毒從蝙蝠傳染到人的中間宿主，消息一出，輿論譁然。據公開資料顯示：穿山甲，是全世界被走私最多的哺乳動物，而中華穿山甲，在過去的二十一年裡，減少了百分之九十，瀕臨滅絕！所以有人說這不是天災，而是人禍，這就是因果報應。古人說「禍福無門，唯人自招」，人類的貪婪，缺少對因果的敬畏，肆意殺戮，卻不知因果如環，最終人類終要嘗下自己種下的苦果。

二是敬畏生命。痛定思痛，敬畏生命，不僅因為慈悲和眾生平等，更因為它們的命運就是人類自己的命運。「如果我們不堅決採取措施，病毒還會回來！」這是鍾南山院士多年前的警告，現在回頭看，不免唏噓，也令人惋惜。如果我們不就此懸崖勒馬，從此敬畏生命，這句警告將永遠不會過時。

抗疫正在進行，如果我們能夠做到這三心二敬畏，不但可以在疫情當下安住我們的身心，也一定能夠使我們永離疫災，國土莊嚴。 演鼎法師



### 旭日集團向良井鎮捐贈消防車

1月17日，旭日集團向惠州市良井鎮捐贈的消防車交接儀式在良井鎮舉行。良井鎮鎮委副書記、鎮長黃文勝，鎮委委員馬春利、劉威靈，旭日集團香港公益組總監楊玉懷出席交接儀式。儀式上，黃文勝副書記代表良井鎮政府對旭日集團長期支持家鄉建設的義舉表示衷心感謝，並表示良井鎮將以此新消防車到為契機，持續深入開展崗位大練兵、火災隱患排查整治，全面提升全社會抗禦火災的綜合能力。

楊玉懷女士表示，多年來，香港旭日集團一直注重企業的社會責任，秉承「窮則獨善其身，達則兼善天下」的企業文化，深信「取諸社會，用諸社會」，旭日集團將繼續有力地支持良井鎮的發展。

特約通訊員



黃文勝副書記(前排右三)、楊玉懷女士等領導代表出席捐贈儀式並合照

### 惠州城市花園積極做好抗疫

春節前夕，鑑於新型冠狀病毒確診個案不斷上升，並有在社區擴散的跡象，花城管業處第一時間配合國家政策取消「城市花園開放日」等各項公眾活動，並關閉兒童遊樂場、籃球場、公共乒乓球室等公共場所，停開城花村巴，勸喻住戶減少出門、佩戴口罩，動員花城各人員積極做好抗疫工作。

管業處除了加強城市花園公共區域的消毒工作，例如在住宅內大堂、樓道、垃圾桶、停車場及住宅周邊等公共區域，每天定期噴灑消毒液；每天對電梯進行四次酒精噴灑消毒，每天更換兩次電梯按鍵使用塑膠軟膜。同時亦對小區實施出入管理工作，實行封閉式管理，嚴禁外來人員及外來車輛進入本小區；對所有進入小區的住戶量度體溫；並按政府指引，對湖北和其他疫情嚴重地區返惠的住戶，嚴格要求隔離醫學觀察14天，其他地區返惠住戶要求居家隔離7天，相關資料詳盡記錄並上報居委會，同時密切關注其是否落實自我隔離，嚴謹配合執行，堅持

每天向所有住戶發放「防控通告」。

作為優質住宅小區的典範，花城管業處會嚴密監控疫情的發展，並隨事態發展調整抗疫措施的力度，積極抗疫。

地產部



城市花園嚴格做好各項抗疫措施

沒有一個冬天不可逾越，沒有一個春天不會到來！

### 旭日物流中心：做好防護 無畏疫情

新型冠狀病毒感染的肺炎

發生以來，集團上下緊急行動，眾志成城，打響了疫情防護的總體戰。為確保店舖不關門、不停業、不休市，旭日物流中心不停發貨，集團為倉庫員工提供口罩，消毒液等防疫用品。點點滴滴周到細緻的保障，蓄積闖過難關、重建了正常倉庫運作秩序的信念與力量。

採取嚴密措施防控疫情擴散蔓延，集團千方百計為復工復產營造安全有序的生產環境，部門給力，倉庫員工積極工作。兩大物流中心復工前對公共場所和工作場所進行一次全面消毒，復工後對空間場所、公共設施進行全面管控、例行消毒，並安排專人開展專項檢查。採取輪崗輪休、縮短工時、待崗等方式穩定

崗位。及時有效、堅定有力的措施層層傳導，為復工復產創造了條件、提振了信心。

大年初三，華南倉已經打響新年復工第一炮。1月27日華南倉已安排值班輪崗發網購唯品貨品，1月31日安排輪崗發網購其他平台貨品。當戰役進行到由春節休假階段轉入節後企業陸續返崗復工階段，集團始終把員工生命安全和身體健康放在第一位，既抓好疫情防護，又保障倉庫運作正常秩

序。2月11日下午，華北倉成為河北石家莊地區第一批復工運作的企業。真情真我真維斯！

真維斯，有心就有翼，真維斯，真的更精彩。讓我們共同努力，打贏這場對抗新冠病毒的阻擊戰！中國加油！武漢加油！旭日物流中心加油！大投物流管理中心



物流中心積極應對疫情，保障倉庫正常發貨



旭日物流中心努力抓好疫情防護

2020年伊始不尋常，新型冠狀病毒肺炎疫情如晴天霹靂，蔓延神州大地。本該

### 暖春戰「疫」你我同行

讀《楊勳先生致全體旭日人的一封信》有感

關家團聚的日子，多地啟動一級響應，交通管制、廟會停開、社區/鄉村封閉式管理……全國上下打響一場防控新型冠狀病毒肺炎疫情的人民戰爭。

1月31日，原本是旭日集團總部開工的日子，但受疫情影響，開工時間經歷了多次調整，我們各自呆在家中隔離。面對此次疫情，不少員工言語中透露出惶恐與不安。2月11日，《堅定信心 戰「疫」必勝——楊勳先生致全體旭日人的一封信》發出，向我們旭日人傳遞堅定的信心。

公開信讓我們員工深刻知道：一是我們旭日大家庭，旭日大家長時刻在關心我們。早在疫情之初，管理局成員就分析研究公司復工及疾控防護的對策；二是員工的困難就是公司的困難。不少員工為口罩發愁，希望可以購買到口罩。公司想方設法採購口罩等防護物資，讓我們開工時可以有口罩使用，所有努力皆為我們能安心、安全復工；三是加強我們內心力量，集團第一時間聯繫全國部分寺廟各自以安全方式祈福消災，傳遞愛與信心。

這一封公開信，宛如黑暗中一盞明燈，點亮旭日人心扉，信中提到把員工的身心健康放在第一位，讓



MANAGER 旭日經理會

生點讚。

疫情發生這段時間，各公司部門開始尋找突破，遠程辦公，網絡會議，推動線上銷售及線下銷售網絡化。真維斯品牌在這段時間比往日更活躍在民眾的視野，出現在互聯網各個角落，微信群、朋友圈、小程序上好貨內購。大多員工也積極加入到全員營銷的隊伍中。據悉，首次開搶的「好貨內購」線上活動，全期銷售金額突破60多萬元人民幣。

新型冠狀病毒肺炎疫情對我們來說，是一次危機，更是一次嚴峻考驗，打不垮中國人，更打不垮旭日人。2月24日廣東省一級響應已調為二級響應，我們更加堅定信心，從自己做起，做好疫情防護，做好本職工作，逐步恢復市場活力，願春來「疫」去，山河無恙，你我同行，戰「疫」必勝，公司業績蒸蒸日上！

經理會公關推廣組



掃描二維碼即重溫楊勳先生的公開信

### 常宏馳援湖北漢川 助力鄉村戰「疫」

新型冠狀病毒肺炎疫情牽動著全國人民的心，在戰「疫」的嚴峻時刻，常宏以身作則，承擔企業的社會責任，用實際行動助力一線戰「疫」。

2月8日，常宏建築裝飾工程有限公司向湖北孝感漢川市慈善總會捐助20萬元人民幣善款，助力孝感鄉村戰「疫」。常宏湖北員工因「新型冠狀病毒肺炎」疫情留守家鄉期間，積極回應政府號召，2月5日起馳援湖北第二重災區孝感市的漢川市回龍鎮港村小學33間「新型冠狀病毒肺炎」疑似病人臨時隔離病房建設，經過三天兩夜的不懈努力，2月7日如期交付。作為重災區，孝感鄉村戰「疫」情況危急。在這樣的疫情抗擊戰中，常宏的馳援，是責任，同時奉獻的也是愛心，也是對當地工人師傅們二十多年來對常宏支持的回饋。

常宏



參與建設的常宏湖北員工及漢川市回龍鎮的村民一起為鄉村戰「疫」加油



# 親子關係

「原生家庭」  
(注：指兒女還未成  
婚，仍與父母生活在  
一起的家庭。)一詞如今經常被人們提及，這是因為一個家庭的教育和環境對孩子的一生太重要了。

我生於傳統的男主外女主內的多子女家庭，父親在成長的過程中長期缺席，極少溝通交流更別說進行親子遊戲和互動，早上上學的時候父親還沒起床，晚上睡覺時他尚未回家，以至於一星期沒見面亦是常事。我小時候有個很傻的願望，就是多生病，因為生病了媽媽要在家照顧弟妹，而爸爸總要回家帶我去看醫生，可以想像到，這樣的願望沒法實現，以至於長大後跟父親基本也是沒溝通交流的。所以當我有了孩子，對於與孩子之間親子依戀關係的建立十分重視。

不同的親子關係也導致孩子成長的不同表現。比如，同樣是教孩子搭積木，控制型親子關係下的父母可能會不斷地發號施令、越俎代庖，而啟發型親子關係下的父母就會引導孩子自己找到解決的辦法。

同樣，面對媽媽接一個長的工作電話，安全型親子關係下的孩子可能很快就自我調節，而焦慮型親子關係下的孩子就會開始大哭大鬧。

我認為在早期親子關係的建立中，父母首先要給予孩子高品質的陪伴，才能給孩子帶來幸福感，安全感，相對的，孩子對父母也會愈來愈依戀，愈來愈信賴，才能建立良好的親子關係。陪伴孩子進行探索和遊戲，而不是孩子在一旁自己玩玩具，而父母在玩手機刷抖音。

每天下班後我和孩子爸爸都會放下手機兩個小時專心陪孩子親子遊戲、親子共讀，我們一起享受著最美好的親子時光！願我和孩子能成為最默契的「玩伴」，一起成長！

梁思倩



## 圖片新聞



2月11日至12日，針對中國電信營業廳業務受理人員與個人的隔離防護問題的求助，常宏設計人員緊密製作，加快高效完成了《中國電信營業廳業務受理台防疫隔離規範方案》，助力中國電信一線營業廳創造安全服務環境。  
常宏

庚子新春，荆楚大疫。禁令一下，舉國蕭蕭，人心惶惶。身處南國一隅，亦未能倖免。防疫管控的日子裡，我們以一種特別的方式親歷並見證。

1月23日武漢封城令下，舉國愕然。疫情數據節節飆升，不安與恐懼在空氣中蔓延。新年已無心慶賀，蝸居家中，無奈而茫然。

年初二，楊勳先生身在日本，心繫疫情，指揮立即聯繫全國部分大寺廟，以各種安全方式祈福消災。指令好似投向水面的石子，在這陰沉的氛圍裏激起希望的漣漪。2003抗非典祈福，眾多寺廟共同迴向，疫情日漸消彌。今集團再發心功德款千萬，迴向冠疫情早息。只是這特殊時期，執行起來，談何容易？年飯尚溫，惠州公益組已佈署分工，分頭聯絡各大寺廟，在家人疑惑的目光中，我們馬不停蹄。祈福初二即啟，持續至今，誦經、修法、漢傳、藏傳……寺廟各自以安全方式，行方便法門。佛子虔誠，疫情轉息。每有大難，菩薩必會救度。信念的力量，長者的悲心。

# 庚子別序

年初三，寄自藏地的消災避瘟甘露丸衝破障礙抵達惠州。似乎為了考驗我們，卡在了最後一公里，派送一律暫停。茫茫包裹山中，需自行搜尋，雖力氣費盡，小小一箱終是見日撥雲。另有他人，費盡心思，卻悵然折途，未能尋得。道是為何？似有所解，亦不必解。

年初四，街無路人，一早齊聚辦公室，熱火朝天，電話，微信齊上陣，定時間，取帳號，送批文……凌晨的疲倦在寒意中清醒。楊大長者說，學佛不是要先談如何幫別人，而是先做好自己。菩薩度眾因勢而為，眾生善念盡力而行。

初五、初六……公司、家裡，隨時在線，模糊了區分。行政、財務、人事、後勤，迎難而上，同舟共進。不談辛苦，無有抱怨，我們，只是在旭日佛教文化的潛移默化中上行下效而已，也許無心，亦正合道意。

# 傳承有感

記得剛來到旭日的時候，曾讀過一篇短文—《傳承感言》，並寫下讀後感。入職至今將近一年半的時間，對於「傳承」有另一番感受。

年代的變遷，數代人集於一家公司，各人的成長經歷、思想和行為都不同的情況下，一家企業要順利地培育自己的梯隊，實在不易。

於我而言，「傳承」就像「教車」和「學車」一樣。

記得《傳承感言》說到要管理人必要時要下放權力，讓年輕人操練一下。學習駕駛的時候，教車師傅先以言傳，授予駕駛的基本知識及技巧，再讓學生坐在駕駛座掌控軀盤，切實地累積駕駛經驗。讓學生掌控軀盤，是一種操練，但同時讓他們肩負起責任，了解到一扭一轉都可能影響其他道路使用者，明白到自己和乘客的安全都在掌握在自己的手中。下放權力對年輕人來說是寶貴的鍛煉機會，有歷練，肯承擔，才會成長。

在學習駕駛的過程中，師傅都不需輔助學生掌控軀盤，只會伴著學生駛過不同的道路，作為他們的指路明燈。若學生偏離線路中央，



師傅可從旁提醒；假如學生開得太快或超速，師傅可默默地踏下副駕駛的減速器減速或立即剎停。師傅每一個舉動都能讓學生明白自己錯在哪裡及這個錯誤可能造成的後果。學生會自行修正，然後朝正確的方向改進。如果學生駕駛穩定、技巧拿捏到位，師傅可示意學生踏油門加速，嘗試駕駛的快感。用行動和分享作教育，用鼓勵代替批評。

現時的年輕人較喜歡學習模仿，正好配合了傳承所需的「蕭規曹隨」的理念。管理人可以默默地安放一些優秀、能幹的同儕在他們身邊作學習樣板，實行以人影響人。年輕人很聰明，他們懂得取別人之過人之處，把這些技能變成自己的裝備。透過團隊工作，每天的協作和相處，年輕人漸漸領略到各項工作的標準，認識到對每件大小事情的處理及應對方法，學習到別人正面的工作態度。在潛移默化中，讓年輕人透過觀察，從而了解，然後作出改變，慢慢成長起來，成為優秀的梯隊。

這一年多的時間，我就是這樣慢慢地成長過來。

郭詠琳

# 旭日文化激發我們奮進

回顧過往工作歷程，從實習到工作，我人生第一份工作就是從旭日開始的，轉眼間在旭日工作也已經11年了，最大的感觸是旭日健康積極向上的企業文化影響著我的前半生。

記得第一次接觸楊釗先生的著作《創業 守業 人生》，是在2007年大學時期，感觸最深的是老一輩人創業與生活條件比我們現在年輕人艱苦更多，但就是靠著拼搏精神，肯吃苦，肯吃虧，一步一步發展起來。現在，旭日正在經歷第五次創業轉型。

隨著網絡時代的到來，傳統的零售行業受到了極大的衝擊，在新零售形勢下，各行各業都面臨一次洗牌。旭日商貿，旭日物流，旭日IT等都已經成立獨立分公司，自負盈虧，獨立核算，走上了創業的道路。



最近一年，也是感覺壓力較大的一年，因為旭日物流需要擴大對外業務才能生存下去。創業，就是九死一生，在這個時候，靜下心來，看回楊釗先生的《創業 守業 人生》第三集，又激發人的信心，相信我們會走出困境。旭日物流從人工分揀到機器分揀，從外租倉庫到獨立自建倉庫，正在一步步地向行業標準看齊，無一不是旭日創業12字真言「人無我有，人有我優，人優我轉」的體現。

成功規律，是要設立正確目標，旭日文化在激發著我們向前奮進，在公司正確領導下，大家發揮創造力，要發揮團隊合作精神，合理安排好時間和控制成本，保持強健體魄，不斷學習與時俱進。

廖熾城

天災之下，人無助，心惶惶。楊勳先生念茲在茲，交待中國總部各樓層每天以活佛加持的藥粉熏香。第一天，有人問「有用嗎？」，第二天，有人盼「幾時再熏？」。另贈每位員工活佛特為此次疫情而制的甘露丸，並囑咐隨身帶，消災障。細節之處，如父如長。昔維摩詰謂文殊師利菩薩言：「譬如長者，唯有一子，其子得病，父母亦病。若子病癒，父母亦愈。菩薩如是，於諸眾生，愛之若子」。長者之心，菩薩之心。

這一場疫情，由人類口腹之欲引起的蝴蝶效應，患起雖云四大，根由實系貪嗔。若要消弭災禍共業，誠需我們深自懺悔，戒殺行善，正心修身。《壇經》有云：世人若修道，一切盡不妨。今此疫情亦正是鞭策我們自省與修行吧！疫情不可怕，怕的是教訓之後仍無敬畏之心。

廖廖記此，謹為這註定不尋常的新年作個特別的序罷。疫情尚在苟喘，新春已然來臨。願心向美好，同祈春生！

翟雨燕



閱讀了第四一三期《旭日之聲》頭條文章《人生的意義》，令我有所啟發。講到人生的意義，這是個嚴肅的哲學問題，並不像數學題一樣有權威答案。

# 「人生的意義」讀後感

孩童貪玩，開心就是全部的意義；求學時期，與人對比從而獲得自我肯定，便成了人生的意義；出來參加工作，閱歷增長，與人對比似乎已不再是人生意義的答案，因為懂得人生只有一次，都想活得清楚明白。每個人在每個階段，都會有不一樣的體會，但不難發現，每個階段的人們都在找自己的定位，明確自己的目標，不斷學習/積累來提升自我。人生，是靠人去賦予它意義，你追求怎樣的人生，你就賦予了它怎樣的意義。工作也是如此。

面對全球經濟不景氣，公司嘗試各種方法去應對此變化，其實，員工也需要轉變。或許有人會疑問，這是高層的任务，和我們這些員工，有什麼關係，我們只要做好本分工作，不就可以了嗎？但事實並非如此。如果不做改變，最後被淘汰的不僅是公司，還會有自己，此時的你，還能置身事外嗎？如果不明確前進的方向，盲目做，低頭做，最後得不償失，此時的你，還會不確定目標嗎？

所以，職場上同樣需要找準定位，學習知識，積累經驗，尋求新突破，只要明確方向，朝著方向去努力，去奮鬥，總會有意想不到的收穫。 張瑾儀

以下為黃燕芬女士本人分享的故事

我收到Buy Plan後，首先按產地和月份將資料分類，以瞭解各地每月的接單情況，個別產地有否接單過多，然後徵詢楊鈞先生後，與營業部商量可否把多接的訂單調往其他產地，有的時候也要發出業務通告，通知營業部不可再接新的訂單。同一時間，有了Buy Plan，便可製作船期表。由於每個產地只負責當地的生產訂單，因此需要根據不同的產地製作船期表，然後給予一個按照客期先後順序的製單編號，船期表上的船期由楊鈞先生親手寫上去的，隨著公司的業務不斷擴大，楊鈞先生主力跟進營業部的接單工作，主管生產的工作便改由楊勳先生負責，船期表上的船期也改由楊勳先生親手寫上。船期表需要派發全部部門及簽收，確保不會遺漏任何訂單。楊勳先生將排好的船期表正本會放在自己的桌面上，船務部每個星期都會發出一份報告，通知各部門付運了什麼成品，楊勳先生便會在他的船期表上寫上「OK」，直到整張船期表都寫上「OK」，這張船期表便功成身退。

數年後，我接獲楊鈞先生通知要購入香港永久牛仔褲配額的任务。香港當時的配額分為「永久擁有」和「一年短暫使用權」兩種，而配額的運用也需要符合貿易署所訂立的條例，才能確保下一年度的分配不會被削減。我便負責聯絡中介公司，待楊鈞先生確認價錢後便跟進落實購入事宜，先後購入大量永久配額，此舉不但大大增加了公司營業部接單的靈活性，也可在訂單不到價時，以配額價補貼。（未完待續） 黃燕芬講述 歷史資料整理小組整理



## 述說我們的故事： 黃燕芬篇 (二)



### 旭日人與你一起共盼春來！

旭日集團向每一位奮戰在抗擊疫情一線的醫護、防疫工作者、以及在身後堅定支援抗疫工作的所有人致敬！

我們堅信：只要我們守望相助，共克時艱，就必定能戰勝疫情，打贏這場沒有硝煙的戰役！武漢加油！中國加油！

壹書每月

## 大器可以晚成

《大器可以晚成》一書自去年9月出版以來，獲多本財經刊物如《華爾街日報》、《金融時報》及《哈佛商業評論》等強力推薦，並成為權威商業書評網「800-CEO-READ」的編輯選書！

本書的作者是美國權威財經雜誌《富比士 (Forbes)》的發行人里奇·卡爾加德 (Rich Karlgaard)，但他並不是少年得志的菁英，是個不學無術的失敗者，即使僥倖取得史丹佛學位後亦墜入人生的谷底，做過洗碗工及警衛，過了幾年窮困潦倒的生活。如今他卻成為《富比士》雜誌的發行人，每年在全球演講超過50場，並於各大財經節目擔任評論員，儼然是別人眼中的人生勝利者。當中究竟出現了什麼新的機遇或轉折，能夠徹底激發了他的潛能？而其中又隱藏了哪些值得我們借鑑的思維？

作者希望從自己不堪回首的經歷出發，帶領讀者展開一場精彩的探索旅程。除了揭露了各界大器晚成者獨特的生命軌跡外，亦援引科學研究，配合不同年齡的認知發展與心理特質，為讀者提供實用的指引，例如善用「放棄」的力量及大膽「轉換環境」，開創新的契機等等。

集團培訓及發展部



(上接第四一九期第六版信仰園地)  
觀察身器的學問在中國也是很發達的，如相面的學問，相面不光是看人的面相，有時也看一個人的整體，比如說身材呀，手有多長呀，走路的姿態呀，等等。有的人可能是龍行虎步，有的人走路搖搖晃晃。從佛教的角度考察，我想主要是指他從父母那裡先天稟賦的氣質。  
我們要承認，人跟人先天的身體素質是不一樣的。何以見得呢？在同樣惡劣的環境下，遭受同樣的傷害，不同的人身體反應不一樣：有的人沒有問題，有的人就有了問題，不一定是平時健康的人就沒有問題，平時弱的人就有了問題。在生活的種種壓力和考驗下，不同的人身體反應完全不同，確實存在諸如耐力、體力方面的差異。  
我們讀古典小說，如《水滸傳》、《三國演義》、《岳飛傳》這些演義

小說，裡面形容一個人身高八尺，拿一把一百多公斤重的大刀去跟人打仗就像拿一根小木棍一樣。我想這樣的人如果去參加現在的奧運會舉重項目，肯定拿冠軍。那就是講一個人的先天素質在體力方面的優越性。  
也有的人身材並不高大，卻力氣過人。佛教講這是屬於「報」，力氣大也是一種果報。我聽我們師父講，雲門寺的佛源老和尚年輕時就力大無比。同樣是在寺院幹活，砍柴他所負擔的重量是別人的兩三倍；他可以把水牛的兩隻角抓住，使它動彈不得，可見力氣相當大。我們寺院的一個護法居士，據他自己講力氣也很大，但是他的飯量很大——一般力氣大的人都比較能吃。所以在這一點上，各人的先天素質不一樣。（未完待續） 作者：明海大和尚 摘自柏林禪寺微信公眾號及《禪心三無》

## 命運三要 (二)





一場突如其來的疫情打亂了新春佳節的步伐，沒想到一套居家服便度過整個假期。辭舊迎新，真維斯春季換新裝，用春日暖暖驅散陰霾，和廣大顧客一起共克時艱，迎接春天的到來。

由復古文化興起而大熱的工裝風潮成為當下半年輕人追捧的潮流之一，經典工裝外套也再次成為男女衣櫥的必備單品。真維斯推出「春日工裝」外套，以工裝風潮開春。外套採用防風效果極強的面料，輕薄且突顯質感，告別冬日的單調臃腫。顏色搭配以水藍色、藕紫色、燕麥色、卡其色為主，給人感覺既舒適又清新，極大提升工裝風外套的潮流氣息，打造乾淨俐落工裝造型。

## 2020春日暢想 新裝上市

IP合作款——漫威系列貼合自然理念，以清新活潑的亮色系為賣點，讓人眼前一亮。男裝推出漫威角色印花衛衣，配以生機盎然的草木色，款式剪裁簡單俐落，酷感十足，快速抓住顧客眼球。女裝以「復聯」動畫為主題推出混紡衛衣，大膽地採用黃綠色和紫色撞色，盡顯個性，打造潮酷造型。

真維斯春季新裝為打造「春回大地，萬物復蘇」新理念，商品開發著重從配色入手，配合季節特性推出舒適春裝。形象拍攝方面，選取戶外

開放場景進行，設計春遊野餐、球場親子互動等場景，配以氣球、兒童滑板車、風車等道具，營造朝氣蓬勃、青春活力的春日氣氛。新的一季，真維斯將繼續從商品開發和營銷推廣層面進行研究，緊跟當下潮流，關注競品動態，結合自身品牌調性探尋更多發展的可能性，為廣大顧客提供更多穿衣選擇。

真維斯兩司推廣部



## 疫境自強 來自線上的快速反應

2020年的開春即現黑天鵝突發事件，「新型冠狀病毒肺炎」以極快的速度蔓延，武漢封城，各省市交通管制。在這段時間裡，我們只能聯合抗疫，等待一切情況的好轉，不能外出、不能社交，當然也無法正常上班。

面對來勢洶洶的疫情所帶來的挑戰，真維斯電貿緊急啟動了一系列戰疫措施，將閉關狀態切換到戰時模式，員工在家辦公，全員遠程上線，將在公司內的各種會議溝通和營運決策場景移植到線上。既保障了員工的安全，又能做到高效反應。

在疫情的籠罩下，顧客們對於服飾類的購物熱情受到了打擊，真維斯電貿開啟了所有可以觸達顧客的渠道，包括微信個人號、小程序店鋪及店鋪直播等。結合顧客居家的現狀，店鋪側重推出了家居服的宣傳，同時還組織了員工在家直播，介紹店鋪的活動之餘，還為居家隔離的顧客們加油打氣。期間，吸引了不少粉絲前往觀看，增進了與粉絲之間的情感互動。

隨著逐步正式復工的到來，疫情防控也進入了新的階段。真維斯電貿組織員工錯峰上班，在公司內繼續採用線上會議模式，鼓勵員工之間減少交談，保持2米的安全距離，盡可能避免人員過於密集，減少感染的風險。

不管「宅家」還是「在崗」，真維斯電貿全體員工都眾志成城，同舟共濟，為戰疫做貢獻。我們有理由相信：沒有寒冬不會過去，沒有春天不會到來。愈是在這種時期，愈要充滿自信，迎難而上！



真維斯電貿開啟店鋪直播等渠道，提升產品銷售



真維斯官方微信小程序

真維斯電貿

## 真維斯於疫境中探索銷售新模式

在疫情的衝擊下，各行各業面臨著不同程度的危機，首當其衝的是餐飲、旅遊、零售、娛樂等服務性行業。服裝零售業在面臨銷售大幅下降、庫存積壓及復工難等挑戰下，紛紛另闢蹊徑，探索企業疫境生存策略，將線下轉為線上，以「線上為主，線下為輔」，形成人人是微商的新局面。對此，真維斯也不例外。

疫情之下，大部分線下門店歇業，部分仍繼續營業的商場店及時回應上級有關部門及專家的意見，做好防控工作。

門店採取每天定時消毒，店員每天上班時必須佩戴口罩並接受體溫測量，要求進店顧客務必佩戴口罩等措施。同時，公司領導在疫情爆發期間通過視頻、文字等方式給員工送去慰問，關懷員工，踐行企業價值觀，以積極心態與全體員工共克時艱。

為了與廣大真粉保持密切聯繫，確保顧客黏性，大部分線下門店轉戰線上，加大開源力度，創新銷售模式。通過建立微信VIP群、

粉絲群，擴大社群營銷，提高老客戶的複購率，開闢新客戶。通過微信推文及短視頻推送和發朋友圈，將2020春季新品的資訊及時帶給廣大消費者，同時洞察客戶需求，及時調整銷售策略，完善線上銷售模式。面對疫情危機，化「危」為「機」，逆勢成長，真維斯在疫境中自強。

我們堅定信心和希望，堅信疫情必定會過去，期待與大家一同擁抱春日 and 煦的陽光！

真維斯兩司推廣部



微信VIP群

粉絲積極在朋友圈推廣

春的三月是一個腳步輕輕的畫家，當你察覺它的到來時，它已經把每個角落都塗上了色彩。小朋友們已經脫下了厚的外套，穿上五顏六色的春裝，開始新的學習生活。

男童主推色橙色和湖藍色，上裝使用舒適良好的材質面料，款式兼具時尚與功能性百搭更舒適，印花圖案動感文字形態呈現。下裝為運動及街頭造型帶來精緻新穎的外觀。女童主推橙色和粉紅色，上裝用荷葉邊等甜美浪漫的細節展現該造型，下裝不同的版型提供選擇，與上裝搭配，穿搭出滿滿的活力童真。男女童重點推出親子裝，貼合市場需求，款式融入濃濃的親子元素與成人款相呼應出一家人溫暖的感覺，是物超所值的首選。

一個給人以希望的美好季節，春天的腳步，春天的衣裳，春天的人兒與大地沐浴春天的陽光，在彩色的世界裡歡快的追逐打鬧。



## 春天小畫家

商品開發部



## 真維斯快訊

本月男裝漫威系列推出《街頭標語》，簡潔且具有設計感的字母標語，通過巧妙的排列方式，或迭加或錯位。連帽款結合時下大熱的後背印花和機能切駁拼接的方式演繹，下身配搭大熱的工裝褲，個性又時尚。女裝漫威系列運用獨特的線條和豐富的色彩以及趣味漫畫印花為主要表現手法，結合時尚的版型，演繹「彩趣漫畫」系列。公主系列以「裝點春日」為主題，運用白色+淺粉紅色的新色調，精緻的綁帶印花衛衣，時尚的連帽衛衣搭配闊腿褲或者牛仔裙，顯得精緻而又具有時尚魅力。商品開發部

女裝除了運用春日顏色，並加入抽象印花圖案、時尚舒適的面料、潮流的版型，使這個春天不單調。

## 時尚春裝 裝點春日

在春意盎然的春天裡，各種顏色的花朵綻放，時尚達人穿著今年春季流行色，時尚又顯白，充滿驚喜的顏色，更是對世界充滿了信心與愛意。螢光綠、春日橙、活力綠、靛藍。男裝T恤採用清爽的色彩，搭配上加強款式的功能性的外套，滿足顧客戶外穿著需求。個性的簡約文字印花及前胸貼袋設計，醒目的螢光綠線條點綴，配合寬鬆易穿的版型，彰顯不一樣的「輕運動」風格。





## 常宏亮相德國EuroShop2020 開啟全球零售創新之旅

全球領先的零售業展覽會EuroShop 2020於2月16日至20日在德國杜塞爾多夫圓滿舉辦，呈現了零售行業尖端科技、最前端的概念和最準確的行業趨勢。來自57個國家的2,300家參展商與來自142個國家的94,000專業買家在現場進行高效的商務交流。

常宏第四次亮相全球視野，共同見證零售業界的專業盛會，把握行業最新動態。在當下，數字化轉型是重點，也是實現最高能源效率和可持續性的關鍵。常宏緊跟行業發展趨勢，注重科技創新，不斷自我突破，此次攜新零售雲平台V1.0（CH Cloud）、常宏智慧店舖（CH Smart Store）、觸摸式視覺引導（Boot Screen）、智慧貨架（Smart Shelf）、Happy Go系統（系統對用戶在大屏幕遊戲互動判定用戶表情而發放相關的活動信息）等與大家見面，吸引了眾多觀眾駐足體驗和交流。

展會現場設有8個分論壇，近500場演講為演講嘉賓和觀眾創造了優秀的溝通交流平台。常宏首次受展會方邀請在同期舉辦的論壇中與大家共同探討、分享，常宏董事總經理王躍於2月19日在Store Design Stage論壇做了題為《中國零售業現狀簡述及常宏》《Retail in China & Changhong》的主題分享，向大家闡述了目前零售業在中國的發展狀況與趨勢，展示了常宏秉承「讓建店因集成而簡單」的企業使命，近三十年深耕零售店裝修行業，為客戶提供專業、高效的建店服務實例與經驗分享。常宏



常宏展廳亮相EuroShop2020

## 租金減免紓壓力 齊心協力渡時艱

鑑於新型冠狀病毒肺炎疫情嚴峻，旅客人數急跌，市民亦減少外出消費，加上早前的社會運動，嚴重打擊本港餐飲及零售業，旭日集團因應市況，決定向旗下物業部分租戶提供租金減免措施，希望此舉能減輕商戶的經營壓力，一同齊心協力共渡時艱。

北京道一號的零售商舖及食肆將獲得減免2月份的租金，其中零售租戶2月份將獲得減免三成租金，而食肆租戶將獲得減免五成租金，希望為受影響最大的商戶舒緩經營壓力，攜手共渡疫情。至於其他租戶提出的減租要求，地產部均會按現有機制，視乎不同的業務性質、受影響的規模及程度而決定減免內容，與商戶共同捱過疫情。

地產部對集團旗下物業租戶的租金減免措施，加上政府為業界提供的紓困方案，應可大大減低商戶的經營壓力。地產部將繼續與租戶保持緊密溝通，了解租戶的經營狀況，履行社會責任，向經營有困難的商戶提供紓困措施，與租戶一起攜手共渡時艱。

此外，現時北京道一號管理處針對疫情實施了多項防疫措施，包括在所有公眾位置進行消毒，如停車場各樓層、大堂、各出入口及各層冷氣風櫃等；協助租客量度體溫；要求所有進入大廈的客人必須戴上口罩。

地產部



「北京道一號」大廈

## 旭日集團中國總部返崗復工 共同戰「疫」

新型冠狀病毒肺炎疫情於春節假期突發，至今還在延續期中，這打亂了人們的生活節奏，也曾一度讓人們難以適應。如何做好隔離、有效防控，能否安心上班、復工復產，成為員工們首要面對的問題。

在此期間，集團領導時刻都在關心著員工的健康與安全，通過多種渠道和行動為大家的防控工作健康增添保障，不僅為每位員工送上藏地活佛專為此次疫情而制的甘露丸（隨身帶，消災障），還要求中國總部大樓各樓層每天用藏地活佛專門加持寄來具有辟瘴氣、祛邪毒的藥粉熏香。

「疫情就是命令，防控就是責任。」為全面做好疫情防控工作，確保集團中國總部安全復工復產，旭日集團中國總部行政辦公室衝在疫情防控第一線。實時掌握、解讀政府有關疫情防控、企業復工復產工作的最新通知，統籌分析研究公司復工及疫情防控的對策，制定預防新型冠狀病毒肺炎疫情指南、員工手冊、開工指南等；上傳下達，按照最新市、區各級政府的疫情防控政策要求多次調整復工時間、園區疫情防控管理，時刻接受政府各級部門現場及電話巡

查。在這個春節假期、疫情最緊張的時刻，相關同事不顧家人擔憂，放棄與家人團聚，每天不停地奔忙著，用實際行動詮釋著全力以赴、迎難而上的旭日精神。

做好疫情防控工作，同樣離不開集團中國總部各公司/部門行政人員、輝年公司的大力支持與配合。排除困難執行「一員一檔」工作，確保每個員工收到防控指南、應對疫情員工手冊，行政人員帶頭輪班執勤，24小時線上解答同事疑問，公共區域定時消毒守護園區安全，面對這些繁重又重覆的工作，大家沒有一絲抱怨，充分發揮旭日人同舟共濟、守望相助的精神，用最強的執行力捍衛園區安全，守護我們的家園，築成集團中國總部一道堅實的防控戰線，也展現旭日人一道最美的靚麗光彩。

也因防控措施到位，員工們看在眼裡，安在心中，在集團中國總部得以恢復集中上班後，大家都戴上口罩，配合各項防控要求，有條不紊地進入工作狀態。是的，沒有不可逾越的冬天，也沒有不會到來的春天，只要我們齊心協力一定能夠戰勝這次疫情！

惠州公關部



市政府人員到集團中國總部商討疫情防控措施



旭日員工進入中國總部園區前須接受測溫檢查

## 集團香港總部及CBD2酒店 加強抗「疫」

旭日集團一直以員工的健康與安全為首要考慮，在近日新型冠狀病毒肺炎的疫情下，盡力將集團香港總部「一號九龍」的消毒及防護措施做到最好，因此採取了一系列措施，與員工攜手抗疫，創造共同價值。有關措施包括：讓員工在家工作，以減



所有進入酒店人士必需進行體溫檢查

低社交接觸和病毒在社區傳播的風險；暫停出差，從外地回港員工須按照政府要求進行自我隔離14日等。同時亦加強「一號九龍」消毒工作，所有人士進入辦公區大樓前需要量度體溫，在大堂提供酒精搓手液供所有人消毒。

此外，集團香港行政部向香港員工發佈了防病毒措施的員工手冊，這些措施涵蓋符合上班的條件、上班途中及工作場所防疫事項等。

位於觀塘巧明街的香港九龍CBD2智選假日酒店亦實施了多項防疫措施，務求為客人提供一個衛生及安全的環境，包括電梯按鈕包上保護膠，並每小時用1比99的漂白水消毒；所有進入酒店人士必需量度體溫；關閉正門以外其他出口；早餐由自助餐改為套餐形式；所有長期住宿客戶將被安排同一樓



「一號九龍」以自動體溫探測器為進入大樓人士量度體溫

層，以方便房口部清潔；定期清潔消毒所有房間的排水口及管道等，以確保客戶安全。

特約通訊員