

芳香療法護老 關顧身心靈需要

未來人口老化加劇 社福界紛考認證

芳香療法已非常普遍，近年與香薰治療系出同門的「芳香療法」(Aromatherapy) 就漸漸興起，有別於一般香薰治療，其服務對象亦由一般人轉至長者，隨著本地人口老化，社福界對該專業的需求將逐步上升。 ■本報記者 李彥燦

香薰治療廣為人熟悉，但大部分的人卻不懂區分芳香療法與香薰治療有何分別。IFHA 國際香薰療法學會會長陳沅盈表示，大眾或以為香薰治療只是利用香薰以及精油按摩，其實香薰治療是芳香療法的一種，而芳香療法的核心是著重對護理對象的多種美容作用。

註冊分3大類 港芳療師最多

根據英國 IFA 國際芳香治療師學會的註冊認證資格，可分為三大類：1) 芳療師、2) 芳療師、及 3) 調配師。陳沅盈解釋，芳療師需懂得使用香薰及各種精油，幫助對象舒緩肌肉以及精神緊張，需要懂得的治療用具不多；芳療師就較全面，必須有病理及臨床經驗，有不少亦針對美容方面；而調配師則需先取得芳療師資格，主要研究精油調配方法。

陳沅盈表示，三種資格中，本港擁有芳療師資格的人數最多，很多人仍會考取芳療師認證資格，但近年情況有所改變，「近年芳療師資格專業在社福界受歡迎，保健員、護理員、社工紛紛考取資格，主要原



▲IFHA 國際香薰療法學會會長陳沅盈表示，隨著本地人口老化問題嚴重，預計未來芳療師的需求將不斷上升。(陳智良攝)



▲本地近年提倡身心靈療法，芳療並非單純使用精油讓對象肌肉舒緩，亦有情緒及心理舒緩的效果。(陳智良攝)

因是該專業能照顧未來人口老化需要。」

根據政府統計處去年 10 月發表的人口報告，預期本地人口將持續老化，其速度會在未來 20 年顯著加快。65 歲及以上長者比例，將由 2016 年的 17%，增至 2036 年的 31%，2066 年將升至 37%。「本地亦開始提倡身心靈相關服務，特別是獨居長者，因年輕人太忙沒時間照顧，芳療師隨處了可以舒緩肌肉緊張，更可關顧長者心理狀況，隨着人口老化問題加劇，芳療正好符合需求。」

業界籲政府監管 市民有保障

陳沅盈於 2016 年將芳療師課程引入香港公開大學，並獲政府認可。她補充，雖然課程得到政

府認可，但芳療師行業卻沒太多規管，坊間的培訓亦參差不齊，有機會損害消費者的健康及利益。「隨着人口老化，預計未來各種機構，如私營安老院都會引入芳療師，政府有必要加強監管，以免消費者及社會大眾的健康或權益受損。」

目前香港以及內地都漸興起芳療師專業，她表示，短期內私人以致非牟利機構的長者中心或會逐步引入芳療師。據職業訓練局 (VTC) 數據，預計芳療師入職月薪會在 1 萬至 1.6 萬元之間。」

在行業發展方面，她亦表示，內地雖然起步較遲，但近年已經將該專業納入輔助治療醫院的架構當中，該行業發展相信未來會超越香港。☞

芳療歐洲普遍 漸打入亞洲市場

需求漸大

芳療在歐洲已經十分普遍，國際芳香療法治療師學會 (IFA) 行政總裁 Pauline Allen 表示，芳療在英國已經得到政府認可，芳療師亦可以在公立醫院服務。「如果大眾在公立醫院看病，但希望選擇其他治療方法，醫院內就有專業芳療師供選擇。」

芳療師在英國主要服務對象為小孩以及長者。「小孩及長者對象的比例都是一半一半，當中以自閉症小孩需求最大。」她亦發現，近年該專業逐漸打入亞洲，在日本、香港以及內地都有不少人考取專業資格。

學會審核嚴格 須由學徒起步

Pauline 表示，由於該會是英國第一間擁有在公立醫院執業的資格，並能夠在全球擴展，因此該會對認證會員以及教師的審核都很嚴格。芳療師會員必須從學徒 (Trainee) 做起，隨着年資及實戰經驗，逐步晉升到助理 (Assistant)，再到正規教師 (Principal)，之後才可教學。

她表示，目前在中國已有 68 間教用芳療法的學校。「不止是大城市如北京、上海，就連成都等二線城市都有不少，去年中國內地就有 1,000 人參與考取芳療師的資格。」她預計，未來日本、香港以及內地，芳療的對象將以長者為主，因為社會需求漸大。☞



▲國際芳香療法治療師學會 (IFA) 行政總裁 Pauline Allen 表示，芳療在英國已經得到政府認可，隨着人口老化，未來日本、香港以及內地將會對芳療師的需求漸大。(陳智良攝)

數百人芳療服務 推動鄰舍精神



▲在港舉辦芳療服務，希望推動鄰舍精神。(受訪者提供圖片)

身心康泰

人口老化環境下，長者身心健康開始備受關注。芳療就是其中一種幫助長者身心健康的方法，來自英國的國際芳香療法治療師學會 (IFA)，早前聯同本地商界、社福界團體，並召集一眾義工在香港舉辦「芳療護老創紀錄活動」，希望推動鄰舍精神，讓更多人知道芳療與護老服務間的關係與重要性。

活動聚集了來自全球 350 名註冊芳療師及本地美容師，共集了 296 對芳療師及服務對象，並希望挑戰「最多人同時接受手部按摩」的健力士世界紀錄，舊有紀錄則是 280 對。

IFA 行政總裁 Pauline Allen 表示，芳療法歷史悠久，療法在英國已成為政府認定的輔助療法之一，舉辦活動是希望國際間對該療法有更多認識。IFHA 國際香薰療法學會會長陳沅盈表示，芳療對護老的作用大，希望社會、業界以及政府未來可以繼續努力，扶助社福、護老服務發展。☞

三星設體驗館 力谷 Galaxy S9 與 S9+

智能手機已成為香港人重要的生活用品，市場滲透高的同時，競爭也大。作為製造、出售智能手機的廠商，今時今日已不能簡單地賣手機。

三星電子香港有限公司資訊科技及電訊產品業務主管及副總裁趙依音表示，智能手機是三星物聯網生態系統的其中一部分，銷售方式講求用戶體驗，功能如何配合物聯網，甚至是人工智能、擴增實境。

據統計處早前出版的《主題性住戶統計調查》，去年全港有接近 570 萬名，10 歲以上人士擁有智能手機，滲透率近 8 成 9。

聆聽消費者意見 快速回應

過去，花巨資請明星拍廣告片，已贏得消費者眼。但今時今日的消費者不再盲目跟星，更重視購買及使用體驗。「今年在港推出 Samsung Galaxy S9 及 S9+，一改以往在酒店進行，而在商場內進行，並同時設 Galaxy Studio 體驗館，令更多市民大眾第一時間體驗新產品。」

其實 Galaxy Studio 體驗館在港已試行幾年，形式有點像期間限定店 (Pop-Up Store)，目的是令品牌及產品親近消費者，介紹產品功能。過去一直只專注做宣傳推廣，消費者想即場買產品也做不到。」但今次 Samsung Galaxy S9 及 S9+ 的體驗館中，加入了銷售

三星一向強調不做直銷，現在豈不是跟其他銷售商直銷生意？

三星電子香港有限公司資訊科技及電訊產品業務主管及副總裁趙依音表示，今時今日廠商不能只賣智能手機，要強調整體的體驗。(曾有為攝)

趙依音強調，在體驗館內與銷售夥伴合作，三星堅持不做直銷，亦要求銷售夥伴在館內不能硬銷，以做好產品體驗為主，銷售只是服務的一部分。

有調查顯示，消費者換機速度有下降趨勢，直接影響銷量。趙依音強調，要保持吸引力，除了功能上的改進，聆聽消費者的想法也很重要。她舉例指，去年推出 Galaxy S8 時，消費者反映指掃描指器的位置很不好用，今年推出的 S9 立刻更改指掃描器位置。

功能上，除了大家關心的拍攝鏡頭及功能外，人像 AR Emoji 亦是另一吸引點。趙依音指品牌的人像 AR Emoji 可製造 18 個不同表情的 AR Emoji 立體頭像，AR 動畫貼紙又可分享到大部分第三方通訊平台上。她又指：「對愛旅行的香港人來說，我們的 Bixby 智能助手很有用，Live Translation 可即時翻譯外語，實時結果 (Live Result) 又可即時顯示鏡頭內物件的資訊。」

新機形象相近 繼續夥拍 Line

現在流行協作，三星在香港亦有不同合作夥伴，增加其獨特性。如在體驗館內，就與 Line 合作。「之前與 Line 也有合作出手機保護套，只要雙方覺得合適，未來會繼續合作。」

她指三星與其他品牌合作的模式一般分兩種，包括國際性及本土性合作。「一般考慮合作品牌的形象及客戶目標是否相似。」她指今次 Galaxy S9 及 S9+ 有更多顏色選擇，又有 AR Emoji 功能，形象與 Line 相近，故又再一拍即合。

講到下半年計劃，趙依音指仍集中增加消費者對品牌新產品及服務的認識，當中包括 Samsung Pay 流動支付及 Samsung Pay Smart Octopus。☞ ■本報記者 梁巧恩



限定店試水溫 消費者購當季產品

近年，開設期間限定店成為不少品牌試水溫的方法，有的用作介紹新產品及催谷銷售，亦有的只為宣傳品牌。據限定店提供服務方案的 PopUp Republic (PUR) 數據顯示，現時限定店的市場近百億美元。

期間限定店可以多種模式出現，如店中店、商場中的臨時店、流動銷售車等。該公司表示，約 61% 消費者進入參觀甚至光顧期間限定店，多是為了購買季節性產品，也有為得到獨特的服務 (39%)、優惠的售價 (34%)、地點夠方便 (33%) 及有趣的體驗 (30%)。☞

Good Job Insight

Amazon總部6千狗員工 享零食任食 庭院散步

狗是人類好朋友，在美國 Amazon 西雅圖總部，就有近 6000 隻註冊「狗員工」，奉旨陪主人返工，更與公司員工一樣，享有優厚福利，包括任食狗零食。

Amazon 的關愛狗狗政策是源於一隻威爾士柯基犬 Rufus。當時 Rufus 每天陪伴 Amazon 總編輯及首席工程師工作，他曾用爪子點擊公司網站連結，亦會在走廊散步，更會與主人一起開會，員工們會與他玩拋球遊戲，玩得不亦樂乎，令他得到很多零食。

不過 Rufus 已在 09 年安詳離世，雖然他離開了主人，但精神長存 Amazon。在公司的 South Lake Union campus 中，就有一幢建築物以他的名字命名，辦公室周圍的門牌上，亦印上他的名字。

此外，在 Amazon 西雅圖總部 17 樓內，設有狗狗庭院，專讓主人在庭院放狗，不用牽狗帶。每年有專為狗狗而設的活動，其中一個 Barktoberfest，就可讓主人在萬聖節時，為狗狗扮鬼扮馬，參與一連串活動。

令員工合作關係更好

Amazon Woof Pack 經理 Lara Hirschfeld 表示，讓狗狗與員工一起在辦公空間中，有意想不到之成效。「每天都會見到 Amazonians (Amazon 員工們) 聚在大堂、電梯聊天，看到他們因為狗狗而展露愉快笑臉，令我們感到很自豪，更成為 Amazon 的核心價值之一。」她續指，Amazon 由第一天就非常歡迎狗狗，他們為工作環境增添樂趣及動力。

據 Central Michigan University 的一項調查指出，辦公環境有狗狗相伴比沒有的，員工間更有合作性，彼此的交流更頻繁，關係亦會更好。☞ ■本報記者