

從清潔工到環境顧問

潔之方打造乾淨、舒適和健康的生活

文 / 圖 林濤生

潔之方董事長黃昭贊人稱「台灣最會打掃的男人」，大專還沒畢業時，就半工半讀，跟從金門一起來台灣打拚的同鄉，從一台吸塵器、一台打蠟機展開清潔事業，是第一家拿下兩廳院、進駐台北101及台北捷運的清潔公司，也是眾多連鎖百貨公司、購物中心、Outlet的清潔首選，潔之方的客戶甚至包括總統府、立法院和台北市及新北市政府，以及台大醫院、台北榮總、馬偕等眾多知名醫療院所；獲獎無數的潔之方，可說是台灣清潔產業的領導品牌。

潔之方創業 40 年

1984年，黃昭贊結合同鄉好友成立了「潔之方事業」，今年剛好滿40年。公司的英文名稱是Janus，他說這個名稱寓有深意。Janus在羅馬神話中被認為是掌管財富和安全的門神，有兩副臉孔，可以分別看向過去和未來，代表潔之方為客戶的門面負責；黃昭贊說，潔之方的任務就是「把客戶的資產、房舍弄乾淨、維護好，增加使用效率、延長使用期限。」

而後在1987年成立了臻霖公司，從環境清潔維護擴大到物業管理相關業務；1989年成立清潔用品環保耗材供應（物流）中心，代理天然環保、安全清潔劑及專業清潔機具行銷全國；1990年，與日本病媒防治業第一品牌IKARI技術合作，成立日商宜家利環保科技公司，代理環衛消毒、除蟲科技產品、提供專業病媒防治、古蹟維護等服務；1995年成立建築物管理維護事業部、積極投入物業管理服務及顧問等相關服務；2001年，潔之方創立了台灣第一個



▲潔之方董事長黃昭贊

本土清潔連鎖加盟創業系統；2019年導入ISO 14001環境管理系統，成為全台第一家申請ISO認證的清潔服務公司，並陸續設立服務據點，包括外島金門與澎湖在內，目前潔之方共有16個駐點、19個營業處，提供客戶即時且深入的服務。

四大領域全方位服務客戶

因此，總體而言，目前集團有4大業務領域，分別是環境清潔、病媒防治、空氣治理以及勞務派遣。疫情期間，黃昭贊帶領企業做出了台灣的第一個防疫門，儘管疫情高峰暫告退場，



◀▼黃昭贊旗下企業研發、代理各種清潔、消毒用品。

但是他認疫情常態已成趨勢，因此公司仍在研發和引進各種殺菌、消毒的尖端用品，並與衛福部合作，持續守護民眾的健康與安全。

熱愛傳播環保新知的黃昭贊，在環保署（「環境部」前身）還沒有成立之前，就創辦了《中國環保》這份雜誌，倡導垃圾分類、資源回收與減量等，超越當時認知的先進環保觀念，可說是台灣環保意識的先行者，因而得到中華民國社會科學類雜誌最優獎。

2002年在，在產、官、學者多方鼓勵下，黃昭贊號召同業以「為人類生存與資源環境而努力不懈」為目標，成立了「中華環境人協會」。擔任創會理事長的，發行《甘境》季刊，持續傳播環保理念。

「專業」和「讓利」是兩大利器

回首潔之方的發展歷程，黃昭贊說，40年前之所以會選擇進入清潔業，是因為來自金門的他，沒錢沒人脈也沒其他本領，只有「年輕」和「可以吃苦」這兩個條件，所以就從幫人打掃開始，「我們金門人不怕髒、不怕累，贏得



客戶的信任。」黃昭贊說，他接案後，為了服務客戶，往往必須長時間待在客戶公司裡，甚至有一整個月白天打掃、晚上睡客戶公司的經驗，「雖然很辛苦，但是連房租都省下來了啊！」黃昭贊說的呵呵笑。

隨著公司逐漸茁壯，「專業」和「讓利」成了潔之方的重要經營利器，「我們不追求暴利且使命必達。」黃昭贊回憶當年創業之初，凡事都很困難，桂冠大樓給了他們第一個服務的機會，因此潔之方至今一直沒有漲過這第一

個客戶的費用，可見黃昭贊帶領的企業文化非常重情重義，時時感念他人的協助；黃昭贊說自己的經營理念可以總結為「守法」、「公正」、「說服」、「尊重」這四個要點，而「人和」則是一切的前提，這裡指的「人」包括股東、客戶，當然也包括員工。

從百貨公司進入購物中心

黃昭贊早年由百貨公司開始進入大賣場，他說當年全台大部分百貨公司的清潔工作都是他的公司負責，而後台灣出現購物中心，潔之方也跨入這種集購物、美食、娛樂和休閒等複合型功能的超級大賣場。黃昭贊說，百貨公司和購物中心有兩大特色，一是一年365天、天天營業，二是通常內部裝潢都會忙到開幕前，這對清潔工作來說，就形成了極大的挑戰，因為這往往會壓縮清潔工作進行的時間，黃昭贊發展出一個「黃金72小時定律」的規則，也就是在開幕前72個小時前進駐可以完成必要的清潔工作，至於要怎麼做，這就是累積40年的專業know-how了。

此外，負責大賣場清潔的工作常常必須「邊營業、邊清潔」，既不能影響顧客行進的動線，也不能讓顧客覺得有人在打掃的場景會影響逛賣場的心情和氣氛，「有很多眉角要注意。」

打掃過的樓地板面積占全台四分之一

目前為止，若只算賣場和公共空間，不計算家戶，潔之方清潔過的面積共計23億平方米，占全台灣面積的6.4%，如果扣掉占四分之三的山區及丘陵，那麼，潔之方打掃過的樓地板面積占了台灣全部平地的四分之一，這真是驚人的成績！

展望清潔產業的未來，黃昭贊根據國際長期研究統計數據指出，當一個國家的平均國民所得到達3萬美元時，每人每年會在清潔房產上一上花費300美元，約合台幣9600元，因此，「台灣的清潔市場胃納量至少在2000億元以上。」黃昭贊說，以此來看，目前台灣清潔公司的規模顯然都還太小，因為沒有一家市占率超過5%，因為規模小、也就很容易出現惡性競爭，影響服務品質。他期待未來清潔產業能走向證照制，由工會或具公信力的單位發放證照，有證照才能服務，避免行業裡良莠不齊的弊端，也可保障消費者權益。

建築設計事先入清潔考量

其次，黃昭贊希望政府能夠放外勞加入清潔產業，因為這個行業確實招人困難，以至於現在不少第一線的清潔人員年紀都蠻大了，但業者也不能讓他們退下來，因為後繼無人。

第三，這些年黃昭贊一直在推廣一個觀念，就是建築師在設計一棟房子時，事先就要納入清潔工作的考量，這樣長期下來，起碼可以節省30%到40%的清潔與維護費；若是等到房子全部蓋好再去解決清潔的問題，往往就事倍功半了。

至於日漸興起的人工智慧（AI）會不會取代清潔產業裡的人工，黃昭贊的看法比較樂觀，他認為清潔產業幾乎都是客製化服務，顧客的需求因人而異，短時間內不是機器能夠全面取代的。不過，黃昭贊也提醒，這個產業的自我定位很重要，「我們不是只是拿一支掃帚掃地的清潔工，」他說：「我們是環境顧問，我們的使命是帶給人們乾淨、舒適和健康的環境。」