



▲ 堡獅龍將品牌理念「Be Happy」融入新設計的禁煙標誌中，令員工對無煙文化的印象大為加深。  
By incorporating the company's brand value "Be Happy" into the design of its no-smoking collaterals, Bossini has effectively communicated the smoke-free culture to its staff.



▲ 堡獅龍推行各項無煙措施以來，工作環境與整體同事的健康皆有所改善。  
Bossini sees improvement in staff health and working environment since the launch of various smoke-free initiatives.

踏入零售商舖，顧客總希望可看到充滿朝氣的店員，從旁提供殷勤服務，在清新無煙味的舒適環境下，盡情享受購物樂趣。以「Be Happy就是快樂」作為品牌理念的堡獅龍企業有限公司（下稱堡獅龍），由2007年開始，透過實行無煙工作間及一系列措施，全面推廣無煙文化，讓員工的整體健康得到保障，他們感覺快樂，工作效率自然能持續提升，也有助企業提升品牌形象，一舉多得。

# 堡獅龍

## 倡無煙文化 為品牌增值

從事零售行業，企業必須具備良好的產品與服務質素，才可吸引顧客。堡獅龍企業有限公司人力資源部資深經理鄧碧儀表示，顧客決定光顧一間店舖與否，往往取決於公司產品、服務質素、店舖環境與品牌形象，故企業不能掉以輕心，而建立無煙環境，正有助顧客對品牌及店舖留下良好印象。

### 講座宣傳 對症下藥

堡獅龍於2007年開始實行無煙工作間，同時積極推廣無煙文化。鄧碧儀強調，為了更有效地在各部門推行無煙措施，公司特別透過問卷調查，先了解不同部門員工的吸煙情況，以便能對症下藥，從而協助更多員工成功戒煙。

「根據調查結果顯示，相對於後勤寫字樓及倉務員工，店舖前綫員工的吸煙人數較多，故管理層會善用定期



▲ 鄧碧儀指出，深明戒煙是一項長期戰，故堡獅龍推出的戒煙措施以鼓勵方式為主，助戒煙人士持之以恆，成功戒除煙癮。  
Banda Tang points out that Bossini understands quitting smoking can be a long battle, so the company's smoke-free initiatives revolve around encouragement to help cigarette quitters persist towards cessation success.

與分店店長舉行會議的機會，向他們提供最新的戒煙資訊，透過他們傳遞予各分店的員工，同時於店舖的員工休息室及儲物櫃，張貼無煙海報、戒煙貼士及健康資訊，讓員工可經常接收到無煙信息。至於寫字樓及貨倉工作的吸煙員工，公司會定期在他們的工作地點舉行戒煙講座，以提高他們的無煙意識。」

### 品牌理念融入無煙設計

對吸煙多年的人來說，戒煙並非一蹴而就，而是一項長期戰。鄧碧儀指出，戒煙人士尤其需要身邊親友及同事的支持，因此，堡獅龍推出的無煙措施以鼓勵方式為主，冀助他們在決心踏上戒煙之路後，可持之以恆，直至完全戒除煙癮為止。

「公司除了為各部門提供無煙講座外，更在茶水間貼上製作精美的無煙資訊小告示，以教導員工無煙環境的重要性，又融入公司的品牌理念『Be Happy』來設計別具特色的禁煙標誌，加深員工對無煙文化的印象之餘，也能將之推廣成為企業文化之一。」鄧碧儀補充，與此同時，堡獅龍又透過舉行聖誕家庭同樂日，在活動中擺設無煙遊戲攤位，以輕鬆手法告知員工及其家人吸煙的害處。

### 員工健康 提升公司正面形象

隨著各項無煙措施推行至今，無煙文化已植根於員工心中，獲得充分理解和支持，並漸見成果。鄧碧儀坦言，吸煙會引發多種疾病，而經常吸入二手煙對健康亦

### 公司簡介

作為堡獅龍國際集團有限公司的附屬公司，堡獅龍企業有限公司以銷售休閒服裝為主要業務，現有約4,400名員工。自1987年在本港開設首間零售店舖以來，堡獅龍已成功將業務拓展至全球36個國家及地區，其中包括中港台星馬5大核心零售市場，同時以「be happy 就是快樂」作為品牌理念，透過色彩豐富的產品及店舖陳列，面帶笑容並且服務殷勤的店員，為顧客帶來愉快的購物體驗。

有損害；公司推行無煙措施以來，無論工作環境或整體同事的健康皆有所改善，病假及醫療保險的申請減少，工作效率提升，員工在從事顧客服務時，每每予人活力充沛和衝勁十足的印象，正正有助提升公司的健康與正面形象。

「公司上下一貫致力推廣無煙文化，這次獲得無煙領先企業大獎尤為令人鼓舞，也為日後繼續推行無煙措施，注入了一支強心針。」鄧碧儀重申，管理層的支持是成功實行各項無煙措施的重要後盾，加上員工積極支持和配合，更見事半功倍。「公司正計劃在未來的內部培訓課程中，加入更多與戒煙相關的資訊，以進一步提升無煙文化。」



▲ 除了為各部門提供無煙講座外，公司更在茶水間等員工不時使用的地點，貼上各款製作精美的無煙資訊小告示，提高員工的無煙意識。  
Aside from organising health talks, Bossini puts up tailor-made smoke-free notice in staff common areas to raise the smoke-free awareness.

### Bossini boosts brand image via smoke-free measures

Founded in 1987 and headquartered in Hong Kong, Bossini Enterprises Limited is a subsidiary of Bossini International Holdings Limited - with around 4,400 staff. Bossini is a casual wear apparel retailer with a brand value of "Be Happy". The company has started implementing a smoke-free workplace policy and promoting a smoke-free culture since 2007 which aims to provide a healthy working environment to its staff and pleasant shopping experiences for its customers.

To enhance the effectiveness of the smoke-free communications, Bossini incorporates its brand value "Be Happy" into all its smoke-free collaterals including designs

of no-smoking signs, posters and information sheets are posted in the office pantry and staff rest area at the branches. Bossini also conducts survey to better understand staff's smoking prevalence to make sure appropriate smoke-free initiatives such as health talks and game booths are planned according to their needs. Banda Tang, Senior Manager of Human Resources stressed that quitting smoking can be a long battle, support from co-workers and family is essential to reduce relapsing from the quitters. Management is glad to see the smoke-free culture is implanted into Bossini's corporate culture, which enhances productivity and better brand image.