

彩雲集



當希伯崙堂(下稱希堂)的會友得悉他們敬愛的劉偉嬌姑娘即將按牧，有人便問：「我們以後還可叫她『嬌姐』(粵音『遮』)嗎？」

得此親切稱號，自因「嬌姐」向來善於關顧人，對老弱、病者尤其細心，牧者心懷早已盈溢。今次訪問她，並非因她新近按牧，而是風聞她是個徹頭徹尾的宣道人，熱衷支持宣道會——在宣道會受浸、事奉；在建道神學院受造就；買書例到宣道書局；經常跟宣道差會去短宣；所有區聯會的活動她能參加的都參加，要她幫手的都在所不辭……

她澄清道：「我們千萬不可心胸狹窄，但自己的宗派一定要支持，否則誰來支持呢？」

劉偉嬌牧師感謝主藉著好些宣道人和宣道會事工培育了她。她少年時就讀一間基督教氣氛濃厚的中學，有宣道會的潘士諤先生(時未按立)——《血癌十年》作者——任教，帶領了許多學生信主。「這群基督徒同學很喜樂、團結，學業和運動都出色，在學校很有建樹。潘老師影響了他們，他們影響了我。我參加了學校團契，在中三的夏令會決志信主。我們在團契唱的是《宣道詩》。」

宣道園——初名宣道青年營——也有不少她的足跡，畢業後她考進廣華醫院當護士，經常隨護士團契及希堂到此舉行不同性質的營會或協助小學生福音營。

她在希堂三十多年，曾參與主日學、兒童事工、導師、執事等事奉，並從在希堂事奉多年的堂主任李非吾牧師處承受了對神堅定不移的信心和意

志。「李牧師正直不阿，行事為人總以聖經作原則；常強調信徒要靈修、禱告(特別是為患病的肢體禱告)、十一奉獻及信心認獻等。早期的會友，至今年長仍保留這些美德。」

一九八八年她蒙召作傳道人，翌年離開投身近二十載的護士崗位，進到建道神學院，主修宣教。九三年畢業，當時希堂堂主任

朱裕文牧師鼓勵她出外宣教前吸取牧會經驗，於是她返希堂事奉至今；雖然未能長期出工場，但參加過的短宣次數和工場之多，也許是宣道會牧者中少有的，最長一次在二〇〇〇年，到非洲肯尼亞半年，在一間聖經學院培訓三十位肯尼亞教會婦女領袖，另在教會講道分享，領學生到醫院探訪佈道。最近的一次也去了五個月，先後到馬達加斯加和柬埔寨，講道、領聚會和查經等。

「支持宣道會，就應該支持宣教。聖經沒把宣教分本地、外地，初期教會的傳道人去到哪裡便傳到那裡，現在我們在地球村更應加強這使命。香港有許多旅客、寄居者，我們應給予適切關懷，作友誼佈道。」希堂今年的主題是「舉手仰望，伸手關

劉牧師(右二，時未按牧)為肯尼亞婦女慶祝生日



# 支持有理！

## ——劉偉嬌牧師與宣道會

● 編輯室

cmanews@cmacuhk.org.hk

懷」，後者就是服侍社群，希望在今年落實。

至於區聯會，她形容為最佳領導和保姆。「區聯會安排許多講座、研討會，讓我們成長及與時並進，課題不是老生常談，而是針對社會現況，如自殺、破產、婚外情等，讓我們掌握適切的觀念去牧養我們的羊。我認識一些其他宗派同工很羨慕我們有這樣的培訓。」

本文絕無「歌功頌德」之意，但適逢按牧(今年四月按立)自是劉牧師回望信仰和事奉歷程之時，她由衷地感謝神一切恩典，並感念宣道會的許多人和服侍給她的塑造與祝福。✠

書寫人間



「藍海戰略」，這不只是一個名詞，也是一本名著的名字。

《藍海戰略》是由歐洲工商管理學院的W.錢·金教授和勒妮·莫博涅教授所著，於二〇〇五年二月由美國哈佛商學院出版社出版，隨即在市場引起很大的迴響，先後獲得「《華爾街日報》暢銷書」、「全美暢銷書」、「全球暢銷書」的殊榮，並且翻譯為二十七種文字。筆者介紹的就是其中文簡體版，是北京商務印書館於二〇〇五年五月出版的。換言之，中文版是在英文版出版三個月後出爐，速度真快。

《藍海戰略》是一本市場學書籍，作者將市場分為兩大類：一名紅海(即傳統市場)，一名藍海(即全新市場)。紅海代表現今存在的所有產業，這是我們已知的市場；藍海則代表當今還不存在的產業，就是未知的市場空間。

在現實的世界中，人們為了爭奪紅海市場，機心用盡，爾虞我詐，腥風血雨，成王敗寇。到頭來，人們爭奪的仍多是紅海市場。

《藍海戰略》提醒我們不要把眼目全部集中在充滿競爭的紅海上。作者對一百零八間公司推出的新項目進行了研究分析，發現86%是屬於原有產品的延伸，也就是紅海中的改進產品，這種項目佔總收入的62%和總利潤的39%。另一方面，作者又發現，剩下14%的業務是屬於開創藍海，它們創下的收入佔38%，利潤佔61%。換言之，新開創的業務對企業的利潤帶來重要的意義。

舉例來說，大家現時十分熟識的CNN，一家二十四小時播放新聞的電視台，在CNN誕生前人們是無法想像電視台可以二十四小時播放新聞而沒有其他節目；蘋果公司創辦的iTunes網上音樂商店，在網上售賣可以下載的數碼音樂等，這都是成功的藍海企業。

# 從《藍海戰略》到 你的人生「藍海」

● 老冠祥

當然，大家或許同意，要創建一個沒有人競爭的「藍海」市場談何容易，這也是大部分沒有創意的商人寧願去爭奪紅海市場的原因。

《藍海戰略》便是教大家如何去思考和實踐「藍海戰略」。全書分為三大部分：一是「藍海戰略」，分別介紹開創藍海及有關的分析工具和框架；二是「制定藍海戰略」，分別用了四章來介紹如何重建市場邊界，注重全局而非數字，超越現有需求，遵循合理的戰略順序；三是「執行藍海戰略」，分別用了三章來介紹克服關鍵組織障礙，將戰略執行建成戰略的一部分，最後在結論中指出藍海戰略的可續性及更新。

近期市場上，更出版了很多有關「藍海戰略」應用的案例書籍，讓我們可以了解如何將「藍海戰略」的思維放在實際的商戰中。

然而，如果我們從一個更高的層次來看「藍海戰略」，我們也可以說「藍海戰略」是一套「新思維」，讓我們從另一個角度去思考問題，包括我們的人生。

對大部分人來說，很多時候都會依循「職業生涯」來思考，讀書、考試，考入一家大公司，在公司內上向爬，或搵工跳槽，結果人愈變愈世故，愈老練。這樣的人生不也是一個紅海嗎？

一旦我們從「藍海戰略」去思考，我們尋求上帝的旨意時，既可讓上帝使用我們的所長，去達到祂的旨意；但也可以開放自己，容讓上帝按祂的旨意去開創我們人生的另一階段。究竟我們的藍海在哪裡呢？✠ (作者於長洲堂聚會)



書名：藍海戰略——超越產業競爭，開創全新市場  
作者：W.錢·金和勒妮·莫博涅  
出版社：北京商務印書館  
出版日期：2005年11月  
頁數：264