



商界企業、社企互惠 「種籽聯盟」計劃 2019

主辦機構

贊助機構

目錄

1.	關於「種籽聯盟」計劃	3
1.1	計劃背景	4
1.2	計劃目標	4
1.3	計劃特色	4
1.4	第一屆參與社企及商界企業	5
1.5	第二屆參與社企及商界企業	7
1.6	第三屆參與社企及商界企業	10
2.	項目案例分享	14
2.1	協作項目(一)：精英社有限公司 x 香港體檢及醫學診斷集團有限公司	15
2.2	協作項目(二)：後生可畏有限公司 x 周大福珠寶集團有限公司	22
2.3	協作項目(三)：陸續出版 x 佳輝新創	29
2.4	協作項目(四)：東華三院映誌高 x aim Health Optimization Services	36
2.5	協作項目(五)：0923 青年創意伙伴 x 創基工程有限公司	42
2.6	協作項目(六)：蒲寓園藝治療服務 x 屈臣氏集團	49
2.7	協作項目(七)：保良局天晴茶座 x 李錦記	55
2.8	協作項目(八)：歷耆者有限公司 x 萬暉五金有限公司	61
2.9	協作項目(九)：優仗 x 超敏集團	67
2.10	協作項目(十)：長屋設計 x 力佳工程有限公司	74
2.11	協作項目(十一)：遊沐 x 日本命力健康食品有限公司	80
3.	「種籽聯盟」計劃交流會議	86
4.	參與社企與企業之回應	94
5.	查詢及提交申請	101

1.1 計劃背景

「種籽聯盟」計劃由民政事務局贊助、香港生產力促進局(下稱生產力局)主辦，於 2017 至 2019 年舉辦了第一、第二及第三屆。計劃旨在透過商界企業及社企的「一對一」配對安排，雙方攜手合作，按社企當前階段在業務營運上的難題，協商一個指定項目，並在生產力局顧問的促導下，共同執行一個為期四個月的「協作」項目，藉此提升社企、商界企業有關營商管理的人才能力及促進雙方的經驗交流。過程中，社企固然可以增進營商智慧，而出錢出力的商界企業，亦能在跨行業的知識分享中，獲得許多意想不到的啟發及市場資訊，達致互惠互利的雙贏局面。

此「一對一」的實戰體驗模式，一方面可透過「協作」項目，解決社企當前所需處理的問題，並即時看到改善及成效表現。長遠來說，亦能照顧到社企的業務持續發展，培育及啟發社企人才的營商管理智慧。

1.2 計劃目標

透過為期 4 個月之協作計劃，促使社企、商界企業的人力資源提升及營商管理經驗交流，以達致互惠互利的雙贏局面。

1.3 計劃特色

1. 建立了一個商界企業、社企互惠的協作平台
2. 按參加社企之行業性質及業務所需進行商業配對，尋找最合適的商界企業作為項目協作伙伴。
3. 商界企業、社企共同執行一個為期四個月的實戰式協作項目
4. 定期舉辦商界企業、社企的交流活動，以加強與商界企業及社企的聯繫
5. 生產力局專業的項目團隊擔任促導



社企、商界攜手合作



由香港生產力促進局
專業團隊促導



共創社企、商界
協作平台

1.4 第一屆參與社企及商界企業

參與社企



參與商界企業



(以上排名不分先後)

第一屆協作項目重點

社企	商界企業	協作項目重點
基督教勵行會 (社會企業科)	匯寶太平洋集團有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開發 2 款「升級再造」產品及在勵行會試賣 2. 掌握產品開發的成本計算、生產管理及進行小批量試產 3. 生產供應商管理的技巧
香港傷殘青年協會	迪德施管理顧問有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握市場推廣及品牌建立的技巧 2. 拓展大學及大專院校之銷售渠道 3. 拓展客戶群
職工盟教育基金有限公司(木一番有限公司)	力佳工程有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立內部工程項目合約文件管理系統 2. 掌握工程項目管理技巧 3. 拓展客戶群
聖公會麥理浩夫人中心 工商業社會服務部 (建業坊)	碌柚葉(香港)有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優化服務流程，建立實務操作指引 2. 掌握顧客服務及管理技巧
好好生活	周大福珠寶集團有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優化店舖服務流程設計 2. 掌握精簡庫存及店舖內貨品展示技巧
新福事工協會(手晴家)	周大福珠寶集團有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 與商界企業合作推出節日禮品套裝 2. 掌握市場推廣、品牌建立技巧 3. 拓展商界企業客戶群

1.5 第二屆參與社企及商界企業

參與社企



救世軍 The Salvation Army
耆才拓展計劃觀塘中心
Senior Citizens Talent Advancement Project (Kwan Tong Centre)

香港唐氏綜合症協會
The Hong Kong Down Syndrome Association



NAT
DIR



參與商界企業



Lik Kai Engineering Co., Ltd.
(A member of Sun Hung Kai Properties)



博藝體運有限公司
Spotlight Enterprises LTD



(以上排名不分先後)

第二屆協作項目重點

社企	商界企業	協作項目重點
香港唐氏綜合症協會 唐氏群毅服務隊	博藝體運有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開發「Super Hero - 明日之星」計劃，建立社企形象 2. 掌握員工激勵及管理技巧 3. 拓展學校市場的客戶網絡
救世軍耆才拓展計劃 觀塘中心	協興建築有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開發旗艦項目「救世軍耆才導師招募計劃 2018」 2. 成功開發首個企業培訓課程 3. 掌握市場推廣及市場開發技巧
融藝工房	匯寶太平洋集團有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優化零售舖的形象 2. 製作「零售店營運應用指南」 3. 掌握銷售及市場推廣技巧
樂柔美健服有限公司	萬暉五金有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 製作社企宣傳短片 2. 優化營銷資料套 3. 掌握生產營運管理與演說技巧
基督教香港信義會 金齡薈	正華金屬製品廠有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成功開發企業培訓課程 2. 拓展企業客戶網絡 3. 掌握市場開發、宣傳及成本管理的技巧
AIVR Company Limited	周大福珠寶集團有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成功開展企業培訓服務 2. 掌握客戶服務及項目管理技巧 3. 拓展商界企業客戶網絡 4. 拍攝及製作企業業務的推廣活動

社企	商界企業	協作項目重點
我們製作	高榮實業有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 製定市場推廣計劃 2. 掌握參展及參展的市場推廣技巧 3. 拓展商界企業客戶網絡
菁然有限公司	力佳工程有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立以社會共融為前題的未來業務模式 2. 建立客戶及外判承辦商簽訂服務合約條款的範本及優化營銷資料套 3. 掌握工程項目管理技巧 4. 拓展商界企業客戶網絡

1.6 第三屆參與社企及商界企業

參與社企



參與商界企業



A.S. Watson Group
屈臣氏集團



Lik Kai Engineering Co., Ltd.
(A member of Sun Hung Kai Properties)



(以上排名不分先後)

第三屆協作項目重點

社企	商界企業	協作項目重點
精英社有限公司	香港體檢及醫學診斷集團有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立「身體檢查 x 泰拳訓練」的跨界別服務合作計劃 2. 優化及推出全新的企業工作坊 3. 掌握市場推廣及業務創新的技巧 4. 拓展商業客戶群網絡 5. 建立策略商業伙伴
後生可畏	周大福珠寶集團有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立本地文化及藝術創作優秀作品展示平台 2. 建立策略商業伙伴 3. 拓展商業客戶群網絡 4. 掌握制定長遠業務發展規劃的技巧
陸續出版	佳輝新創有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開發產品包裝及陳列展示架的整體形象設計 2. 擴闊及優化平面設計及出版之單一業務板塊 3. 拓展商業客戶群網絡 4. 掌握市場推廣及品牌建立的技巧
東華三院映誌高	aim Health Optimization Services	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立及實踐邁向商界企業客戶的營運模式 2. 拓展商業客戶群網絡 3. 掌握市場推廣及客戶服務之技巧 4. 優化應用多媒體宣傳平台 5. 建立策略商業伙伴

社企	商界企業	協作項目重點
0923 青年創意伙伴 (前名香港青年 才藝學院)	創基集團	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定全新的未來業務規劃藍圖 2. 開拓及推廣新的主題式培訓服務 3. 掌握市場推廣、品牌建立及業務發展的技巧 4. 優化場地租賃服務的整體行政及宣傳
蒲寓園藝治療服務 有限公司	屈臣氏集團	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優化企業工作坊的課程內容 2. 優化企業工作坊的宣傳資料及渠道 3. 建立策略合作伙伴及開發共同推廣的宣傳項目 4. 拓展商界企業客戶群網絡 5. 掌握媒體宣傳及市場推廣的技巧
保良局天晴茶座	李錦記國際控 股有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立策略合作伙伴及共同研發四款新菜式 2. 開展中、高端餐飲到會服務 3. 增加推廣渠道及優化媒體推廣方法 4. 拓展商界企業客戶群網絡
歷耆者有限公司	萬暉五金有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定標準化體驗式訓練活動的流程 2. 建立客制化企業體驗式工作坊的整體內容 3. 掌握市場推廣及營銷技巧 4. 拓展商界企業客戶網絡

社企	商界企業	協作項目重點
優仗	超敏集團	<ol style="list-style-type: none"> 1. 建立可持續發展的商業營運模式 2. 增加商業客戶及終端客戶的銷售平台 3. 優化多媒體推廣提升知名度 4. 掌握市場推廣及營銷技巧 5. 拓展商界企業客戶網絡
長屋設計	力佳工程有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 重新整理客戶服務及外判承辦商的合約文件 2. 建立工程項目的施工及收貨標準 3. 掌握工程項目管理及工程相關的法規 4. 掌握外判承辦商管理的技巧
遊沐	日本命力健康食品有限公司	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優化企業工作坊的整體課程內容 2. 檢討企業工作坊的市場推廣成效 3. 建立策略合作伙伴及開展共同推廣的宣傳項目 4. 掌握媒體宣傳及市場推廣的技巧



項目案例分享

協作項目 (一)



HKHC
香港體檢

社企簡介



精英社有限公司 (下稱「精英社」) 是一家提供專業泰拳訓練的社企。「精英社」的理念是「走入邊緣，帶出精英」，透過泰拳訓練為低學歷或邊緣青年提供在職訓練，為其建立武德及正面人生觀，並向男女老幼及弱勢社群提供強健身心的泰拳運動。透過在職訓練，年青人能獲得一技之長，並發展作為個人的事業，為社會作出貢獻。



Elite Thai Boxing and Fitness



<https://eliteboxinghk.com/>



(852) 9808 8384



anne.eliteu@gmail.com

商界企業簡介



香港體檢及醫學診斷集團有限公司 (下稱「香港體檢」) 成立於 2006 年，透過先進醫學造影儀器及檢查設施，以及經驗豐富的專業醫護團隊，致力為客戶提供一站式的優質醫學診斷及化驗服務。「香港體檢」提倡預防醫學的觀念，藉優質定期全面體檢，增進社群健康。



香港體檢



<http://www.hkhc.com.hk/brand/tc/default.aspx>



(852) 2212 1188



info@hkhc.com.hk



項目內容

社企背景及營商概況

「精英社」成立於 2015 年，透過提供專業泰拳訓練，提供一個機會予邊緣青年重返社會。社企的理念是「走入邊緣，帶出精英」。「精英社」的創辦人深信只要提供一個合適的平台就可以協助邊緣青年重拾人生方向。與此同時，「精英社」希望年青人透過泰拳指導一些精神病康復者，培養自信，更希望年青人可以以泰拳成為謀生工具。此外，「精英社」成立了「精英社慈善基金」，運用社企的收入為弱勢社群舉辦泰拳訓練班，回饋社會。「精英社」目前的客戶群主要集中於中、上環的上班一族，所以形式都是以小班教學形式進行，欠缺商業客戶網絡。為確保社企的業務能持續發展，「精英社」必須開拓更多商業客戶網絡，尋找長期合作伙伴。因此，藉是次協作項目將為「精英社」提供機會，與「香港體檢」合作開展長期合作項目及共同推動宣傳。同時亦希望藉「香港體檢」的網絡連繫其他非政府及慈善機構，以拓展業務。

配對原因

「香港體檢」成立於 2006 年，擁有一隊經驗豐富的專業醫護團隊，致力為客戶提供一站式的優質醫學診斷及化驗服務。「香港體檢」提倡預防醫學的概念，藉優質定期全面體檢，增進社群健康。「香港體檢」在推動企業社會責任及支持社區上不遺餘力，定期舉辦慈善體檢日，以優惠的價格提供身體檢查的服務予有需要的人士。「香港體檢」的執行董事曹貴宜先生熱衷公益活動，運用其豐富的企業營商管理經驗，在 2014 年創立「egive 意贈慈善基金」，建立一個平台將受惠者、捐款者及公眾緊密連繫起來，服務包括助學、安老、助醫、扶貧、緊急援助及其他項目，共建關懷互助的社群，以達致「網絡相連，善心相傳」之效。有見及此，「精英社」與「香港體檢」成為項目協作伙伴，除了可以促成「精英社」與「香港體檢」長期合作關係外，更希望可以借助「香港體檢」之市場網絡及營銷經驗，協助「精英社」開發全新服務及增加市場知名度。

協作項目之學習重點

針對「精英社」在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	「精英社」欠缺戰略合作夥伴以持續其業務發展	與「香港體檢」共同開發「身體檢查 X 泰拳訓練」的合作服務計劃	<ul style="list-style-type: none"> 與「香港體檢」開發了兩個新服務：「女士健康檢查套餐 II」及「男士健康檢查 II」，顧客可以享有「精英社」兩堂免費泰拳訓練體驗班
2	「精英社」缺乏服務企業客戶的項目經驗，未能有效開拓企業服務市場	為醫療保健行業設計全新的企業泰拳體驗工作坊	<ul style="list-style-type: none"> 為「香港體檢」設計了度身訂造的企業泰拳體驗訓練班，建立更多企業客戶市場的服務經驗
3	「精英社」缺乏商業客戶網絡及有效之宣傳渠道拓展業務	與「香港體檢」推出共同推廣計劃，包括社交媒體、報刊廣告及宣傳推廣郵等。	<ul style="list-style-type: none"> 藉「香港體檢」的社交媒體、AM730 報刊的廣告及宣傳推廣郵件推廣「精英社」的服務

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行時間表及預期目標	2019年4月	精英社 / 香港體檢 / HKPC
2	到訪「精英社」，進行實地考察及商討新合作項目的內容及宣傳計劃	2019年5月	精英社 / 香港體檢 / HKPC
3	到訪「香港體檢」中心進行實地考察及商議具體的合作服務組合	2019年6月	精英社 / 香港體檢 / HKPC
4	推出為「香港體檢」設計的企業泰拳體驗訓練班	2019年7月	精英社 / 香港體檢 / HKPC
5	開展與「香港體檢」共同宣傳計劃	持續進行	精英社 / 香港體檢

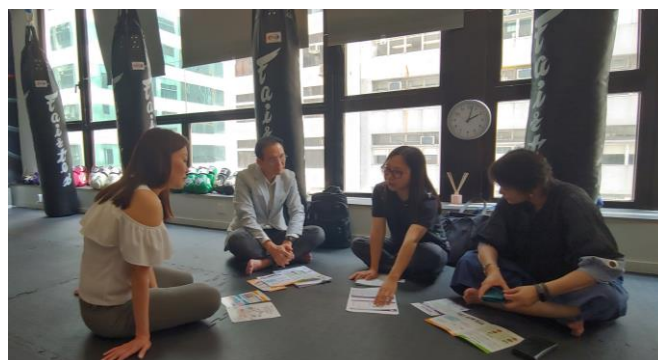
項目總結

這次合作成功連繫「精英社」及「香港體檢」並促成兩者建立了長期合作的關係，是次項目充分運用了「香港體檢」及「精英社」的核心業務特質，將「身體檢查」及「鍛鍊身體」兩個理念結合，締造兩個全新的服務組合。除了能夠為「精英社」帶來更多客戶外，「精英社」實踐提倡的預防醫學及增進社群健康的服務理念，可謂達致雙贏的局面。在合作期間，「香港體檢」就「精英社」的市場推廣方案提供了不少意見，並利用「香港體檢」的市場推廣渠道，如社交媒體、宣傳推廣郵件及 AM730 廣告等推廣新的合作服務組合。另外，為了讓「精英社」的服務有效打進商業市場，「香港體檢」向現有客戶宣傳「精英社」的服務以提升「精英社」的知名度。此外，「精英社」為「香港體檢」設計了新的企業泰拳體驗訓練班，提供了一次讓「精英社」服務商業客戶的實戰經驗，為未來拓展商業客戶市場作好準備。

展望未來，「精英社」將藉新建立的服務組合開拓更多商業及終端客戶。此外，藉是次的合作項目，「精英社」建立了策略商業伙伴，亦增加了知名度，對未來的業務發展有著正面的影響。

項目回顧

每月的定期會議跟進項目的進度



到訪「香港體檢」醫療中心及商議共同宣傳計劃



為「香港體檢」開設的企業泰拳體驗訓練班



共同宣傳項目：香港體檢於 AM730 的報章刊登的廣告

發生肢體衝突，才將其請落飛機。

你們要保重，你們才是未來。

主辦機構：**HKHC 香港體檢**

受惠機構：**Health Check Charity Funds**

ELITE THAI BOXING & FITNESS

理念 走入邊線，帶出精英 行動 服務社會，幫助年青

第一層 透過泰拳灌輸青年正確價值觀，幫助他們戒掉不良的嗜好，重建正面的生活習慣

第二層 培訓青年成為泰拳教練，以泰拳作為謀生工具，將他們的愛好化為有前途的事業

第三層 已成為泰拳助教之青年可幫助弱勢社群，如：精神病康復者和吸毒人士；同時提高青年的情緒智商，自信和愛心

社企精英社與香港體檢合作

惠顧以下健康檢查套餐 送 2堂泰拳體驗堂及 捐出HK\$400培訓年輕人走出邊緣人生

WhatsApp 預約 6170 3616

如顧客惠顧以下慈善日體檢套餐，當中部份收益將撥捐「體檢慈善基金」用作本地慈善用途。

<p>慈善日 - 標準健康檢查 I * CFSTPI</p> <p>體格檢查、血液分析、空腹血糖、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、甲狀腺評估、胸肺評估、醫生解釋報告</p> <p>共34項檢查及測試 原價 \$2,180 優惠價 \$1,180</p>	<p>慈善日 - 男士全面健康檢查 I * CFMCI</p> <p>推薦給年齡 40 歲以下的男士</p> <p>體格檢查、血液分析、空腹血糖、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、甲狀腺評估、癌症指標篩選、超聲波掃描、胸肺評估、醫生解釋報告</p> <p>共43項檢查及測試 原價 \$5,280 優惠價 \$2,980</p>	<p>慈善日 - 女士全面健康檢查 I * CFNPI</p> <p>推薦給年齡 40 歲以下的女士</p> <p>體格檢查、血液分析、空腹血糖、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、甲狀腺評估、癌症指標篩選、子宮頸癌檢查、超聲波掃描、胸肺評估、醫生解釋報告</p> <p>共45項檢查及測試 原價 \$6,160 優惠價 \$3,600</p>
<p>慈善日 - 男士高層人生健康檢查 * CFMECP</p> <p>體格檢查、血液分析、糖尿病篩選、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、甲狀腺評估、頸椎關節炎篩選、腸道評估、胸肺評估、醫生解釋報告</p> <p>共63項檢查及測試 原價 \$3,660 優惠價 \$1,580</p>	<p>慈善日 - 男士癌症至尊健康檢查 * CFMCMF</p> <p>體格檢查、血液分析、糖尿病篩選、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、甲狀腺評估、癌症指標篩選、超聲波掃描、胸肺評估、醫生解釋報告</p> <p>共70項檢查及測試 原價 \$5,880 優惠價 \$2,780</p>	<p>慈善日 - 女士癌症至尊健康檢查 * CFNCFM</p> <p>體格檢查、血液分析、糖尿病篩選、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、甲狀腺評估、EB病毒基因測試、癌胚抗原、前列腺癌篩選、超聲波掃描、頸椎關節炎篩選、腸道評估、胸肺評估、醫生解釋報告</p> <p>共70項檢查及測試 原價 \$6,160 優惠價 \$2,680</p>
<p>慈善日 - 長者健康檢查 II * CFEDPI</p> <p>體格檢查、血液分析、空腹血糖、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、骨質密度檢查、醫生解釋報告</p> <p>共39項檢查及測試 原價 \$4,160 優惠價 \$1,980</p>	<p>慈善日 - 男士尊貴健康檢查 I * CFPMI</p> <p>推薦給年齡 40 歲或以上的男士</p> <p>體格檢查、血液分析、空腹血糖、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、甲狀腺評估、癌症指標篩選、超聲波掃描、胸肺評估、醫生解釋報告</p> <p>共49項檢查及測試 原價 \$9,100 優惠價 \$4,980</p>	<p>慈善日 - 女士尊貴健康檢查 I * CFNPI</p> <p>推薦給年齡 40 歲或以上的女士</p> <p>體格檢查、血液分析、空腹血糖、心臟病風險評估、肝功能篩選、肝炎評估、腎功能篩選、痛風評估、甲狀腺評估、癌症指標篩選、子宮頸癌檢查、超聲波掃描、乳房造影、胸肺評估、醫生解釋報告</p> <p>共52項檢查及測試 原價 \$11,370 優惠價 \$5,980</p>
<p>慈善日 - 精選心臟檢查 CFECOP</p> <p>醫生諮詢、體格檢查、空腹血糖、心臟病風險評估、運動心電圖或心臟超聲波掃描(由心臟科專科醫生進行)、醫生解釋報告</p> <p>共16項檢查及測試 原價 \$4,830 優惠價 \$3,380</p>	<p>慈善日 - 男士癌症預防檢查 I * CFAMI</p> <p>體格檢查、血液分析、5項癌症指標篩選、醫生解釋報告</p> <p>原價 \$2,660 優惠價 \$1,980</p>	<p>慈善日 - 女士癌症預防檢查 I * CFANI</p> <p>體格檢查、血液分析、5項癌症指標篩選、醫生解釋報告</p> <p>原價 \$2,660 優惠價 \$1,980</p>

所有驗身服務均由註冊醫生辦理檢查結果，保證專業準確。

● 檢查日期由即日起至2019年12月31日。

● 不可與其他優惠或現金券同時使用。

● 關於此優惠之使用限制，本中心保留一切最終決定權。

● 請注意：在密度處協助協助受其他檢查項目結果所影響，有機會結果「假設」。如检查结果有任何疑問，請與本中心職員聯絡。

佐敦旗艦店 3678 8288

旺角分店 2398 1818

中環分店 2537 6698

銅鑼灣分部 2576 3023

沙田分部 2601 0368

元朗分部 2117 0168

上水分部 2657 9238

立即致電預約：**3926 2828**

www.hkhc.com.hk



協作項目 (二)

後生可畏
Hausaari

周大福

CHOW TAI FOOK

90

傳·創·共享

社企簡介



後生可畏有限公司 (下稱「後生可畏」) 是一間提供籌辦推動本地土藝術及文化創作活動的社企。自成立以來,「後生可畏」致力推動本土文化發展,讓社會人士更理解及認同本地文化對社會的價值。香港有不少青年人熱愛文化藝術,具有推動社會的潛力。「後生可畏」的使命是為了開拓年青一代在文化藝術發展的道路,讓更多人認識及重視香港獨有的藝術文化。



hausang



hausang



(852) 9704 7532



info@hausang.org

商界企業簡介

90

傳·創·共享

周大福

CHOW TAI FOOK

周大福珠寶集團有限公司 (下稱「周大福」) 於 1929 年成立,主要經營周大福珠寶集團之珠寶首飾零售及製作業務,是集原料採購、生產設計、零售服務於一身的綜合型珠寶企業。「周大福」致力履行企業社會責任,回饋社會。2018 年於中環 PMQ 成立 Loupe,目的是為年輕珠寶設計師提供支援,藉此培育珠寶業界人才,推動創意設計及工藝承傳,協助他們創作出矚目的珠寶藝術,使行業得以持續發展。



chowtaifook



<http://www.chowtaifook.com>



(852) 2526 8649



enquiry@chowtaifook.com



項目內容

社企背景及營商概況

「後生可畏」是一間為推動香港本土文化及藝術創作的社企，其核心業務是籌辦青年文化市集、樂隊音樂表演、攝影及文化培訓相關的活動等，透過活動給予本地年青人一個在文化藝術方面發揮才華的機會，藉以推動香港文化市場。

香港是一個國際金融中心，經濟發展往往只集中在金融、貿易、物流、旅遊及各種類型的工商業相關的專業。然而，那些非主流的文化事業的發展市場十分狹窄，甚至被認為是價值低、沒有前途、沒有回報的業務。即使年青人想發展文化、藝術事業，亦難以得到社會的認同及實際支持。「後生可畏」相信年青人具有推動社會的潛力，因此希望能協助年青人尋找夢想，讓更多人認識及欣賞本土文化及藝術創作，從而令整體香港的文化及藝術創作達致更高水平。可是在僅有的市場發展空間、資金缺乏的情況下，「後生可畏」未能擴展業務網絡以廣泛推廣本土文化藝術創作。

配對原因

「周大福」致力推廣創意工藝，發掘及培育年青新一代。設於香港元創坊的 Loupe，其成立就是為了提供一個發展平台，讓本地年青人啟發創意，發展他們的工藝事業。「周大福」與「後生可畏」有著共同的理念，有助產生協同效應。「周大福」已連續參加了三屆的「種籽聯盟」計劃，已非常了解香港社企所面對的困難及所需的支援，亦深深相信商界企業透過參與此計劃出一分力將可協助社企有更長遠的發展。「周大福」擁有豐富的營商經驗及龐大的商業網絡，這次的合作讓「後生可畏」重整業務發展的策略，使推動本土文化及藝術創作之業務有更多元化的發展。

協作項目之學習重點

針對「後生可畏」的業務發展上面對的當前挑戰，項目團隊共同制定了以下的合作項目及期望達到的成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	缺乏途徑開拓商界客戶網絡	拓展客戶群網絡	<ul style="list-style-type: none"> 透過開拓珠寶行業的商機，增加了 5 個新的潛在客戶 提升每月營業額達 10%
2	缺乏本地可供展示文化藝術作品的場地	探討與多個潛在商業客戶展示場地的合作（如 K11、Loupe 及 Cobo House 等）	<ul style="list-style-type: none"> 將在 PMQ Loupe 安排兩場藝術展覽展示本地藝術家作品以提升知名度
3	缺乏與商界企業的合作	重新整理年青設計師的作品及制定未來業務的計劃	<ul style="list-style-type: none"> 訂立短、中、長期發展方向，與「周大福」開展「匠心築夢」計劃以提升知名度

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行計劃及預期目標	2019年5月	後生可畏 / 周大福 / HKPC
2	到訪 Loupe 及 Cobo House 參觀及實地考察及商議合作的詳情	2019年5月至6月	後生可畏 / 周大福 / HKPC
3	探討與商會及珠寶行業組織的合作項目	2019年6月至7月	後生可畏 / 周大福 / HKPC
4	透過「周大福」的連繫，與 K11 Art Mall 會面商討合作事宜	2019年7月至8月	後生可畏
5	與「周大福」開展「匠心築夢」計劃的合作，到「周大福」中國順德工場進行拍攝工作	2019年7月至8月	後生可畏 / 周大福 / HKPC
6	探討未來持續合作的項目（如培育本地樂隊場地安排、繪遊、文化藝術作品展覽會等）	2019年7月至8月	後生可畏 / 周大福 / HKPC

項目總結

「周大福」與「後生可畏」都有著一個共同的抱負，就是協助發掘及培育香港新一代的年青設計師或藝術家。這個共通點確實為這次合作帶來很多新火花及達到「一拍即合」的理想效果。透過重新制定「後生可畏」業務發展計劃書及整理本地文化及藝術者的很多作品，「周大福」對「後生可畏」的未來業務發展給了很多意見，開拓業務合作包括伙伴及作品展示以增加知名度等。「後生可畏」除了能夠與「周大福」有業務上的合作機會外，亦拓展了不少商業客戶的網絡，新增了五個新的商業客戶，並落實了兩場在 Loupe 舉辦的作品展覽及更多其他相關的合作。透過這個協作計劃，「後生可畏」改善了營運狀況，每月營業額增加了 10%。另外亦為「後生可畏」帶來新的業務發展方向，在多個未來發展項目(如本地樂隊表演等)邁進了一大步。

項目回顧

到中環元創方 Loupe 、Cobo House 參觀及實地考察



每月的項目跟進會議



將於 2020 年 1 月及 2 月在 Loupe 舉辦的藝術展覽海報

FLOWERS IN BLOOM

Choy Yat Chun Anthony's Watercolour Solo Exhibition

2020.01.17 - 2020.02.17

Invitation to Opening 開幕邀請

Date 日期: 2020.01.17 (Fri)
Time 時間: 7-9 PM

Register Here
<https://bit.ly/2EMC7qm>

Monday - Sunday
12:00nn - 7:00pm

Venue:
Loupe, H410, Block B,
PMQ, 35 Aberdeen Street,
Central, Hong Kong

T (852) 2623 2272
E enquiry@loupe.com.hk

《花·說》
蔡逸俊個人水彩展

Sponsored by Chow Tai Fook Art Foundation

Loupe

THE BEGIN OF DARKNESS BRIGHTNESS

Moldflip's Solo Exhibition about Concrete and Brass

2020.02.20 - 2020.03.09

Invitation to Opening 開幕邀請

Date 日期: 2020.02.20 (Thu)
Time 時間: 7-9 PM

Venue 地點: Loupe
H410, Block B, PMQ, 35 Aberdeen Street,
Central, Hong Kong

Register Here
<https://bit.ly/35uAKT>

玄·黃
制模工作室
水泥黃銅藝術意念展

玄黃是天地初開的顏色，自然萬物的連結。
以本世的黑暗，金屬的錫黃比擬今天黃土。
天地初開混沌地之中，讓黃色與從相連之中，
思念打回鐵錫香之中。
感受當中不可言喻的天的感嘆。

Loupe

協作項目 (三)





陸續出版 (下稱 “Under Production”) 成立於 2014 年，是由一群充滿創作熱誠和夢想之團隊創立的社企，協助團隊成員接洽相關工作及出版自家團隊產品。團隊成員包括香港年輕平面設計師、藝術創作人。核心業務主要包括平面設計、書籍出版、自家設計產品、創意數碼科技、原創音樂創作及主題微電影等。“Under Production” 致力提供一個讓有志從事創作或半職的年青人，透過實戰去展示其技能的創意平台。



@UnderProductionDesign



<http://www.underproductionhk.com>



(852) 3111 2033



info@underproductionhk.com

商界企業簡介



佳輝新創 (下稱 “Smart Creations”) 成立於 2012 年，是一間專營創意生活產品的公司，其核心業務包括產品開發、製造及銷售。“Smart Creations” 致力成為產品行銷的全球領導者。承傳母公司錦豐行和高榮實業在材料技術上的優勢，“Smart Creations” 發展了兩個自主品牌 包括 Jouetle 及 DP²。



<http://www.aboutsmartcreations.com>



(852) 2157 0086



info@asmartcreation.com



項目內容

社企背景及營商概況

“Under Production” 成立的理念是透過建立一個創意技能的展示平台，培育一群有志從事或屬半職的自由創作年青人，希望通過這個平台，提供平面設計、書籍出版、自家設計產品、創意數碼科技、原創音樂創作及主題微電影等服務，提升年青創作人的技術和累積工作經驗，為日後全面投入職場時有更佳的預備。

缺乏商業客戶網絡和商業項目不足，是不少社企面對的困難。而“Under Production” 也有相同的情況。由於推行的項目多以年青人自身主題為主，以大眾市場、商業行為主導的項目相對較少，導致“Under Production” 難以為年青創作人創造足夠工作機會。“Under Production” 希望能通過「種籽聯盟」計劃，拓展商界網絡，以增加商業項目的合作機會。

配對原因

“Smart Creations” 承傳了母公司錦豐行和高榮實業在材料技術上的優勢，發展了兩大自家品牌包括 Jouetle 和 DP2。Jouetle 是以設計為主導的品牌，將香港中西文化匯聚的特性融入產品，打造時尚家居生活；DP2 則再進一步，希望發掘才能與創意兼備的設計師，將他們的創意實現出來，並投放到多元銷售渠道，將品牌發展成開放性的產品平台。

“Smart Creations” 銳意將年輕人的創意變成具有市場價值的產品，企業與香港理工大學合作舉辦設計大賽，為有志進軍設計領域的青年創造機會，引導他們創出符合美觀之餘也兼顧市場認可的產品。有鑒於此，“Smart Creations” 憑其以往與年青設計師合作的經驗，企業多年累積的營商經驗及商業網絡，正好與 “Under Production” 配合，為有意投入創意職場的年輕人提供更多實習的經驗。

協作項目之學習重點

針對 “Under Production” 所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	缺乏商業項目為創意人累積經驗	為 “Smart Creations” 設計陳列櫃擺設及開發 Jouetle 產品包裝	<ul style="list-style-type: none"> 與 “Smart Creations” 完成 2 個合作項目 項目執行時間縮短了 15%
2	缺乏商業網絡	由 “Smart Creations” 協助建立商業網絡	<ul style="list-style-type: none"> 參與 “Smart Creations” 的 DP² 平台 每月營業額增加 20% 新客戶查詢增加 15% 客戶回應時間縮減 50%

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行時間表及預期目標	2019 年 4 月	Under Production / Smart Creations / HKPC
2	審視 “Under Production” 提供的 LCX 陳列設計	2019 年 5 月	Under Production / Smart Creations / HKPC
3	審視 “Under Production” 提供的 Jouetle 購物袋設計	2019 年 6 月	Under Production / Smart Creations / HKPC
4	“Smart Creations” 分享市場推廣及品牌建立的經驗	2019 年 7 月	Under Production / Smart Creations / HKPC

項目總結

年青人全身投入職場時最缺乏的就是工作經驗，“Under Production”銳意建立一個創意平台，讓年青輕創作人有展示技能和累積實戰經驗的機會。同時，有香港企業積極尋找與創意人的合作機會，豐富現有的產品和服務內容，“Smart Creations”先後與不同的本地設計師和院校合作，製作富生活品味的產品，甚至創建 Jouetle 和 DP2 品牌，成為展示本地創意實力的平台。

“Smart Creations”的豐富經驗與“Under Production”的理念不謀而合，為兩者在「種籽聯盟計劃」中的協作奠定良好基礎。

針對缺乏商業項目的問題經企業及社企雙方的商議，決定以“Smart Creations”在 LCX 內的陳列櫃及購物袋為試點，配合 Jouetle 品牌定位和形象，由“Under Production”的年青設計師負責全新的展示主題和設計。過程中雙方有不少的意見交流，例如陳列櫃的設計需要考慮到展示形式、燈光、空間利用、貨物擺放等；在設計產品包裝的圖案時，除了顧及品牌形象，更要留意印刷技術、物料使用等限制。在整個四個月的協作過程中，讓“Under Production”的設計師了解到商業項目的執行模式，對他們未來處理商業設計項目時有更佳的準備。“Smart Creations”也期望在合適時間將年青設計師的設計付諸實行。“Smart Creations”也開放了新創建的 DP2 平台，讓“Under Production”推薦年輕設計師參與，在一個更開放的創意平台發揮年青創意人所長。期望「種籽聯盟」計劃成為他們的合作基礎，將來有更多商業合作的機會。

項目回顧

每月定期的會議檢討項目的進度



陳列櫃及購物袋設計項目



協作項目 (四)



社企簡介



東華三院映誌高(下稱「映誌高」)是東華三院屬下的社企，主要的業務是為企業及團體活動、婚禮及派對提供多媒體製作服務，為有志於多媒體行業發展的年青人提供培訓、實習及工作機會，並由青少年與富經驗的專業團隊配合。



@imagepro.se



<http://imagepro.tungwahcsd.org/>



(852) 3104 0031



imagepro.se@gmail.com

商界企業簡介



aim Health Optimization Services (下稱“aim Health”)是一家提供自然療法的中心，服務包括健康優化的綜合服務、專為都市人在繁忙的生活中能達致注意身、心、靈的平衡。

“aim Health”的顧問均具備專業技能，協助找出改善健康的方法，結合最新科學研究和技術，為客人提供有效的改善方案以提升整體身體的健康水平。



<http://www.aimhos.com/>



(852) 3746 9639



aimhoshk@gmail.com



項目內容

社企背景及營商概況

成立於 2015 年的「映誌高」是東華三院屬下社會企業，為有志於多媒體行業發展的年青人提供培訓、實習及工作機會，為企業及團體活動、婚禮及派對提供多媒體製作服務。

經歷近四年的發展，「映誌高」提供的服務種類已涵蓋企業活動記錄、創意快相、人像攝影、產品攝影、即場派相、宣傳片、專題短片、微電影、婚嫁短片或成長片段等。由於其所屬機構的背景，「映誌高」現時的客戶群仍以個人或社福機構為主，在商業客戶及網絡的開發上顯得力有不逮。同時由於缺乏處理商業項目的經驗，「映誌高」未能為參與項目的年青人提供最充分和全面的商業實習機會。因此「映誌高」希望透過是次計劃，建立商業網絡之餘，尋找更多商業項目的機會和經驗，為年青人創造更多貼近市場的實習機會。

配對原因

“aim Health” 是一家提供自然療法的中心，企業不時利用社交媒體或創新形式與客戶進行分享和互動交流。企業的兩位代表非常了解時下最新的商業潮流和宣傳活動手法，擁有豐富市場開發及客戶關係管理經驗。有鑒於此，“aim Health” 與「映誌高」的配對將協助社企拓展更多的商業客戶。另外，“aim Health” 亦可以為「映誌高」分享多年來累積的市場推廣及品牌建立的實戰經驗。

協作項目之學習重點

針對「映誌高」在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	缺乏商業客戶及網絡	商業客戶轉介及協助進行社交媒體宣傳	<ul style="list-style-type: none"> 轉介 3 家商業客戶供映誌高進行商務合作項目跟進 透過發佈“aim Health” 企業短片宣傳映誌高的服務 每月的營業額增加 40%
2	缺乏商業項目以累積相關經驗	為“aim Health” 製作企業宣傳短片	<ul style="list-style-type: none"> 為“aim Health” 完成 3 條宣傳短片，包括 1 條企業短片及 2 條活動短片
3	缺乏市場推廣及品牌建立的經驗	“aim Health” 分享多年的實戰經驗	<ul style="list-style-type: none"> 優化了社企的媒體推廣平台及網頁版面

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行時間表及預期目標	2019年4月	映誌高 / aim Health / HKPC
2	策劃及製作企業宣傳短片	2019年5月	映誌高 / aim Health
3	發佈企業宣傳短片，並透過媒體推廣平台協助宣傳及推介「映誌高」	2019年6月	映誌高 / aim Health
4	分享市場推廣及品建立的經驗	2019年7月	映誌高 / aim Health
5	向「映誌高」轉介商業客戶以進行業務開拓及洽談	進行中	映誌高 / aim Health

項目總結

這次的合作成功配對了一家擁有豐富市場推廣及利用多媒體渠道宣傳業務的企業給「映誌高」。藉協作項目，讓「映誌高」獲得一次執行商業項目的寶貴機會。在策劃及製作宣傳短片的過程中，“aim Health”就商業市場的執行方案和手法與「映誌高」進行不少的意見交流，同時為「映誌高」團隊提供了創作空間，成功製作採用新鮮拍攝手法和具有話題性的企業宣傳片。「映誌高」團隊在整個製作過程中累積了商業項目的執行經驗，也認識到商業項目的最新手法和動向，對日後開發其他商業客戶時有更充分的準確和個案參考。

“aim Health”通過社交媒體發佈新製作宣傳短片時，同時推介了「映誌高」的背景和服務，讓更多人認識「映誌高」的服務和製作水準。“aim Health”亦轉介了三個商業品牌予「映誌高」，以進行商務洽談和跟進，讓「映誌高」逐步發展和建立其商業網絡，開拓商業企業市場。

項目回顧

製作宣傳短片



每月定期的會議檢討項目的進度



協作項目 (五)

0923 青年創意伙伴
RICHK, 0923 YOUTH TALENT INNOVATOR



社企簡介



0923 青年創意伙伴 (前名為香港青年才藝學院，下稱“0923”)是基督教香港信義會社會服務部旗下的社會企業。“0923”成立於2014年。於2019年1月，集合了一群多才多藝的青年創意伙伴，致力為客戶提供一站式的演出及多媒體製作服務。藉此讓青年創意伙伴能發揮其獨特的才藝及專長，從中賺取收入及工作經驗，讓他們一同繼續追尋夢想。



0923YTI



<http://service.elchk.org.hk>



(852) 3956 4433



0923@elchk.org.hk

商界企業簡介



創基工程有限公司 (下稱「創基»)成立於2004年，主要的業務是提供一站式裝修工程項目的設計、項目管理及家具配套等服務。服務團隊擁有超過200位專業設計師、項目經理及測量師。「創基」一直提倡感恩回饋社會，透過企業義工隊及企業捐贈服務社區。近年亦積極推廣環保意識，支持可持續發展。



<http://www.success-base.com/>



(852) 2871 1265



sb-cc@success-base.com



項目內容

社企背景及營商概況

“0923” 的核心業務是為客戶提供一站式的演出及多媒體製作服務。透過為客戶提供各類優質的表演及培訓項目，讓年青人展示所長。“0923” 是藝術工作者的術語，意思是工作通告的時間由早上 9 時至晚上 11 時（即 24 小時制下的 23:00）。除了表達項目與才藝工作的關係，亦代表了“0923” 對客戶及工作全情投入的承諾。“0923” 除了專業表演外，於佐敦設有舞蹈及瑜伽訓練課程，同時亦有提供活動室租借服務，包括舞蹈訓練班、瑜伽訓練班及戲劇排練教學等。“0923” 提供的表演及培訓服務包括以下五個範疇：

- 舞蹈：排舞、演出及訓練
- 多媒體製作：歌曲創作、活動拍攝及宣傳片製作
- 活動製作：活動統籌、燈光及音響租賃及操作
- 戲劇：主題劇場創作及演出、教學
- 企業培訓：團隊建立、溝通技巧、創意思維

在業務運作及發展上，最大的挑戰是欠缺商業客戶網絡發掘新客戶、缺乏經驗策劃多元化業務、資源緊絀，以致業務運作一直未有突破。

配對原因

創基工程有限公司 (下稱「創基」) 擁有豐富的建築室內工程項目管理及銷售推廣經驗，以創新的解決方案為客戶提供工程服務、創造價值，達至可持續發展。近年來更擴展發展至大灣區，合作伙伴遍佈香港、中國及澳門。「創基」關懷社區，以獨有的專長及資源回饋社會，成立了「創愛天使義工隊」、「創愛基金」，定期舉辦義務活動及員工福利活動幫助弱勢社群。「創基」與“0923”的配對，正好發揮「創基」豐富的項目管理及市場推廣的專長，協助“0923”建立業務發展策略，為未來建立更多商業項目的合作空間。

協作項目之學習重點

針對“0923”在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	缺乏商界客戶網絡	訂立目標客戶群，以不同渠道拓展客戶網絡	<ul style="list-style-type: none"> • 明確 4 個目標客戶群並建立了目標客戶群宣傳策略
2	缺乏業務推廣經驗	分享相關的市場推廣及銷售經驗	<ul style="list-style-type: none"> • 參與計劃後的銷售額上升了約 34%
3	缺乏建立業務發展策略的經驗	針對目標客戶群重新部署未來業務發展計劃	<ul style="list-style-type: none"> • 重點發展 2 項服務，包括即興劇場 (Theatresports™) 及企業培訓課程

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行計劃及預期目標	2019年4月	0923 / 創基 / HKPC
2	制定年度業務發展計劃	2019年5月至 6月	0923 / 創基 / HKPC
3	到訪 0923 活動室及拓展商業客戶網絡	2019年6月	0923 / 創基 / HKPC
4	分享線上推廣策略，建議網上社交平台的建構及管理模式	2019年7月	0923 / 創基 / HKPC
5	建立新服務(Theatresports™)之推廣資料	2019年7月	0923 / 創基 / HKPC

項目總結

在四個月的協作項目中，「創基」協助制定適合「0923」業務的發展策略，集中兩大核心業務的發展，包括舞台表演及企業宣傳視頻製作。分享了市場推廣、品牌建立及業務拓展的經驗。例如在 Facebook、Instagram、Youtube、Wechat 等不同的網上社交媒體平台作宣傳。同時亦協助「0923」推廣新服務。以企業、老師、學生及家長為目標客戶群，開發以即興劇場(Theatresports™)為主題的培訓服務、半日/全日體驗工作坊。

展望未來，「0923」將進一步部署佐敦活動室的營運策略，開辦舞蹈、瑜伽及體能訓練活動班以增加使用率。此外，「0923」亦會積極透過不同行業商業的平台，拓展客戶群網絡。

項目回顧

每月定期的會議檢討項目的進度



協作項目 (六)



A.S. Watson Group
屈臣氏集團



蒲寓園藝治療服務(下稱「蒲寓」)於 2017 年成立，是一間由已退休的黃金世代(50-65 歲人士)創辦的社企。一群熱愛種植及以人為本的註冊園藝治療師團隊希望在人生的下半場發揮所長，透過推廣園藝治療服務，讓更多社會大眾能夠體驗園藝的樂趣及當中所帶給都市人的正能量及舒緩壓力。



PUYU HK



<http://www.puyuhk.com>



(852) 6323 2017



info@puyuhk.com

商界企業簡介



A.S. Watson Group
屈臣氏集團

屈臣氏集團(下稱「屈臣氏」)於 1841 年在香港創立，現已發展成全球最大的國際保健美容零售商。「屈臣氏」秉持關愛傳統 178 年，一直以來致力透過不同形式的活動履行企業社會責任，並回饋社會，以行動將關愛傳送到員工、顧客、股東及廣大社區。多年來獲得不少獎項，例如第十屆香港傑出企業公民金獎、「開心企業」標誌、企業可持續發展大獎、The MARKies 大獎(最佳概念-企業社會責任) 銀獎等，彰顯積極實踐社會責任的付出。



A.S. Watson Group
Project LOL 屈臣氏集團愛心計劃



<http://www.aswatson.com>



(852) 2606 8833



grouppr@aswatson.com



項目內容

社企背景及營商概況

「蒲寓」的核心業務是與園藝治療相關的服務，如園藝治療體驗的活動策劃、培訓及顧問服務，讓參加者能經歷到與植物互動帶來的正能量，並獲得身、心、社、靈多方面的好處。「蒲寓」更與大學合作，評估「蒲寓」所提供的園藝治療服務之有效性。評估結果顯示園藝治療服務對長者在認知和心理社交方面都有良好的影響，除了能訓練長者身體機能發展，更有助預防及延緩腦退化。

「蒲寓」近來積極與不同社福機構合作，亦有透過參與不同的比賽活動爭取獎項以推廣園藝治療。然而，「蒲寓」尚未開拓商業網絡，亦需加強市場推廣及宣傳，讓更多人認識園藝治療的好處及提升「蒲寓」的知名度。

配對原因

「屈臣氏」一直致力履行企業社會責任，回饋社會，以行動將關愛傳送到社會。「屈臣氏」更推出了 Project LOL 愛心計劃，為社區各階層人士注入正能量，為香港人帶來更多關愛 (Lots of Love)、更多歡笑 (Lots of Laugh)。「屈臣氏」多年來積極在教育、健康或關懷社區的三大範疇作出貢獻，擁有豐富的活動籌辦、市場推廣及項目宣傳推廣的經驗，與「蒲寓」的配對能促進互相交流。透過協作項目，協助「蒲寓」解決現時面對的挑戰，分享企業形象建立及多媒體宣傳推廣的經驗，以加強未來業務的發展。

協作項目之學習重點

針對「蒲寓」在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	欠缺市場推廣經驗	建立市場推廣及網上社交媒體管理策略	<ul style="list-style-type: none"> 每月營業額增加了 30% 多媒體社交平台增加了 30% "Like"
2	社企的知名度低、大眾不認識園藝治療的作用	檢視業務發展現況及分享品牌建設經驗	<ul style="list-style-type: none"> 參與及勝出「耆創無窮「優化銀齡生活創新大賽 2019」 創造世界記錄種植活動 媒體專訪(TVB 及 VIU TV 等)
3	缺乏客戶網絡開發園藝治療的業務	制定業務發展方向	<ul style="list-style-type: none"> 獲得 4 個新的合作項目 增加了 3 個潛在客戶，計劃開展園藝治療相關服務的合作

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行計劃及預期目標	2019年4月	蒲寓 / 屈臣氏 / HKPC
2	分享及討論網上社交網絡平台的推廣計劃	2019年5月	蒲寓 / 屈臣氏 / HKPC
3	商討「巧翠智」等籌備工作	2019年5月至 6月	蒲寓 / 屈臣氏 / HKPC
4	制定「屈臣氏」之園藝治療的工作坊	2019年5月至 7月	蒲寓 / 屈臣氏 / HKPC
5	聯同「屈臣氏」籌備創造世界記錄種植活動	2019年6月至 7月	蒲寓 / 屈臣氏 / HKPC

項目總結

在四個月的協作項目中，「屈臣氏」協助「蒲寓」開展多元化的市場推廣及利用多媒體的宣傳渠道提升知名度，藉創造世界記錄的大型種植活動，成功吸引多個媒體追訪。協作項目促成了一個專為長者及照顧者而設的園藝治療工作坊，讓「屈臣氏」的義工及長者接觸園藝治療的好處外，亦開拓了商業客戶網絡；分享網絡市場推廣經驗，協助「蒲寓」制定一個具體而高成本效益的市場推廣及宣傳計劃，迎合市場環境變化而作出線上線下的宣傳；為「蒲寓」的自家品牌產品「巧翠智」部署生產的籌備。

展望未來，「蒲寓」將進一步開發第二個自家品牌的治療產品「巧反荳」。此外，「蒲寓」亦會進一步與屈臣氏探討企業工作坊的合作，希望讓更多人認識園藝治療，亦希望能有持續的合作發展。

項目回顧

每月定期的會議檢討項目的進度



園藝治療工作坊及世界記錄種植活動



協作項目 (七)



社企簡介



保良局天晴茶座(下稱「天晴茶座」)成立於 2015 年，是一家提供健康及簡便快捷餐飲服務予鄰近社區的社企。透過系統化的商業營運模式，為新來港、低收入及傷健人士提供培訓和就業機會，以加強他們的自信，達致自力更生。



☞ Café Sunny 天晴茶座



<http://rehab.poleungkuk.org.hk>



(852) 3464 0935



cafe.sunny@poleungkuk.org.hk

商界企業簡介



李錦記國際控股有限公司(下稱「李錦記」)成立於 1888 年，從事研發、生產及銷售超過 200 種產品到全球超過 100 個國家和地區。多年以來，「李錦記」堅持「以品質為先」，堅持產品的質量，嚴格控制食材及生產程序。在發展業務以外，「李錦記」秉持「思利及人」的理念，在履行企業社會責任上不遺餘力，特別在推廣環保及關懷社會方面投放大量資源。



☞ Lee Kum Kee



<https://hk.lkk.com>



(852) 2660 3600



info@lkk.com



項目內容

社企背景及營商概況

成立於 2015 年的「天晴茶座」為保良局康復服務轄下的其中一家社企，透過提供健康及簡便快捷的餐飲服務，為區內弱勢社群提供培訓及就業機會。經過四年的發展，「天晴茶座」的業務除了於區內提供一般餐飲服務外，亦為鄰近的學校及商業機構提供餐飲到會服務。受其所屬機構的背景及地區所限，「天晴茶座」現時的客戶群主要集中在天水圍區內的學校、社區及保良局轄下的機構，在開拓商業客戶群方面仍需加倍努力。同時，為了開拓中、高端到會服務的市場，「天晴茶座」需要有新的菜式作為招徠，以獨特的健康菜式吸引新的商業客戶。因此「天晴茶座」希望透過是次協作項目，建立商業網絡及開發新菜式，以拓展其業務。

配對原因

「李錦記」於 1888 年創立，為香港醬料四大家族之一，以自家研發的蠔油成為香港家傳戶曉的品牌。在百多年的持續發展之中，「李錦記」肩負著「發揚中華優秀飲食文化」的使命，提供超過 200 種產品到全球超過 100 個國家和地區。除了研發產品外，「李錦記」為大眾提供大量的食譜，旨在宣揚各國的飲食文化。多年來，「李錦記」透過旗下的「希望廚師」計劃已經資助有志青年接受專業的中式烹飪培訓，為無數年青人實現其夢想。透過這次的合作，「天晴茶座」成功借助「李錦記」在掌握大中華地區客戶的口味的專業知識及研發醬料的經驗為「天晴茶座」帶來新的菜式，讓「天晴茶座」在開拓未來發展中、高端到會服務的市場奠下穩固的基石。

協作項目之學習重點

針對「天晴茶座」在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	欠缺針對企業客戶群而設的特色新菜式以開拓中、高端到會服務的市場	伙拍「李錦記」，共同合作開發新菜式	<ul style="list-style-type: none"> 成功與「李錦記」共同開發 4 個適合中、高端到會服務市場的新菜式，並製作新的宣傳單張
2	欠缺商界企業的客戶網絡	伙拍「李錦記」合作，共同推廣「天晴茶座 x 李錦記」新研發的菜式，並透過「李錦記」的企業季刊宣傳是，提升「天晴茶座」的知名度	<ul style="list-style-type: none"> 重新整理「天晴茶座」的社交媒體平台 於「李錦記」企業季刊刊載社企背景及推廣「天晴茶座 x 李錦記」新研發的菜式，成功提升「天晴茶座」知名度

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行時間表及預期目標	2019 年 5 月	天晴茶座 / 李錦記 / HKPC
2	商討有關新菜式的研發方向及共同宣傳計劃	2019 年 6 月	天晴茶座 / 李錦記 / HKPC
3	商討新菜式的宣傳單張設計及在李錦記企業季刊的宣傳內容	2019 年 7 月	天晴茶座 / 李錦記 / HKPC
4	為 4 道新菜式進行試菜並提供相關改良建議及商討拓展商業客戶網絡的建議	2019 年 8 月	天晴茶座 / 李錦記 / HKPC

項目總結

「李錦記」以其多年的產品開發及市場推廣的實戰經驗，為「天晴茶座」在研發新菜式及市場推廣方面大有裨益。在「李錦記」與「天晴茶座」共同開發新菜式的過程中，「李錦記」為「天晴茶座」提供醬料的樣版，並就「天晴茶座」的新菜式提供專業的意見，有助「天晴茶座」成功研發新的菜式以提升其在餐飲到會市場上的競爭優勢。同時考慮到「天晴茶座」目前的主要客戶群集中在學校及其他保良局屬下機構，「李錦記 x 天晴茶座」的協作將可以大大提升「天晴茶座」的知名度。「李錦記」及「天晴茶座」亦為新協作的菜式配合了革新的市場推廣計劃，透過「李錦記」的企業季刊向商業客戶推介「天晴茶座」及其菜單，藉此拓展新客戶及提升其市場競爭優勢。

項目回顧

每月定期的會議檢討項目的進度



合作研發的 4 道新菜式



協作項目 (八)



社企簡介



歷耆者有限公司(下稱「歷耆者」)是一家提供高齡體驗活動及企業培訓工作坊的社會企業。其社會使命是孕育社會各界人士對長者的同理心及了解他們的身心狀況和需要。透過長者導師帶領下的高齡體驗活動，喚起社會大眾對長者的同理心。



🔍 Eldpathy 歷耆者



<https://www.eldpathy.hk/>



(852) 5347 1360



info@eldpathy.hk

商界企業簡介



萬暉五金有限公司(下稱「萬暉」)成立於 1984 年，是一家達世界級產品質量水平的五金鎖具及智能門鎖系統的研發及製造商。其主要業務是設計、生產及銷售五金鎖具及智能門鎖系統製品。憑藉企業多年來累積的產品研發、市場推廣及營運管理經驗，企業在 2017 年獲得由香港工業貿易署主辦的香港工商業獎：生產力及品質獎的大獎以嘉許其生產力及持續推動高效品質監控的卓越表現。



🔍 ABUS Home Security Hong Kong



<http://www.abus.com>



(852) 2739 3013



office@abushardware.hk



項目內容

社企背景及營商概況

「歷耆者」成立於 2013 年，透過由長者及年青人組成的導師團隊及自家研製的高齡體驗衣，為客戶提供培訓，使參加者對長者建立真正的同理心。「歷耆者」目前的主要客戶為學生及一班接觸長者的前線員工提供培訓，使他們透過培訓體驗及認識長者在生活上的不便，從而提升他們的服務質素。在課程內容編排、導師演講風格及整體活動內容方面因應政府部門、法定機構及學校之要求而制定。現時「歷耆者」面對的挑戰是必須重新改革其業務模式，使其核心業務更貼近商業市場的需求，並配合商業客戶的培訓模式，以達致可持續發展。此外，「歷耆者」亦缺乏商界企業的客户網絡，目前的市場推廣策略亦未能有效進入企業培訓市場。因此，是次協作項目為「歷耆者」提供了寶貴機會，優化其長者體驗課程的整體編排及內容設計、銷售及推廣技巧，並成功連繫「歷耆者」與商業客戶如保險行業的客戶，以加強未來業務的發展。

配對原因

「萬暉」主要生產與保安相關的設備，產品包括銅、鐵、鋁、鋅合金掛鎖及智能保安系統等。在內地設有一所具規模及配置了先進自動化生產設備的工廠。由於在產品研發、營運管理及品

質監控方面表現出色，「萬暉」成為了不少同業借鑒的目標。公司投放了豐富的資源建立一個產品研發團隊，每年成功開發多個系列的新產品。此外，其內地生產線早年已成功引入精益生產管理系統，大大降低浪費及耗損，並達致質優工簡的生產模式。2019 年獲得由香港工業專業評審局頒發的第三屆「智慧學習型企業獎」，2016 及 2017 年更先後獲頒「深圳市示範企業」及「香港工商業獎：生產力及品質獎」的大獎以嘉許其卓越成就。此外，「萬暉」的掌舵人伍紅紅女士亦非常熱心公益，結合其多年在商界打拼及企業營商管理的實戰經驗，多年來透過義務工作，幫助社會上的弱勢社群，鼓勵下一代有積極正面的態度並提升競爭力，共創更美好的社會。有見及此，「歷耆者」及「萬暉」配對了成為項目協助伙伴，除了希望可以讓「歷耆者」學習「萬暉」標準化的培訓課程外，更希望「萬暉」將多年於市場推廣及客戶服務經驗授予「歷耆者」。

協作項目之學習重點

針對「歷耆者」在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	「歷耆者」的培訓流程及內容欠缺標準化	重新制定一系列標準化的活動流程、講者培訓內容等，以維持培訓活動的質素	<ul style="list-style-type: none"> 成功制定標準化的培訓流程、活動內容等 在優化培訓課程後，高達 88.9% 的參與者對「歷耆者」的培訓服務感到十分滿意
2	「歷耆者」未能掌握商業市場的最新趨勢及客戶的需要，並按目標客戶群的不同業務性質，提供客製化的服務	制定客製化的企業培訓課程內容	<ul style="list-style-type: none"> 為不同行業開發客製化的企業培訓課程以提升營業額及知名度
3	「歷耆者」欠缺市場推廣及業務拓展的經驗	分享市場推廣及業務拓展的經驗	<ul style="list-style-type: none"> 掌握市場拓展的技巧
4	「歷耆者」欠缺商界企業的客戶網絡	透過企業網絡建立客戶網絡	<ul style="list-style-type: none"> 建立商業客戶的網絡，並藉不同行業客戶介紹，開拓市場

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行時間表及預期目標	2019年4月	歷耆者 / 萬暉 / HKPC
2	檢視「歷耆者」培訓的流程及內容編排	2019年5月	歷耆者 / 萬暉 / HKPC
3	優化「歷耆者」的整體培訓水平	2019年5月	歷耆者 / 萬暉 / HKPC
4	市場推廣及業務拓展的經驗分享	2019年5月至6月	歷耆者 / 萬暉 / HKPC
5	拓展客戶網絡，向保險行業客戶推廣「歷耆者」服務	2019年7月	歷耆者 / 萬暉 / HKPC

項目總結

「歷耆者」成功開拓了商業市場網絡，商業顧客比以往增加了 100%，並成功連繫兩間知名的保險行業的商業機構；重新檢視及優化培訓課程的內容，以確保「歷耆者」的培訓課程的質素穩定。同時，考慮到「歷耆者」的培訓是以長者導師團隊帶領，講者的內容及流程未有劃一的標準。「歷耆者」成功提升 20%的顧客滿意度百分點，並建立商業客戶的網絡，藉不同行業客戶介紹，開拓市場。透過「萬暉」的分享，「歷耆者」成功掌握市場拓展的技巧。

展望未來，「歷耆者」將更集中地開拓商業客戶群的網絡，並按不同行業的需要，提供客製化的商業培訓課程。

項目回顧

每月定期的會議檢討項目的進度



進行實地視察：參觀「歷耆者」的培訓課程



招展客戶網絡：向潛在客戶介紹「歷耆者」的服務



協作項目 (九)

BNET

UAT®

社企簡介



BNET-TECH(下稱「優仗」)是一家成立於 2015 年的社企，通過結合老年學和先進科技，將新產品的設計注入長者日常用品上，從日常用品功能上更貼身守護長者的健康，藉居家安老，提升長者的生活素質及舒緩照顧者的壓力，增強長者獨立生活能力，延緩退化速度。



🔍 @BNET.Tech



<http://bnet-tech.com/>



(852) 3916 7407



info@bnet-tech.com

商界企業簡介



超敏科技有限公司(下稱“UAT”)成立於 1997 年，主要提供一站式高科技視像會議、影音設計、通訊系統服務。“UAT”多年來積極參與社區、慈善、義工活動，2011 年更成立非牟利慈善組織「超敏會」，凝聚更多有心人及力量服務社會，讓更多有需要的人受惠。



<http://www.uatg.com/>



(852) 3111 9600



info@uatg.com



項目內容

社企背景及營商概況

「優仗」是一家成立不足四年的社企，其創辦人因為家人深受疾病困擾，嚴重影響日常的起居生活，患病家人和身邊照顧者都背負沉重的壓力，因而啟發了利用先進科技改善長者生活的念頭。「優仗」(StickU)是BNET-TECH研發的智能拐杖，在拐杖的基本功能上，添加照明、發熱扶手、緊急求救等功能，打破「拐杖只是單一的扶助工具」的傳統觀念，提升使用者的生活品質。

正如不少初創企業，缺乏客戶基礎和市場知名度是「優仗」面對和急需處理的問題。小批量生產壓縮了「優仗」下調產品生產成本的空間，未能以具吸引力的價錢推出市場，難以增加訂單量以壓低成本。另一方面，以基本功能為主導的復康產品在市場根深柢固，無論是銷售網絡、產品買家或使用者，缺乏渠道認識「優仗」和智能長者用品，限制了企業的發展。

配對原因

“UAT”成立於1997年，其核心業務是提供一站式高科技視像會議、影音設計、通訊系統服務的供應商。早於千禧年來臨前，“UAT”的創辦人張仕鵬先生已預料到資訊科技是未來趨勢，

憑著他前瞻性眼光和企業家精神，從早期針對中小企的視像會議方案，到取得國際知名品牌代理權以開拓上市、跨國企業、本地公共及公營機構客戶，張先生都能洞悉先機，利用市場最新技術引領“UAT”發展。這些經驗對初創企業「優仗」在開拓市場和擴闊客戶基礎均具有參考價值。“UAT”積極參與社區慈善活動，更成立「超敏會」，將服務社會、幫助社會弱勢的工作更有組織和系統地實行，與「優仗」的成立初心不謀而合，有助兩者協同合作。

協作項目之學習重點

針對「優仗」在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	缺乏建立一個可持續發展的業務發展模式	制定一個可持續發展的業務發展模式	<ul style="list-style-type: none"> 針對不同客戶群制定了「雙訂價」策略
2	缺乏品牌建立及提升知名度的技巧	制定線上及線下宣傳策略，包括企業網站、社交媒體、本地及海外媒體等	<ul style="list-style-type: none"> 通過“UAT”的網絡投放宣傳短片 獲得本地及海外媒體的報導(包括明報、大公報、香港01、星島日報、TVB、Now TV、商業電台、PCM、unwire.com、NHK日本等)

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
3	缺乏銷售渠道	針對商業、機構及終端客戶群組，探討增加銷售渠道的可行性	<ul style="list-style-type: none"> 透過建立新銷售渠道，增加超過 30 個潛在的商業、機構及終端客戶
4	缺乏商業客戶及策略合作夥伴的基礎	制定全面的產品宣傳策略，包括訂價策略、銷售渠道建立、針對商業、機構及終端客戶和機構客戶的策略	<ul style="list-style-type: none"> 收到超過 30 個社福機構對「優杖」的查詢 達致 85% 機構客戶、10%商業客戶及 5%終端客戶群的均衡比例

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行時間表及預期目標	2019 年 4 月	優杖 / UAT / HKPC
2	建立一個全新的商業營運模式及配合一個產品價格策略	2019 年 5 月	優杖 / UAT / HKPC
3	建立銷售渠道	2019 年 6 月	優杖 / UAT / HKPC
4	“UAT” 分享市場發展策略及業務可持續發展的經驗	2019 年 7 月	優杖 / UAT / HKPC

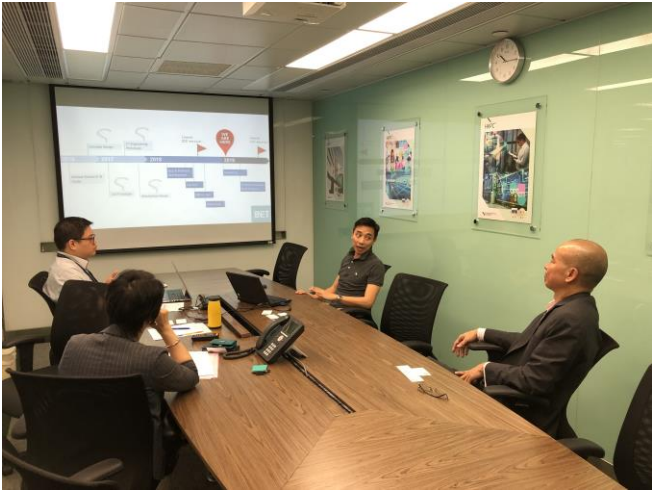
項目總結

“UAT” 擁有豐富的市場開發和企業發展經驗，對推動「優仗」開拓客戶基礎和提升知名度有非常積極和正面的影響。“UAT” 協助分析長者生活用品的購買者和使用者有所分別，並建議了「優仗」可以更大膽地利用網上渠道進行宣傳。另一方面，「優仗」亦應採用傳統的宣傳手法來針對特定地區的個人用戶來宣傳。總結整個協作項目，「優仗」制定了全面的產品宣傳策略，同時因應不同客戶群的接受程度，制定了兩套收費計劃。在宣傳計劃和收費計劃推出後，「優仗」獲超過 30 個來自社福機構對「優仗」的查詢，逐步形成 85%機構客戶、10%商業客戶及 5%終端客戶群比例。此外，「優仗」也先後得到來自本地及海外的線上線下媒體關注，爭相採訪及報導他們的理念和產品，大大提升了「優仗」的知名度。

展望未來，「優仗」將進一步建立客戶基礎和提升知名度，並持續進行產品研發及優化，藉此，讓業務能可持續發展。

項目回顧

每月定期的會議檢討項目的進度



協作項目 (十)



社企簡介



長屋設計(下稱「長屋」)成立於 2015 年，是一家專為長者設計及營造適合居家安老居所的社會企業。「長屋」希望能夠藉服務推動社區居家安老及減少家居意外，為長者營造一個安全的居家環境，有助於香港成為一個更加智慧的老齡化城市。



Longevity Design House 長屋設計



<http://www.longevitygroup.net/>



(852) 3905 1173



info@longevity.com.hk

商界企業簡介



力佳工程有限公司(下稱「力佳」)成立於 1982 年，是新鴻基地產業務的全資附屬公司。其主要業務是提供建築工程、電力裝置、空調及機械通風、消防、給排水系統、綠色建築及節能服務等方面的先進方案。此外，「力佳」亦與不同的公營部門和私營機構合作，為商業、工業、零售及住宅樓宇進行安裝工程。憑藉企業多年來累積的企業管理經驗，「力佳」在 2017 年獲得由香港管理專業協會主辦的「優質管理獎」的優異獎以嘉許其在領導、企業管治、人力資源、客戶、資訊科技及流程管理等範疇的卓越表現。此外，「力佳」亦連續四年獲得「人才企業」嘉許及「商界展關懷」標誌，顯示「力佳」對人才培養及企業社會責任的重視。



<http://www.likkai.com.hk/>



(852) 2627 0888



admin@likkai.com.hk



項目內容

社企背景及營商概況

「長屋」成立於 2015 年，是一間提供室內設計及裝修一條龍服務的社企，「長屋」具備設計、醫療知識團隊為長者提供合適「居家安老」的方案。「長屋」希望透過提供專業的設計及裝修服務，達致建構跨界別的長者室內建設平台，為長者營造一個安全舒適的居家環境，使香港成為一個智慧的老齡化城市。「長屋」的優勢在於能夠結合職業治療及室內設計，為長者打造居家安老的環境。然而，「長屋」在工程法規、項目監管、合約條款及文件存檔系統上的知識及經驗仍然有進步的空間。因此「長屋」希望藉此協作項目，強化社企在這幾方面的專業知識，以提升整體服務質素。

配對原因

「力佳」主要業務是提供建築工程、電力裝置、空調及機械通風、消防、給排水系統、綠色建築及節能服務等方面的先進方案。此外，「力佳」亦與不同的公營部門和私營機構合作，為商業、工業、零售及住宅樓宇進行安裝工程。近年，「力佳」積極參與社會服務，組織企業義工隊探訪長者及為長者提供義務的家庭電器及家居用電安全檢查。自 2017 年開始連續三屆參加了「種籽聯盟」計劃，運用「力佳」多年來在大型工程項目管理的實戰及豐富經驗，先後協助「木一番」及「菁然」成功開展商業機構裝修工程的市場，同時亦協助提升「木一番」及「菁然」工程項目的管理能力。有見及此，「長屋」與「力佳」配對成項目協助伙伴，除了希望可以讓「長屋」吸收「力佳」豐富的工程項目管理的經驗外，更希望能學習如何與客戶及外判承辦商簽訂服務合約條款等，藉此可以豐富「長屋」的專業知識。

協作項目之學習重點

針對「長屋」在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	社企欠缺常用的工程法規知識	參考現時監管機構發出的法規及「力佳」工程在建築工程方面的參考資料	<ul style="list-style-type: none"> 掌握各種一般工程法規知識
2	缺乏工程及相關服務的項目管理經驗	挑選實用的工程項目管理的專業課程；建議社企記錄常見的工程問題，以防問題再次發生	<ul style="list-style-type: none"> 掌握各種類型的工程項目管理技巧，降低工程延誤所作出的賠償風險 建立一般常見工程問題庫，預防日後問題再度發生
3	未能有效處理與外判承辦商及客戶在工程完工標準上的爭議	建立外判承辦商簽訂服務合約條款的範本；建立客戶服務合約條款的範本	<ul style="list-style-type: none"> 建立客戶及外判承辦商簽訂服務合約條款的範本，以獲更大保障

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行時間表及預期目標	2019年4月	長屋 / 力佳 / HKPC
2	分享常用的工程法規知識及安裝工程遇到的常見問題及解決方法	2019年5月	長屋 / 力佳 / HKPC
3	檢視「長屋」現有的外判承辦商簽訂服務合約條款	2019年6月	長屋 / 力佳 / HKPC
4	分享工程項目管理的經驗	2019年7月	長屋 / 力佳 / HKPC
5	運用協作項目的知識及經驗，建立文件管理系統	持續進行	長屋

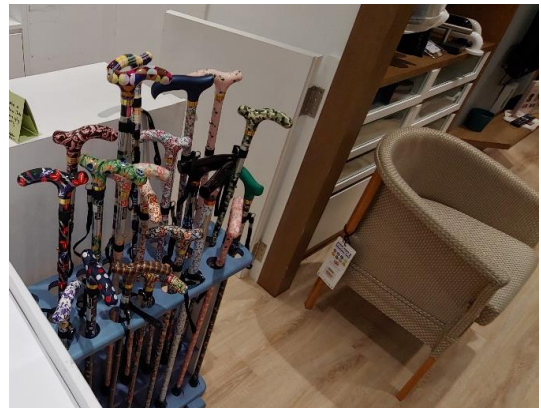
項目總結

「力佳」團隊以其豐富的工程經驗，成功提升「長屋」團隊的專業知識及優化服務合約條款方面的掌握。在四個月的協助項目過程中，「力佳」團隊提供了大量的建築工程方面的常見法規知識及相關的參考資料予「長屋」，使「長屋」掌握相關方面的專業知識並有助他們解決在一般家居維修工程遇上的難題。有見「長屋」在工程項目管理方面的知識及經驗不足，「力佳」為「長屋」挑選了部分相關知識的課程並分享「力佳」在相關方面的知識及經驗。為了使「長屋」可以有效監督工程，「力佳」團隊分享了「力佳」在工程項目管理的記錄系統並就「長屋」現時的工程項目管理系統提供建議，使「長屋」可以更有效的監管項目進度，降低工程延誤所引致的賠償。最後，「力佳」透過展示範本使「長屋」掌握如何與客戶及外判承辦商簽訂服務合約條款，以獲得更大的保障。透過今次協作項目，「長屋」可以運用在協作項目學到的工程項目管理知識及技巧以開展更多的一般小型工程項目。

展望未來，「長屋」將進一步拓展多元化的長者屋相關的工程項目，亦期望競投一些以往未能承接的較大型裝修工程項目，以提升其業務的可持續發展。

項目回顧

每月定期的會議檢討項目的進度



協作項目 (十一)



日本命力[®]

日本命力健康食品

社企簡介



遊沐(下稱「遊沐」)成立於 2017 年，是一家舉辦深度自然體驗活動的社企。其社會使命是透過遊樂於花鳥蟲魚間，洗滌疲憊與煩惱，連結人與大自然、並透過大自然體驗活動，讓忙碌的都市人能以大自然為伴，舒緩壓力。



🔍 遊沐



<http://www.naturebathing.hk/>



naturebathing@gmail.com

商界企業簡介



康盟有限公司(以下簡稱「日本命力」)成立於 1997 年，從事研發、生產及銷售優質的健康食品予香港人。「日本命力」堅信憑藉優質的健康食品及專業的健康顧問團隊，為不同年齡層和健康需要的顧客提供專業的服務。「日本命力」熱心參與關愛社群事務，打造身心更健康的社會。「日本命力」多年來在履行企業社會責任上不遺餘力，熱心服務社會。



🔍 日本命力



<https://meiriki-jp.com.hk/>



(852) 2713 6061



info@meiriki-jp.com.hk



項目內容

社企背景及營商概況

「遊沐」成立於 2017 年，透過設計各種形式的大自然體驗活動，期望大眾可以透過自然活動，舒緩香港人的壓力。「遊沐」為不同的團體及機構提供多元化的服務，按客戶的需要，提供度身訂造的大自然體驗活動。「遊沐」一直以來的客戶主要是學校、非政府機構，較少機會及經驗接觸及理解商業客戶的服務需要，所以若要開拓商業客戶市場，必需將其服務轉型至迎接商業客戶市場的銷售模式，藉此確保社企可以穩健成長。與此同時，「遊沐」現時缺乏商界企業的客戶網絡，目前的市場推廣策略亦未能有效進入企業培訓市場。因此，是次協作項目為「遊沐」提供機會，優化其銷售資料及推廣技巧，並成功與「日本命力」合作，開展首個合作項目，以拓展企業培訓業務。

配對原因

「日本命力」自 1997 年以來主要研發、生產及銷售優質健康食品。「日本命力」一直秉承「將最好帶給港人」的理念，投放豐富的資源在新產品的科研和開發上，以確保產品質素達到最高要求。為了確保產品的質素達致標準，「日本命力」與日本高質素要求的廠房合作，嚴格控制原材料，以至每一個生產程序，繼而使品牌獲得口碑及顧客支持。「日本命力」除了產品出眾外，同時顧及服務上的求進。「日本命力」相信與顧客的關係不僅於產品銷售，更需要顧及顧客關係，故經常舉辦會員活動，包括工作坊、親子活動等維繫與顧客的關係。「日本命力」在履行企業社會責任不遺餘力，在關愛員工、推動社區可持續發展及環保等各方面有卓越的表現，其成立的義工隊更積極籌辦義工活動，使更多人受惠。有見及此，「遊沐」及「日本命力」配對了成為項目協作伙伴，希望讓「遊沐」學習「日本命力」多年的銷售及市場推廣技巧。

協作項目之學習重點

針對「遊沐」在業務上所面對的挑戰，項目團隊制定了以下項目並達到了一定成效：

編號	社企面對的挑戰	項目改善措施	項目成果
1	欠缺商界企業的客戶網絡，現時採用的市場推廣策略亦較難打入企業培訓市場	優化銷售手冊、宣傳及透過企業網絡建立客戶網絡	<ul style="list-style-type: none"> 新的商業客戶增長率高達 150% 商業客戶查詢增長率高達 267%
2	欠缺為商業客戶提供服務的項目經驗	制定適合企業培訓的課程方向、內容及定價策略，將服務升級轉型至適合商業客戶市場	<ul style="list-style-type: none"> 社企掌握市場的需求，為企業提供行業特定的培訓課程以進入商業市場
3	欠缺客戶服務、市場推廣及品牌建立的經驗	分享客戶服務、市場推廣及品牌建立的經驗	<ul style="list-style-type: none"> 顧客滿意度提升了 15%

項目推行計劃

步驟	推行內容	時間	參與單位
1	制定協作項目範疇、推行時間表及預期目標	2019年4月	遊沐/日本命力/HKPC
2	參與「商界展關懷」，協助「遊沐」認識「日本命力」的友好合作夥伴	2019年5月	遊沐/日本命力/HKPC
3	檢討「遊沐」的服務推廣資料及建立客制化企業工作坊	2019年5月	遊沐/日本命力/HKPC
4	分享市場推廣、品牌建立及媒體宣傳的經驗	2019年6月	遊沐/日本命力/HKPC
5	商討與「日本命力」未來合作項目	2019年7月	遊沐/日本命力/HKPC

項目總結

「日本命力」運用其豐富的市場推廣的實戰經驗及商業網絡，對協助「遊沐」加強推廣及拓展客戶網絡十分重要。「日本命力」的團隊協助「遊沐」重新檢視現時的服務內容及市場推廣資料，並指導如何特顯其服務優勢，使「遊沐」可以重新制定一套新的推廣資料以打入商業客戶網絡市場。同時考慮到「遊沐」在定價策略及市場推廣的經驗尚淺，「日本命力」協助「遊沐」制定合適的定價策略，令服務更具競爭力。此外，「遊沐」加入專業的工作坊活動報告在其服務範圍內，使服務更完整。這些顧客為本的細心安排為服務大大提高附加值，相信有助「遊沐」打入商業客戶網絡市場。與此同時，有見「遊沐」現時的知名度不足，「日本命力」提出可以將「遊沐」的服務簡介加入在「日本命力」的宣傳資料夾內，使「日本命力」的友好及會員能進一步認識「遊沐」這間社企。通過為期四個月的協作項目，「遊沐」成功開拓了商業市場網絡，商業顧客的增長率高達 150%，商業客戶的查詢增長率比以往高了 167%。此外，經優化後的培訓內容更得到商業顧客的肯定，顧客滿意度提升了 15%。

展望未來，「遊沐」繼 9 月份成功與「日本命力」合辦了一個午間工作坊後，將透過日本命力的商業網絡，建立更多策略合作伙伴。

項目回顧

每月定期的會議檢討項目的進度



進行實地視察：三個團體一同到訪「日本命力」活動室為日後合作的活動場地



與「日本命力」合作項目：為「日本命力」的會員提供午間活動





「種籽聯盟」計劃交流會議



第三屆「種籽聯盟」推廣及交流會議

日期	2019年2月15日(星期五)
時間	15:00 – 17:00
地點	香港生產力促進局 SME One
活動程序	<ol style="list-style-type: none"> 1. 歡迎所有出席代表 2. 介紹第三屆「種籽聯盟」計劃的詳情 3. 歷屆參與計劃的商界企業及社企分享及交流環節 4. 分組討論及交流時間 5. 大合照

由歷屆參與「種籽聯盟」的商界企業及社企代表進行分組討論及分享「協作」項目的體會與獲益



商界企業及社企分享及交流環節





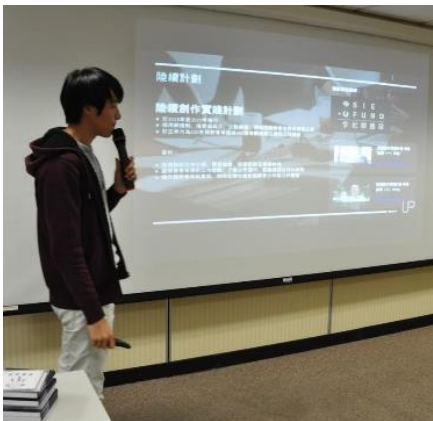
第三屆「種籽聯盟」社企面試評審

日期	2019年3月15日(星期五)
時間	14:00 – 17:00
地點	香港生產力促進局 1 樓 107 室
活動程序	<ol style="list-style-type: none"> 1. 歡迎所有出席代表 2. 頒發第三屆「種籽聯盟」計劃的評委感謝狀 3. 評審環節 4. 大合照

評委合照



12 間社企輪流匯報業務，各評委就匯報內容發問







項目經驗分享及交流會議

日期	2019年8月23日(星期五)
時間	15:00 – 17:30
地點	香港生產力促進局 4樓 The Terrace
活動程序	<ol style="list-style-type: none"> 1. 歡迎所有出席代表 2. 頒發第三屆「種籽聯盟」計劃的參與證書 3. 商界企業及社企分組討論，交流「協作」項目的學習、啟發及成果 4. 商界企業及社企嘉賓分享及交流環節 5. 大合照 6. 互動及交流時間

商界企業及社企分享及交流環節



交流活動中商界企業及社企代表互相認識、交流，拓展商業合作機遇





參與社企與商界企業之回應

社企

精英社

透過參與「種籽聯盟」計劃，我們拓寬了人脈和商業網絡。同時亦透過經驗交流，讓社企了解商業客戶市場的需要，為社企創造了新商機。跨行業的商界及社企配對讓社企與不同行業的商界企業作多方面的交流及探討合作項目，交流營商的經驗進一步擴闊商業的網絡。

後生可畏

很高興能參加第三屆「種籽聯盟」計劃，在合作過程中讓我們有了新的發展方向。感謝周大福就我們的業務發展分享了很多寶貴意見，讓我們了解到內地設計行業的發展狀況，亦協助我們認識到商業客戶，如 K11、Cobo House 等，給予我們業務合作的機會。

Under Production

在「種籽聯盟」計劃中我們認識了 Smart Creations，企業所建立的創作平台與我們的理念不謀而合，期望未來有更多的合作機會。透過計劃活動，我們有機會開展新服務及作新項目嘗試。同時也認識了其他社企朋友，讓我們一群來自不同背景的社企能互勵互勉，繼續為社會弱勢創造機會。

映誌高

「種籽聯盟」計劃對一些規模較小的社會企業來說，帶來的不僅是實際營業額提升，更重要是拓寬了人脈和商業網絡，為社企創造了新商機。除了合作的企業外，我們也認識了來自不同界別和性質，但志同道合的社會企業，大家互相學習鼓勵，在擴大業務之餘，也進一步履行社會責任。在今次的協作項目中，映誌高的服務獲得配對企業很大的肯定及成功提升了我們的知名度。

0923

我們社企自成立以來，致力協助年青人能發揮個人才藝，追尋夢想。透過是次協作項目幫助了我們發揮社企內部的優勢，為各種業務重新定位，也藉此協助我們社企尋找未來發展的新方向。

蒲寓

我們一直都有積極宣傳園藝治療服務，讓更多人認識其益處。可是我們不擅於作市場推廣，即使發現推廣工作成效不彰，也不知道如何改善。透過參與這個計劃認識屈臣氏，令我們有很大的得著。除了獲得很多有關推廣宣傳的策略知識外，更榮幸是可以與屈臣氏有更多不同的合作，讓更多人認識園藝治療。另外亦感謝 HKPC 為我們與屈臣氏作配對，及感謝屈臣氏給予機會與我們一起完成各項創新項目。

天晴茶座

通過今次「種籽聯盟」計劃，有幸能夠與李錦記進行交流和合作，借助配對企業開發產品的豐富經驗及專業知識，成功研發了 4 款新菜色，藉新研發菜式嘗試開發新市場，提升業務的可持續發展。

歷耆者

今次很高興能夠參與第三屆「種籽聯盟」計劃，透過是次合作項目認識了「萬暉」及其掌舵人 Virginia，令「歷耆者」獲益良多。在協作項目的過程中，Virginia 無私的分享了她在培訓及營商的經驗，特別是就「歷耆者」的培訓流程提供了不少寶貴的建議及改進之處，使我們的培訓更標準化及提高服務質素。除此以外，Virginia 更為「歷耆者」帶來一個機遇，透過介紹客戶予「歷耆者」，使「歷耆者」可以打開商業客戶市場，持續發展。

優仗

通過「種籽聯盟」計劃有幸與 UAT 作交流，讓我們認識更多有關市場推廣和擴展網絡的知識，對推動我們業務發展和產品銷售都有積極正面作用，使我們更有優勢和準備迎接未來挑戰。

長屋

透過今次的「種籽聯盟」計劃，對我們社企的持續發展有莫大的裨益。我們社企一直缺乏較大型的工程項目管理經驗及知識，所以今次好高興可以透過「種籽聯盟」計劃與力佳工程交流。透過是次協作項目，我們從中學習到一般工程方面的相關專業知識。再者，力佳工程的團隊亦樂意分享他們在相關項目管理的經驗及心得。這些經驗及心得有別於坊間一般的社企支援計劃，「種籽聯盟」計劃能透過短短四個月的時間，針對社企目前所遇到的挑戰，很「落地」的協助社企解決困難。

遊沐

第三屆「種籽聯盟」計劃讓我們遊沐學習在商業市場推廣的技巧，同時亦可以優化我們的銷售資料及服務以迎合商業機構的需要。透過今次的企業配對，我們認識了日本命力，在市場推廣、客戶服務方面給予的們很多寶貴的意見。除此以外，很高興能夠與日本命力合作舉辦了新推出的午間體驗活動並得到許多正面的回應。

商界企業

香港體檢

今年很高興參加第三屆的「種籽聯盟」計劃，配對了精英社進行為期四個月的合作。精英社的團隊充滿熱誠，熱衷為青年服務。而且今次的合作可以結合香港體檢及精英社的長處，共同開發了嶄新的保健方案，集「身體檢查」及「鍛練身健」兩個元素，推動社區健康。有見精英社熱心服務公益但欠缺商業網絡以持續發展業務，我們樂意分享了我們的宣傳渠道，例如社交網絡、報刊、郵件等各種方法介紹精英社及新的合作服務，以提升他們的知名度。期望透過我們在商業網絡的影響，讓更多人認識精英社，有助他們持續成長。

周大福

自第一屆「種籽聯盟」計劃舉辦以來，我們每年均有參與，因為深深體會到這個計劃的確可以達到商界及社企兩得益的雙贏目標。今年已經是我們第三年參與這個計劃，經 HKPC 的安排，配對了「後生可畏」這間推廣本地文化藝術的社企。透過今次的協作項目，我們開展了有關青年藝術家發展的項目計劃，安排藝術展覽平台、介紹本地文化藝術的繪遊導賞團以及周大福「匠心築夢」計劃宣傳設計等。藉此幫助「後生可畏」的新進設計師有機會展示他們的藝術創作，讓大眾認識同欣賞他們的作品。

Smart Creations

我們已連續兩屆參與了「種籽聯盟」計劃，成功聯繫到不同背景的本地年輕設計師，他們的創意豐富了我們產品的包裝和陳列設計，同時也為他們創造了商業項目實戰的機會，所以說「種籽聯盟」計劃是為企業和社企共創雙贏的絕佳平台。

aim Health

很高興參與第三屆「種籽聯盟計劃」，並配對了映誌高 (Image Pro) 為協作伙伴。映誌高的團隊都是充滿熱誠、做事認真的年青人，短短四個月的時間為我們製作了三段令人驚喜又滿意的宣傳短片。針對映誌高團隊所面對的挑戰，我們很樂意地分享了管理商業客戶的技巧和經驗，讓他們了解商業客戶的要求和喜好，對將來開拓和執行商業項目時有更佳的準備。Aim Health 與映誌高的關係並沒有因為項目完結而結束，我們相信在不久的將來再有合作的機會，同時會透過我們在社交媒體和商業網絡的影響，讓更多人認識映誌高，協助他們發掘更多商機和成長。

創基

很高興參與第三屆「種籽聯盟」計劃，商界的實戰經驗 加上社企的創新思維，這個“cross-over”帶來了很「落地」的項目成果。

屈臣氏

很高興今年參與了第三屆「種籽聯盟」計劃，透過分享我們的市場推廣經驗和營商管理技巧，幫助社企解決業務困難。在這四個月與「蒲寓」的協作裏，我們亦獲益不少。「蒲寓」讓我們更了解社企現認識到園藝治療的好處，尤其是對老人的效用。服務老人是我們主要的履行企業社會責任的範疇，未來我們會繼續與「蒲寓」有更多的合作，共同回饋社會。

李錦記

很高興參加了第三屆「種籽聯盟」計劃，配對了「天晴茶座」這間社企。SEED Programme 讓商界及社企雙方共同推動可持續發展，達致雙贏，值得支持。

萬暉

透過今次的「種籽聯盟」計劃很高興能夠認識「歷耆者」這間社企。「歷耆者」的團隊雖然年輕但充滿熱誠服務社會，喚起大眾對長者的關愛。ABUS 連續支持了兩屆 SEED Programme，我們覺得合作項目的成果好實在，跨行業的交流亦令雙方獲益，藉得推介。

UAT

「種籽聯盟」計劃建立了一個很“effective”的商界、社企交流平台。通過計劃我們認識了「優仗」，他們有很好的社企理念和產品，但在市場推廣及品牌知名度方面仍處於起步階段。藉今次的協作項目，讓商界企業及社企加強交流，達致雙贏。

力佳

我們公司連續支持了三屆「種籽聯盟」計劃，今屆很高興配對了「長屋設計」。由於雙方的業務性質相近，可以達致一個協同效應。此外，藉「種籽聯盟」計劃，提供了一個實戰式企業人才培訓的寶貴經驗給參與了協作項目的企業員工。

日本命力

今次很高興參加了第三屆「種籽聯盟」計劃，我們與「遊沐」均擁有共同的理念，就是藉服務帶給所有顧客有健康的身心靈，我們企業好滿意。

A glowing lightbulb is the central focus, set against a blackboard background. Several white chalk drawings are scattered around the bulb, including arrows pointing in various directions and three large, hand-drawn circles. The lightbulb is illuminated from within, casting a warm glow.

查詢及提交申請

查詢及提交申請

社企查詢可以致電或電郵香港生產力促進局管理諮詢部。

有意提出申請的社企需填寫申請表格，以郵寄或電郵送交香港生產力促進局。申請詳情可向香港生產力促進局管理諮詢部查詢。

地址: 九龍達之路 78 號生產力大樓三樓管理諮詢部

電話: 2788 6381 (梁先生) 或 2788 5798 (簡小姐)

電郵: andrewleung@hkpc.org; irenekan@hkpc.org