



香港零售管理協會傑出服務獎 25 周年

賀辭



香港特別行政區
立法會議員(批發及零售界)
方剛

在競爭熾烈的零售行業，除了是商品質量、品牌和價格之爭外，今日的最大競爭是在服務。傑出的服務，不單會為企業帶來更多高生意額，更重要的是為產品品牌、企業形象增值，和為企業帶來持續發展的潛力。

由香港零售管理協會主辦一年一度的「傑出服務獎」，素有零售行業「奧斯卡」之稱，反映這項獎項在業內受重視程度和地位。競賽之目的，是希望提高整體零售行業對服務的關注和水平的提高，因為香港購物天堂的吸引力，是需要全行關注、全行參與、整體提升，才能維持我們的長久優勢。

藉「傑出服務獎」踏入25周年，謹向一直致力提升香港零售行業質素的香港零售管理協會致以最高的敬意，並期待百尺竿頭，更進一步。

方剛



旅遊事務署
旅遊事務專員
容偉雄

香港零售管理協會「傑出服務獎」過去25年來，在提高零售業服務水平及表揚前線從業員的優秀表現方面，擔當十分重要的角色。旅遊業和零售業息息相關，香港要保持首選旅遊目的地的佳譽，優良的顧客服務不可或缺，因此，零售業服務精益求精，對旅遊業的持續發展舉足輕重。

旅遊業在2010年首季的表現可人，我欣悉零售業也錄得可觀增長，總銷貨價值在2月更創下22年來最高的增長紀錄。我深信協會能繼續往開來，秉承提升業界服務水平的宗旨，繼續推廣優質服務和好客之道，進一步鞏固香港在旅客心目中購物天堂的地位。

容偉雄



香港旅遊發展局
主席
田北俊

我謹代表香港旅遊發展局(旅發局)，衷心祝賀香港零售管理協會舉辦第25屆「傑出服務獎」，繼續為優質服務樹立典範。

多年來，「傑出服務獎」一直致力推動零售及飲食從業員提升服務水平，成績有目共睹，並深獲業界認同。現今，全球旅遊業競爭激烈，卓越服務對香港保持世界級旅遊城市的地位至為重要。旅發局期望與零售管理協會保持緊密合作，推動優質服務的精神，令旅客對香港更稱心滿意。

田北俊



影視紅星
劉德華

傑出服務廿五載
香港零售更精昇

歷任主席屢創新猷 成就零售業奧斯卡

以高瞻遠矚來形容香港零售管理協會創會主席古勝祥便最合適不過，他於1986年創辦「傑出服務獎」(前稱「優異服務獎」)，奠定今日「傑出服務獎」的成功基石。

1983至87年，古勝祥在任期間，本港零售業、旅遊及服務業雖處於起步階段，但發展步伐迅速。此外，國際品牌開始進駐香港，特別是日資百貨公司、美式連鎖店，令本港零售商開始關注品牌形象。

古勝祥洞悉先機，明白服務質素是零售業，甚至是整個經濟蓬勃發展的重要因素，可有效提升香港零售業的國際地位和競爭力，故致力提升本港服務水平，並推廣「傑出服務獎」。自該獎項創立以來，每年的得獎者都有機會前往日本考察，親身體驗當地的優質服務文化，以借鏡外國的成功經驗，取長補短，並將所學的知識，靈活運用於本港的實際營運中，這對提升業界服務質素可帶來正面的影響。

古勝祥相信，透過頒發獎項，一方面可嘉許表現卓越的從業員，以激勵同業，提升零售業的專業質素；另一方面又可以團結業界，為客戶提供更優質的服務。



創服務獎 奠定基石

「客戶服務對零售業是最重要的，因為優質服務可帶來良好的口碑，吸引更多客戶光顧，為品牌和企業帶來正面的影響。」香港零售管理協會1993至96年度主席文禮士(Rodney J. Miles)說。

正因為重視服務質素，文禮士在任期間，除全力支持「傑出服務獎」的舉辦外，還引入神秘顧客計劃，並令該計劃成為獎項其中一個重要的評審準則。文禮士說：「藉神秘顧客計劃能提供獨立和全面的審核，讓評審團更了解參賽零售企業的服務水平。」

雖然，本港零售業的服務質素不斷改進，但文禮士認為零售業的服務水平仍須不斷提升。他建議，企業建立從上而下的服務文化，鼓勵員工從心出發，提供優質的服務，同時還要確保服務水平的穩定性。

對於「傑出服務獎」廣被各界認同，文禮士感到很高興，並鼓勵業界透過參賽，不斷提升客戶服務水平。



神秘顧客 優化計劃

1997年香港回歸祖國後，香港便成為外國品牌進軍內地的踏腳石，令本港零售業的發展更為蓬勃。於1996年接任香港零售管理協會主席一職的馬景煊，在1997年開始接納非會員參與「傑出服務獎」，又在1999年為該計劃加設「主管級別」獎項，擴大嘉許「傑出服務獎」的範圍。

馬景煊指出，「主管級別」的設立，對主管的工作和貢獻給予認同和表揚，從而鼓勵了店舖所有級別員工對服務的重視，令業界服務水平獲得更全面的提升。

另一方面，馬景煊在任內擴大宣傳途徑，他將「傑出服務獎」的頒獎儀式改在周年晚會上，成為整晚的高潮，在同業友好一同見證得獎情況，老闆及同事都特別高興。由1999年開始，協會於多份報章宣揚獎項設立背後的理念，推廣優質服務的信息，為獎項的成功發展作出了重大的貢獻。馬景煊期望透過頒發獎項予傑出服務員，讓每名本港消費者和來港旅客，在整個購物過程中，均享受到購物樂趣和優質的服務，讓旅客有賓至如歸的感覺。



加設獎項 提升服務

在2000至04年余鵬春擔任香港零售管理協會主席期間，本港零售業接連受到全球經濟低迷、911恐怖襲擊和沙氏疫症等重大挑戰。

余鵬春在任內為「傑出服務獎」增設「最佳服務團隊獎」，加強零售從業員的團隊精神，進一步改善業界的服務質素，有助提升士氣及公司形象。余鵬春說：「在逆境中，更須加強業界的團結及合作。『最佳服務團隊獎』的設立，正好體現了這種精神，也有助提升參賽公司整體員工的士氣。」

在2003年，內地與香港簽訂《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排》(CEPA)，並放寬內地人士以個人身份來港旅遊，為本港零售業帶來更多商機。面對CEPA及自由來港旅遊的機遇，余鵬春認為，更須堅持加強服務質素，他鼓勵零售業界參與「傑出服務獎」，提升競爭力，為零售業和本港經濟作出更多貢獻。



團隊業界 齊抗逆境

「零售業跟經濟環境一樣，不斷轉變，現代服務業的服務質素也須不斷提升，以滿足客戶的需求。」香港零售管理協會前任主席關百豪說。

與時並進是關百豪的信念之一，隨著零售業的多元化發展，他在任內分別於「主管級別」及「基層級別」增設多個行業組別，又在2008年，開始籌備於「傑出服務獎」加設零售(服務)組別，務求將優質服務理念擴展至更廣闊的層面，進一步完善獎項的架構。

另一方面，因應市場對零售服務的要求，關百豪提倡，在評估參加者時引入更適時的標準及多項新元素，例如增加語言及通識方面的考核題目。在不斷改進和推廣下，「傑出服務獎」的參加人數持續增加，獎項更被譽為零售業的「奧斯卡獎」。他期望，藉着嘉許出色的零售服務員，推動業界持續進步，維持本港的競爭優勢，令香港繼續成為世界知名的「服務中心」及享有「購物天堂」的美譽。



完善架構 與時並進

麥瑞琮指出，「傑出服務獎」的規模及認受性，環顧整個亞洲甚至歐美地區，可說是無出其右。



今年邁向銀禧的「傑出服務獎」，若論獎項的規模及認受性，環顧整個亞洲甚至歐美地區，可說是無出其右。香港零售管理協會主席麥瑞琮表示，即使在亞洲區內公認顧客服務水平最高的日本，也缺乏一個規模能夠與「傑出服務獎」相提並論的業界獎項，可見該獎不單在香港，甚至在亞洲區內也有着重要地位。

最具規模服務獎項

由於獎項多年來獲業界認同，零售從業員的質素因而得以不斷提升，亦間接吸引更多教育水平較高的從業員入職，推動服務水平不斷向前邁進。

「傑出服務獎」能夠取得今天的成績，有賴所有曾經參與的人士的支持，其中獎項籌備委員會及評判的角色尤其重要。麥瑞琮表示，作為一個大型業界比賽，「傑出服務獎」必須做到公平公正，因此，每屆的評審均由來自社會各個界別的翹楚，以及資深零售業人士擔任，評審團完全獨立運作，確保選出的每名得獎者均是實至名歸。

麥瑞琮表示，「傑出服務獎」成立多年來，不斷力求改變，與時並進。自去年增設「零售(服務)」組別外，今年首增「中小企」組別，希望把優質服務推廣至中小企，藉此機會表揚中小企零售前線從業員出色的服務水準。

群策效應 提升整體水平

對於歷屆的「傑出服務獎」得獎者，麥瑞琮提醒他們不要驕傲，必須抱着與時並進的心態，繼續提升自己的服務水平。「現時市場對服務人員的要求，跟幾年前比較顯著提高了。以神秘顧客評審這一關為例，幾年前參賽者在這一環節取得80分以上，已屬相當出色，但近年參賽者普遍須取得90分或以上，才有機會勝出，這很清楚說明了不進則退的道理。」麥瑞琮說。

得獎者只佔少數，但麥瑞琮認為，參賽的過程比能否獲獎，其實更加重要。她指出，不少參賽者經過比賽的洗禮後，服務技巧獲提升之餘，自信心也增強了，他們汲取經驗回到公司後，往往被委任為服務大使，或「大哥哥」、「大姐姐」，負責協助年資較淺的同事提升服務水平，這種由「傑出服務獎」所帶來的群策效應，對建立機構服務文化及提升個人專業服務水平，起了重要的作用。

用心服務超越期望

究竟在身為資深零售管理人的麥瑞琮心目中，今時今日的傑出服務標準是甚麼？「用心服務是首要條件，『心』意思是發自內心，傑出的服務人員並非因工作需要才服務客戶，而是由於他們擁有樂於助人的DNA，故無論對方是否客戶，都會提供始終如一服務。」麥瑞琮強調，傑出的服務不單需要用心，也要用腦。傑出的服務人員應思考如何令客戶喜出望外，讓他們有一種獨特的體驗，現時零售業競爭如此激烈，能否提供超越客戶期望的服務，就是在競爭中脫穎而出的關鍵。

願業界政府合力發展

內地經濟發展迅速，對本港零售業是機遇也是挑戰。麥瑞琮指出，為了吸引更多海外及內地旅客來港，香港必須保持購物天堂的美譽，而正貨保證一直是香港引以為傲的強項。為保持優勢，零售業界必須自律，而政府則加強監管及執法，雙方一同努力確保不會讓小部分害群之馬乘虛而入，影響香港良好的信譽與形象。