



公司現時與約20間大學及大專院校有合作。受訪者供圖

很多人說，在學時期是最快樂的。來到1月，不少大學已經展開第二個學期，應屆畢業生除了要專心準備最後一個大學學期的課程外，也是時候要為自己未來的職業路向作好規劃。今期「創+故事」的主角梁雨衡，也曾經面對過迷茫的畢業時期，不知道應該如何選擇一份合適自己的工作。

修化學歷史 出路未必窄

相信很多人曾經掙扎過，到底自己的職業是否必須與大學學科相關呢？在為畢業生提供求職服務的過程中，梁雨衡發現不少大學生存有同樣的疑問，導致局限了自己的求職選擇。

「我讀化學，問返啲師兄搵咩工好，佢話你知一係做實驗室，一係做政府化驗所，一係就教書。係咪真係咁少出路呢？咁無辦法啦啱啱畢業，就聽啲師兄講搵咗份實驗室來做，做做吓發現根本唔係自己興趣。」梁雨衡道出激發他創立FreshLinker，協助學生求職和作出職業規劃的動機。

FreshLinker共有5位聯合創辦人，大多是來自化學、生物或歷史等在香港被認為是工作出路較窄的學科。他們透過自身的經歷發掘出機會，留意到香港缺乏針對以畢業生為對象的求職服務，所以萌生創業念頭。

辦講座導覽 設實習機會

一開始，FreshLinker是以一對一形式協助學生找工作，雖然有成效，但欠缺效率。公司在2014年中推出測試版，後來提供更多行業資訊和舉辦活動，例如在各大院校舉行講座或安排公司導覽，希望令學生更了解行業發展。

梁雨衡指，公司現時與約20間大學及大專院校有合作，舉辦的活動超過70個。今年2月，FreshLinker將會在貿發局舉辦的教育及職業博覽中，安排提供多個暑期實習機會。

FreshLinker的測試版本在2014年推出，不過為了精益求精，提供更多資訊，在去年12月他們已推出新版本。梁雨衡指，由測試版至今，FreshLinker的登記用戶超過1萬個，共有700間公司刊登過招聘廣告，刊登職位的數量有8,000多份。

冀兩年奪八成畢業生市佔

剛開始成立FreshLinker時，5位聯合創辦人共拿出了約20萬元作為前期資金，用作建構網站、交租、印海報等，現已回本。FreshLinker的收入來源主要有兩項：收費招聘廣告及舉辦徵才活動。

梁雨衡說，當初他們的網站仍是測試版本期間，是免費開放予企業刊登招聘廣告，為企業舉辦徵才活動時才收費。他舉例，曾經有一間大型B2B公司邀請他們舉辦活動，因為公司知名度不高，所以較難招聘人才。

FreshLinker於是在院校舉辦比賽，令更多學生了解該公司的背景，整個活動收費5位數字。自網站新版本推出後，收費模式有所改變，企業在網站刊登招聘廣告要收費，每個廣告平均300元，舉辦活動亦同樣需要收費。

FreshLinker新版本推出一個多月，梁雨衡認為在缺乏資金下，公司的發展速度稍慢，但可維持收支平衡。如果想再上一層樓，就需要再融資。他希望在半年內可以融資50萬美元至100萬美元，用作招聘員工和市場推廣，近期目標是兩年內取得80%畢業生求職市場的市佔率。不過在FreshLinker登記用戶暫時只有1萬多個的基礎下，他承認要達到目標仍要加把勁。

創+故事

求職網站多不勝數，FreshLinker專門以大學畢業生為對象，目標兩年取得八成畢業生市佔率。創辦人之一、修讀化學的90後梁雨衡說，畢業後不知道應該如何選擇一份合適自己的工作，與朋友傾談下，發現感到前路茫茫的不僅他一個，察覺到當中隱藏的商機，於是就成立FreshLinker，協助學生求職和作出職業規劃。

香港文匯報記者 吳婉玲

網頁助就業 畢業免失業

90後開求職規劃公司 瞄準社會新鮮人市場



梁雨衡指要成功吸引投資者，不能紙上談兵。張偉民攝

按修讀程度劃分畢業生人數

Table with 4 columns: 學年, 2013/14, 2014/15, 2015/16. Rows include 副學位, 學士學位, 研究院修讀, 研究院研究, 總計.

資料來源：教資會 製表：記者 吳婉玲



1 FreshLinker網站。網上截圖

2 公司成立之初，5位聯合創辦人共投資約20萬元。張偉民攝



3 公司會在各大院校舉行講座。受訪者供圖



FreshLinker會參與職業博覽活動。受訪者供圖

想吸引投資 自己先付出

「我們曾經有一段時間非常天真，認為有一個好的創業點子就可以搵到天使基金，搵到人投資落你度。」社會創業風氣蓬勃，創業基金項目比比皆是，不過競爭激烈，要成功奪下融資金額就要過五關斬六將。

FreshLinker聯合創辦人梁雨衡表示，剛開始創業時，以為只要提出意念就可輕易說服投資者投資，但原來並沒有想像般簡單。

缺乏資金的創業者，若要得到投資者的信任，撰寫計劃書的能力、口才、膽識等缺一不可，但最重要的是能讓對方看到自己對

創業的決心和誠意。過去數年，梁雨衡和其他聯合創辦人不斷到內地比賽，其間向很多投資者介紹過FreshLinker的理念，但投資者往往的反應會是：「好好嗰你個意念，咁你哋到做啲嘢再返嚟同我講啦。」

說服投資者忌紙上談兵

「天真個位就係我哋曾經希望用人哋嘅錢去承擔自己嘅風險。」梁雨衡指，經過多次與不同投資者接觸，才發現以網上平台為創業意念，往往未能令投資者有眼前一亮感覺，甚至絕不能夠紙上談兵。首先自己要踏出第一步，建構網站，透過建立口

碑和用戶數量，去令投資者對網站有信心：「你無證明到你投入，你有付出，又點樣要人哋去幫你承擔投入呢筆錢嘅風險呢？」

認真反思後，梁雨衡明白到不能一心寄望別人為自己的創業作前期付出，身為創業者有責任先努力將意念實踐出來：「如果我哋想做個平台最後係有100分，我哋係需要用自己最大嘅努力先做20%出來，做一個測試版本去賺取資源和用戶數量；繼而係錢（的投入），跟住靠自己再去再埋50%，可能總共做到70%，再去向投資者介紹創業理念先會有用。」

WeLab 冀藉 AI 降經營成本

香港文匯報訊（記者 莊程敏）香港的銀行個人貸款增長低，主打金融科技的貸款公司乘勢崛起。移動借貸平台WeLab集團在香港經營的Welend及內地的「我來貸」，去年的貸款金額分別按年上升3.9倍及8.4倍，至今網上申請貸款額達714億港元，成功批出貸款率介乎10%至20%，內地與香港的佔比約為8：2，註冊用戶超過1,300萬。

WeLab創辦人及行政總裁龍沛智昨於記者會表示，集團目標希望以人工智能（AI）及大數據等創新概念達成普惠金

融，大大降低審批小額借貸的經營成本。

龍沛智解釋，在中國內地，普惠金融服務的客戶群普遍缺乏信貸記錄等相關數據，這為從業員帶來巨大挑戰，導致傳統信貸記錄成本高且效率低，多重因素提高了用戶使用金融服務的門檻。「我來貸」的流動大數據風險控制技術將於今年進一步升級，運用機器學習（Machine Learning）判斷非結構數據，提升風險識別能力後能更快更準確判斷用戶資料，從而降低用戶門檻，讓更多用戶享用到普惠金融服務；同時強化反欺詐模型，以人工智

能提升風險的控制。

75%用戶接受AI意見

龍沛智續指，Welend在港已經網上借貸平台超過3年，公司於香港每筆貸款額平均為7萬元。以同一質素的客戶計，貸息較銀行約高出2厘至3厘，30日逾期貸款率為2%至4%，不算特別高。目標客戶群鎖定20歲至35歲熱愛嶄新科技的年輕白領，去年Welend客戶平均年息已達21,000元，比香港人均收入15,000元高出不少，有別於一般傳統財務公司服務較低收入客戶

群。去年底亦在港測試人工智能系統，根據用戶的不同財務狀況為其提供度身定做的債務解決方案，75%用戶接受該方案，每位用戶平均節省了20%的利息成本。

至於內地方面，WeLab希望將目標客戶群，由白領擴展至藍領及三農，去年底已與富智康（2038）及中國郵政集團建立合作關係，並已跟數家機構在網上合作產品，通過跨行業結盟，配合今年以「D.N.A.+」為發展目標的藍圖，以期共同實現普惠金融目標。龍沛智期望，今年註冊用戶增長能夠繼續維持在3至5倍。

國美9億人幣 購黃光裕數據平台

香港文匯報訊（記者 張美婷）國美電器（0493）昨天公佈，其全資附屬公司北京匯海天韻商務諮詢為買方，與賣方控股股東黃光裕及其聯繫人士所擁有之公司北京騰潤投資、多邊金寶商業、天津國美互聯網資產交易中心，以及北京大康國際鞋城訂立協議，匯海天韻商務諮詢有條件同意以合共9億元人民幣代價向賣方收購股份。收購事項完成後，買方將擁有目標公司美信網絡技術60%的權益，美信網絡技術主要從事移動社交數據平台業務，收購完成後將成為國美非全資附屬公司。

九倉電訊未放HKBN在眼內

香港文匯報訊（記者 歐陽偉昉）九倉電訊去年收入按年升2.31%至20.37億元，EBITDA按年升8%至8.34億元，EBITDA率為41%，比2015年上升2個百分點，均創出歷年新高。行政總裁馬惟善昨在傳媒午宴上表示，今年的重點是提升市場份額，將會擴大銷售團隊20%，務求擴大銷售接觸面，希望今年增長可達至雙位數，目標在5年後將市場佔有率由現時的18%提升至25%。

冀5年後市佔至25%

馬惟善指，九倉不會打價格戰；公司初

期也曾以減價搶客，不過成效不彰。因為在企業市場，價格因素只是「雲眼霧」，客戶較為看重服務可為他們的生業帶來多少支持，所以公司以為企業制定方案為策略，為客戶帶來增值服務。

九倉電訊去年11月完成出售予基金TPG及MBK Partners，市場人士關注基金入主後會否以節流「做靚盤數」。馬惟善並不同意，指基金有意繼續投資，讓公司增長得更快，營運開支和資本開支皆會上升。他形容新股東「很信任、很君子」，給予公司的自由度很大，只是要求加快增長步伐。

新股東有其他投資，可為九倉電訊介紹新的合作機會，例如最近公司與TPG有投資的Avaya合作，成為後者的分銷商（distributor）。

假想敵是香港電訊

香港寬頻（1310）去年整合企業方案業務，並揚言以九倉電訊為目標，馬惟善笑言「咁界面」，表示其公司以「百年老店」即香港電訊（6823）為目標，「但是望後面未有車頭燈」。不少競爭對手皆有流動電話網絡服務，問及公司在競爭時會否處於不利，馬惟善指公司沒有提供移動

服務不會影響客戶的選擇，但未來或會引入相關服務；公司將會提供方便、易於使用的服務，為客戶創造價值，帶來更多生意，研究「如何1加1大過2」。

九倉電訊去年脫離九倉（0004）後，還未更改公司名稱，馬惟善表示將在今年5月至6月更改新名稱和商標，目前已委託品牌顧問進行。

對於重新命名會否對公司有重大影響，他認為影響不大，在企業市場上不需要用品牌吸引客戶，反而所提供方案的價值更為重要。「蛋糕底是一樣，只是招牌不同了。」

滴滴料今年春運 運送人次逾840萬

香港文匯報訊（記者 莊程敏）滴滴出行昨宣佈，在2017年春運首10天（1月13日至22日），有150萬滴滴車主，通過跨城順風車服務分享自己的座位，累積送225萬人次返鄉。這相當於在鐵路既定運力的基礎上，額外增開3,147輛8節動車組，數據已經超過滴滴順風車在去年整個春運40天期間190萬的運送人次數，估計今年春節期間運送人次將突破840萬。