

免費網站變身應用程式 大數據助企業招聘



張家麟代表飯招參加飲食業科技初創企業活動。受訪者供圖



飯招創辦人張家麟(左)、張家濠

張偉民攝

未來目標

開發網上訂貨平台

要成為全港最大的供應商搜尋平台，一點也不容易。眾所周知，香港廠家訂貨仍然嚴重依賴電話，錯漏現象不計其數。張家麟透露，現在有五十多個產品供應商，希望能夠在網上進行交易，他之前也去過食品供應廠待過兩個月，開發訂單系統，不過始終困難重重。

張家麟說，找尋供應商合作已不容易，還要說服商家使用系統，加上多年以訂單、轉貨為工作的員工又會面臨失業的困境。這一塊最大的蛋糕，飯招或許要再等待一些時日才能品嚐。



喬寶寶爆笑演出飯招的官方宣傳片。受訪者供圖

經驗之談

合作以外幫忙贏口碑

飯招目前在飲食行業已經擁有不俗的客戶群，除了幾位創辦者的自身經歷有所幫助，飯招在合作以外亦一直與客人保持良好的聯繫，幫他們排憂解難，贏得口碑。去年，飯招就幫麥當勞的人事部解決了一個令人頭痛的「小麻煩」。

大數據助理想人手

張家麟午休時偶爾會與麥當勞的員工一起吃飯，一次閒聊聽到人事部同事抱怨，麥當勞要在金鐘開新舖頭，許久仍未招到滿意的人選。原因為何？張家麟聽後覺得納悶，原來公司高層在加人工這件事上始終不願鬆口，如此一來質素高、會講英語的應徵者便不願入職，人事部夾在中間兩難。

張家麟思忖後，便提出可以提供一些數據，幫助麥當勞解決這個問題。那時，飯招的網站平台已經營

運一年左右，後台擁有一些數據，他把那時期搵工者理想的時薪、僱主平均加薪幅度等數據，進行整理後提供給麥當勞。麥當勞物盡其用，利用這些數據，定下在鐘、中環幾間分店的時薪為60元，成功聘請到滿意的僱員。當時，即使是高級酒店和高級餐飲業的兼職時薪也只有50元左右。

張家濠在爭取客戶時，付出的努力實在不小。他回想起平台創建後的第一個上門客人，當時由張家麟連夜趕製出客人要求的操作系統，卻沒料到「如何使用」成為了合作的絆腳石。「公司人事部主管唔識點用個App，點樣點擊都唔識，只能夠面對面，耐心教兩三次，好彩最後教識咗。」張家濠當時哭笑不得，即便其他員工對飯招好評如潮，還是必須獲得主管的批准才能正式合作，「對我來講挑戰比較大」。

App 搵人搵工搵舖搵生意 搞掂

“

在「互聯網+」時代下，招聘類網站層出不窮，張家麟(Alan)、張家濠(Ken)兩兄弟另闢蹊徑，做起了飲食行業的應用程式(App)版 jobsDB——飯招(payrice)。該App大至中廚西廚，小至燒味、點心、砵板等皆有得揀，甚至設有「食肆頂讓」服務。簡單而言，就是搵人、搵工、搵檔攤、搵生財工具，一個App搞掂晒。他們現時還想拿下更大的一塊蛋糕——成為全港最大的業內供應商。 ■香港文匯報記者 周曉菁

”



張家濠指，「食肆頂讓」即成為買賣食肆雙方的中間人。張偉民攝

兩年前的飯招，只是一個再普通不過的免費招聘網站，四個合夥人抱着未必賺錢的心態，做了一個簡單的平台。不過隨著海洋公園、麥當勞、KFC等大公司主動上門合作，愈來愈多的規劃便湧現出來。在張家麟

口中，「目前最具賺錢潛力」的就是最新推出的「食肆頂讓」服務。

「食肆頂讓」賺錢最快

張家濠表示，「食肆頂讓」就是成為有意願買賣食肆雙方的中間人，為他們提供合同、摺牌、設施、員工等一切服務，「只要買家願意，即刻就可以開始做生意」；這是該App目前賺錢最快的一個方法。賣食肆容易，買家難，兄弟倆卻滿懷信心，經過兩年多的日積月累，和其他的頂讓中介相比，他們手中已經擁有了足夠強大的客戶基礎，耐心做成一單生意，佣金超過普通的地產交易。

「時招炒散」留住人才

張家麟的正職在電訊業，平時只用空閒時間寫App，負責技術工作，他自稱是「免費勞工」。弟弟張家濠有經營日本餐廳的經驗，就全用到了飯招中，例如在App上賣鞋。對於記者的滿臉驚訝，他一點也不意外：「餐飲業無論做樓還是廚房，每日着最耐既就係一對鞋，每日企十幾個鐘，對鞋舒服好重要。」果然，從日本進貨的耐穿波鞋，在招聘網站上賣得風

生水起。

熟知飲食業的運作，「時招炒散」也是張家濠為飲食業留住人才所想出來的辦法之一。飲食業請人最難，最低工資根本請不到人，炒散更加沒有責任感。「時招炒散」就提供服務承諾，確保每一個應徵者的質素，還開創了僱員和僱主的評價體系，跟進雙方表現，員工偷懶或者僱主嚴苛皆一覽無遺。「鼓勵大家有動力返工，大數據多咗之後，希望不用見工都能令雙方達成協議。」

如今的飯招，已經成功配對過兩萬個職位，每個月有兩萬個招聘職位發佈，佔行業每個月有30萬左右招聘職位發佈逾6%。張家麟性格穩重，注重大局，如今才走出辦公室，參加各類活動尋求投資，自然有他的道理：「生意未到穩定的局面，不會輕易尋找投資者，自己都唔肯定呢樣嘢係得，點樣說服其他人畀錢？」他認為拿出更多的數據才能令投資者信服。同樣於2014年創辦的美國餐飲招聘網站「INDUSTRY」，在今年獲得了230萬美元的種子輪融資，這令張氏兄弟看到了曙光，希望飯招也能幸運地得到自己的第一桶金。



飯招宣傳單張。張偉民攝



飯招有在平台銷售耐用防滑鞋。張偉民攝

內地首家 MUJI Café 滬開業

香港文匯報訊(記者孔雯瓊上海報道)無印良品MUJI的中國內地第一家飲品店Café MUJI日前於上海正式開張迎客，該店同時亦是全球第九家飲品店。隨着MUJI在中國的經營形式從零售到餐飲，其業務正日趨豐富。有別於MUJI全球其他飲品店只售賣咖啡，上海Café MUJI主推的是中國名茶，也算是MUJI在內地接地氣的一種表現。

Café MUJI在日本已有8家，第一家國際店舖則選擇在中國上海。此店和Café & Meal MUJI形態略有不同，主打茶和咖啡等飲品，附帶出售簡餐。店內不僅可讓消費者在店品嚐，同時售賣袋裝茶葉和咖啡豆。該店雖然才開張兩天，但進店消費客人絡繹不絕。部分人指感

覺在零售店內可以坐下喝茶、喝咖啡很新鮮，體驗為主，飲品價格也不貴。

店內可供堂食的有5種名茶及4種咖啡飲品，同時配合出售10款茶葉和5款咖啡豆。飲品價格最高不超過88元(人民幣，下同)，零售咖啡和茶的單包價格在60元至200元之間。

目前無印良品已將中國作為重點市場，從其母公司良品計劃株式會社發佈的2017財年第二季度財報來看，提及要持續擴張中國門店。

另從截至2016年8月31日數據來看，良品計劃株式會社在內地市場的銷售增長30.1%至264.32億日圓，可比增速為5.1%，分別高於香港和台灣的消費客人絡繹不絕。部分人指感



內地首家Café MUJI於上海開張。

孔雯瓊攝

中移動上月4G客增1250萬

香港文匯報訊(記者周曉菁)中移動(0941)公佈11月營運數據，期內4G上客量為1,250.4萬人，較10月的1,663.6萬人跌24.8%，增加有放緩趨勢；3G用戶量則持續減少353.3萬戶，較10月流失398.4萬戶有所緩和。

截至11月底，4G用戶數目為5.09億戶，3G用戶數目為1.11億戶，移動服

務用戶總數目達到8.47億戶。

寬頻業務上客量加快

有線寬頻業務方面，中移動11月淨增167.4萬戶，較10月的上客量加快31.9%；前11個月，中移動擁有有線寬頻業務用戶數目為7,718.4萬戶。受營運數據帶動，昨日中移動收報81.85元，上升1.25元或1.55%。

萬達富力300億合建25項目

香港文匯報訊(記者張聰北京報道)萬達商業和富力地產(2777)日前在北京簽訂戰略合作協議。雙方計劃從明年到2021年合作開發25個商業綜合體項目，每年5個，總投資300億元人民幣。萬達集團董事長王健林表示，雙方合作標誌着萬達商業進入輕資產經營

的新階段，加速萬達商業從開發向服務轉型。

萬達主要負責規劃設計、招商營運及部分投資，使用萬達廣場品牌。富力地產主要負責項目投資、建設。明年雙方首批合作的5個項目將分佈一二線城市。