

香港寬頻推「周五半天假」改善福利增歸屬感



經驗之談

員工「暫休」後 工作能力增

香港寬頻

香港寬頻推出不時舉辦分享會，冀以獨特的公司文化感染年輕人。

Facebook

香港寬頻推出令人大呼不可能實現之「職業暫休假」，但並不是公司所有員工皆有資格享受。Ivy解釋，新入職的同事沒有該假期，要做滿3年才可以申請。暫休假最少放1個月，基本建議放6個月以上，鼓勵大家「放膽放假」。放假前，同事和部門多交流、跟進、交接工作；返工之後，暫休的同事可以做回原來的工作，也可挑戰新的崗位。

Ivy舉例，目前公司有一個同事剛放完暫休假返工。在市場推廣部工作8年的Joey，去年前往澳洲參加「Working holiday（工作假期）」體驗生活，為當地的小企業提供網上市場營銷計劃、為一間律師樓撰寫Facebook專頁內容、在Oxfam（樂施會）的辦公室做義工等，「周圍同事都能feel（感覺）到她的改變」。另一位在銷售團隊做了15年的員工，也在9月中開始放假，預備休假9個月。

在Ivy「炫耀」的當下，小記在腦內亦高速打着小算盤，不停將Ivy所說的與自家報社的假期做比較——入職紀念假？本報有生日假；產假、待產假沒你們多，婚假、喪假還是不錯的。不禁安慰：自家報社的假期還是可以勉強接受的嘛。

公司業績不斷變好

其實員工皆知，天下沒有白吃的午餐，公司給員工放假，無非是希望員工Work harder。在服務行業，尤其是電訊和零售，人才流失率很高，香港寬頻做出這樣的假期計劃，能帶來什麼好處？Ivy稱，2013年至今的人才流失率一路減少，人才團隊穩定發展，才能令公司業績不斷變好。

香港身為亞太區國際都會，OT時間與紐約、東京等城市無縫接軌實無可厚非。不過假期福利方面，卻與「國際」背道而馳，和臨近國家或地區相比亦可謂捉襟見肘，實在說不過去。「一石激起千層浪」，不知香港寬頻這次的一大步，對同業、其他各行各業能有什麼影響？

體貼員工

減人才流失 穩發展



劉美燕指 即使是仍在試用期的同事，每月其中一個周五可提前半天放工。



關於假期，「We want more, more, more....」點解難得放假，只可以搭船去長洲，不可坐飛機去日本？因為假期實在太少了；點解打風都要返工？因為香港有「李氏力場」；點解咁鍾意放大假？因為真係已經OT（超時工作）到爆晒鐘！香港打工仔生活不容易，這說法並非自吹自擂，瑞銀去年的調查數據顯示，香港僱員每年的OT時間是統計71個城市中最高的。

■文：香港文匯報記者 周曉菁／圖：張偉民 攝

香港寬頻員工福利(部分)

福利及假期	相等於假期日數(每年)
縮短工時 自2015年7月起，在不削減薪酬的原則下，工時將由每日8小時縮短至7小時，每周工時合計35小時	35*
每月一次周五半天假 員工可提前半天下班	6
入職紀念假 員工於入職月份可獲一天有薪入職紀念假	1
延長全薪產假 女員工可享16周全薪假期	112

*以2016年247個工作天及每天工作7小時計算



某日，電郵信箱收到一份新聞稿，打開的瞬間令部門炸開了鍋。「周五半天假」、「薪金換假」、「1年暫休假」，Are you kidding me?這是一間「made in HK」公司的假期福利？真有公司能做到嗎？在一眾同事和朋友的默默期許下，小記決定走訪香港寬頻，一探真假。

試用期員工亦可受惠

小記剛剛坐下還沒得及喝一口水，香港寬頻人才關顧及企業社會投資總監劉美燕(Ivy)，就單刀直入，「炫耀」起公司的假期政策，稱哪怕還在試用期的同事，每月其中一個星期五可以提前半天放工。小記後來在街上遇到兩位身穿香港寬頻T恤的門市工作人員，上前問了幾句「周五半天假」，他們稱門市也可以受惠，但不會所有人一起放，同事間會協調錯開放假日期，保證門市的營業不受影響。

這假期從何而來？Ivy的回答更是令小記驚訝萬分：「其實早先是有個周五早放兩個鐘的福利，之後發現效果唔好，好多同事小小OT吓，（結果）還是在原來嘅時間放工；但放半日就唔同喇，大家有意識要早早放工，都push自己提高效率工作。」好吧，小記換位思考，換做是自己，應該也會腳底生風，速戰速決，拿這個半天去做gym或者和親友聚會。

薪金換假一年限10次

至於最受外界好評的「一換二花紅假」，有效解決了要錢還是要假的艱難選擇。勞聯去年4月的調查數據顯示，只放勞工假期的僱員中，居然有四成願意減薪5%，換取該放的公共假期。一日薪水換兩日假期？豈不是一個月不工作，亦能白領半個月薪水？Nope！Ivy立刻將小記的春秋美夢打回原形：「一年最多用十次，不會讓員工無限換假囉。」她說去年大約有80幾個員工用了這個假期，自己也用了五六次。

小記翻看香港寬頻的FB專頁，網友紛紛留言發表看法。有的開玩笑說「公司請吾（唔）請掃地。我想試試」，也有網友感歎「職員員工福利真係重要，香港有更多好似你哋既（嘅）公司就好喇」，鼓勵公司「維持服務質素都好重要嘍」。也有網友對此表示質疑，「但貴公司大部分的職位都需要輪班」，真的人人皆可平等享受假期嗎？

黎瑞剛入局TVB 助拓內地海外

香港文匯報訊 電視廣播(TVB) (0511) 昨宣佈委任黎瑞剛為公司非執行董事及董事局副主席，昨日起生效。黎瑞剛昨會見傳媒時表示，旗下華人文化(CMC)日後將與TVB在開拓內地及海外市場方面有更多合作。TVB昨日還宣佈，今年4月推出OTT平台myTV SUPER的總用戶數量，已突破100萬個。

「染紅之說」屬過慮

有「中國梅鐸」之稱、現為華人文化產業投資基金及華人文化控股集團創辦人兼董事長的黎瑞剛，曾任上海市委副秘書長、市委辦公廳主任，他進入TVB董事局自然會惹來「TVB染紅」之說。TVB董事局主席陳國強昨指出，這種想法是過慮且無根據的，他並反問：「過往TVB引入美資基金、引入台灣的王小姐（王雪紅）時，大家為什麼就不擔心？為何黎氏加入

大家就擔心呢？」黎瑞剛則強調，他加入TVB董事局，會「尊重上市公司的法則，尊重TVB的管理傳統」。他不會介入TVB的日常管理，也不會干涉節目內容及編輯方針；只會在宏觀戰略方面主動參與，為TVB在開拓內地及海外市場上提供貢獻。黎瑞剛指，CMC目前的投資很多，有電影、電視、互聯網、體育等，今後也會在合作方面，看看有什麼是TVB可以參與的，並提供對接。

根據通告，黎瑞剛的委任由昨日起生效，任期至公司之下個股東大會為止，並按公司章程細則規定，於每三屆公司股東周年大會時退任及重選連任。與公司其他董事一致，黎氏將於2016年12月31日止年度收取董事袍金每年22萬元，及待獲下個股東大會批准後，黎將於2016年12月31日止年度收取副主席袍金每年25萬元。根據香港法例第562章《廣播條例》，黎瑞

剛指，投資TVB主要看好其在華人市場的品牌效應。資料圖片

剛為不符合持牌資格人士，但已獲行政長官會同行政會議於今年8月16日批准，可出任公司非執行董事。黎瑞剛連同陳國強及公司非執行董事陳文琦的配偶王雪紅，間接持有TVB約26%權益。

另外，陳國強昨日還宣佈，旗下OTT視頻平台myTV SUPER的用戶數量，至昨日已經突破100萬，相關用戶包括互聯網服務供應商及各零售商出售的解碼器，以及流動應用程式用戶。公司維持明年11月公司50周年台慶時，用戶可達140萬的目標。

迅銷GU品牌明春港開店



■ 柚木治(左一)指，目標在3年後，海外店舖數目達50間。張偉民 攝

香港文匯報訊(記者 吳婉玲) 喜歡時尚休閒的朋友以後又多一個選擇了，迅銷(6288)昨公佈旗下品牌GU將於明年春季進軍香港，開店選址在尖沙咀和銅鑼灣，分別佔地1,000平方米和870平方米。集團高級執行副總裁兼GU董事長柚木治昨於記者會指，不便透露兩間香港店的投資額，亦未作出產品定價，預計兩間店共會聘請150人至200人。雖然香港零售表現疲弱，但他指在港開店原因是有顧客需求。

無懼零售弱 聘逾百員工

柚木治表示，計劃在未來10年將GU塑造成年度收益達1萬億日圓的企業，在日本市場持續迅速開設店舖，以每年40間至50間店舖規模開店。國際市場方面，目標在3年後，海外店舖數目約50間，佔收益總額10%。

至於UNIQLO則積極發展大中華市場，集團高級執行副總裁潘寧表示，計

劃今年底大中華地區店舖數量達560間。若以每年開設約100間店舖速度，集團定下的初期目標為1,000間店，長期達3,000間店。他指，雖然內地經濟增長放緩，但正好有條件讓集團擴充發展。目前UNIQLO在香港和澳門共有25間分店，潘寧表示，香港的UNIQLO以本地客為主，在遊客區如尖沙咀、旺角及銅鑼灣等分店的遊客比例約為20%至30%。

高級執行副總裁兼首席財務官岡崎健指，強日圓的因素下，公司上年度匯兌收益轉為匯兌虧損，產生689億日圓的差距，主要來自美元現金、銀行存款及應收賬等。現時美元兌日圓處於103水平，如果日圓進一步走強至90，則會對公司有影響。如果日圓回穩，對集團的收益影響就會減少。

問到集團在香港以HDR形式上市的進展，岡崎健表示不滿意流動性，冀交易易量可以提高。

看好品牌效應 重視粵語市場

香港文匯報訊 剛獲任電視廣播(TVB) (0511) 非執行董事及董事局副主席的黎瑞剛昨日表示，他投資TVB主要看好TVB在華人市場的品牌效應，並指任何一個做電視的人，均不應放棄一個相當於歐洲總人口的粵語市場。他同時看好香港的電視市場，認為香港的經濟及廣告市場會恢復增長。

TVB對華人影響力大

黎瑞剛表示，旗下華人文化(CMC)在歐洲、美國、東南亞，甚至南美有投資，在這些地方均能發現TVB對當地華人或中國移民的影響力，「他們腦子裡都是TVB的劇集」。他坦言，他看過不少

批評TVB節目的文章，包括一些手機論壇上的文章，但以他的親身經驗，他是不認同的。他認為放在華人市場裡，TVB是一項優質資產，其營運、價值及對華人的影響力，「放在香港是看不見的」。

他並指，身為一個電視人，應該重視粵語市場。因為香港、澳門、廣東、廣西及海外，說粵語的總人口超過一億，抵得上整個歐洲，沒有理由放棄粵語市場。雖然普通話被列入官方語言，但大家皆希望講母語、講粵語。

他又表示仍然看好香港市場，認為經濟及廣告會恢復增長。香港雖然只得720萬人，但觀眾收看电视的習慣正發生變化，電視台可以從中發掘到新的商機。例

如myTV SUPER的總用戶量突破100萬個，OTT日後可推出收費電視，這會為電視台帶來新的業務模式。他很有信心「TVB的業績及股價是可以上來的」。

董事局主席陳國強亦指，TVB未來的重點當然仍會放在本港，但香港市場的增長有限，如內地劇《瑯琊榜》在內地售予一個視頻平台，一集就賣到800萬元人民幣，「我們的劇在香港可以賣給誰？」故此有必要開拓內地及海外市場。熟悉內地狀況的黎氏加入，會有助TVB拓展內地市場。陳國強並透露，目前TVB與騰訊、愛奇藝等內地視頻平台合拍網絡劇，又將電視劇改拍電影，同時還會透過合營公司旗艦影業，參與電影投資。