



香港婦女勞工協會

Hong Kong Women Workers' Association

電話：2790 4848 傳真：2790 4922

電郵：workwomen@hkwwa.org.hk

地址：觀塘翠屏邨翠櫻樓地下 1-3A 網址：hkwwa.org.hk

致：立法會人力事務委員會

香港婦女勞工協會就《僱傭條例》下連續性合約的規定意見書

香港婦女勞工協會成立於 1989 年，一直致力關注基層婦女(包括有酬及無酬勞動者)的就業權益、社會保障和社會地位等，與婦女一同爭取。我們認為《僱傭條例》下連續性合約的規定是歧視零散工，鞏固了公司對僱員的剝削，同時也製造了零散工及標準工人之間的不公平現象，使零散工不能得到應得的權利。我們要求政府應盡快廢除連續性合約的規定，改以按比例向零散工提供勞工權益，以保障零散工不會因工時長短而被剝削應有的權利。

(一) 連續性合約規定，歧視中年婦女

根據統計處資料¹，2009 年有 15 萬 8000 多人從事部分時間僱員，當中女性組群最大佔 64.4%，其中已婚者更佔 67.8%。而她們選擇從事部分時間制工作，最大的原因是料理家務/在家照顧兒童、長者，佔 56.8%。而這個年齡層的中年婦女，在勞動市場上仍然有工作能力；在低收入家庭中，中年婦女不單承擔家庭照顧者角色，往往也是家庭經濟開支的支柱，收入對家庭來說也是主要來源。她們為了承擔家庭經濟壓力，而無奈接受沒有保障的工作。

由此可見，大部分中年婦女都因家庭照顧者的身份，在現時託兒服務支援不足下，只能從事零散的工作。但由於連續性合約的規定，使婦女的勞工權益被排除之外，得不到任何的法例保障。可見連續性合約規定不但漠視了婦女的處境，更歧視婦女的貢獻。

(二) 零散工長期在缺乏勞工保障下工作

現時勞動市場趨向零散化，零散工的工作情況跟一份全職長工相似。如根據本會在 2012 年所做的調查，有 74% 的受訪者從事推廣員這個職業 4 年以上，而其中 44.8% 的受訪者從事這一個行業更達 5 年或以上。當中有 76.1% 的推廣員每個月平均上班 15 日或以上，而 90.9% 推廣員每天工作時數為 7-8 小時。

但因推廣員此行業令集團公司將品牌分拆不同公司，再由不同的品牌代理公司僱

¹ 香港統計處，2009。《臨時僱員就業情況：從事部分時間制工作僱員的就業情況》。第五十二號專題報告書。



香港婦女勞工協會

Hong Kong Women Workers' Association

電話：2790 4848 傳真：2790 4922

電郵：workwomen@hkwwa.org.hk

地址：觀塘翠屏邨翠櫻樓地下 1-3A 網址：hkwwa.org.hk

用同一員工做推廣，因此即使絕大部份的推廣員即使有相當年資，但都因為工作零散化，符合不到連續性合約規定中「同一僱主」的要求而失去勞工假期、年假、有薪病假、遣散費、長期服務金等應有的勞工福利。

(三) 縱容僱主逃避法律責任

勞工處的《五十五號報告書》中把零散工出現的結果簡單歸納為工友的個人選擇，完全沒有檢討和正視連續性合約的規定鞏固了公司對僱員的剝削，讓僱主走走法律罅，逃避保障責任。

如在推廣員這行業中，有 92% 的公司會以臨時工的和散工的聘用形式僱用推廣員，以逃避提供勞工保障。更有僱主要求推廣員成為「自僱人士」而不為其提供任何的勞工保障。而僱主常用的方法包括「工作約滿三個月就會停工約一個月或者幾個星期」、「臨時減工作的日數」，甚至是「每第四個星期規定工作十七點五小時」。可見有不少僱主看中這條法律灰色地帶，刻意安排推廣員工不符合「418」的要求，以逃避應有的保障責任。

總結

《僱傭條例》下連續性合約的規定不但讓零散工的勞工保障被排除在外，更加鼓勵公司減少聘用正規的員工、改聘任零散或兼職工人，以減少企業對勞工福利的成本。可見這規定根本是歧視零散工，和漠視了零散工的勞動貢獻。

因此我們強烈要求政府盡快廢除連續性合約的規定，改以按比例向零散工提供勞工權益，以保障零散工不會因工時長短而被剝削應有的權利，同時引用歐盟兼職工及合約工條例和兼職法，保障合約工和享有和長工一樣的同等薪酬和權利，以保障零散工。

香港婦女勞工協會

2013 年 3 月 19 日

零散就業處境與法例保障：產品推廣員調查

調查報告

香港婦女勞工協會

2012年8月



目錄

一、 引言	<u>P.3</u>
二、 問卷調查: 目的、對象、方法	<u>P.4</u>
三、 調查結果 甲. 勞工法例對推廣員保障 的調查結果 乙.推廣員不合理工作環境 的調查結果	<u>P.5- P.19</u>
四、 問卷綜合分析	<u>P.20-22</u>
五、 建議	<u>P.23</u>

一、引言

據政府統計處發表的零售業銷貨額資料，2012年6月的零售業總銷貨價值為348億元，較上年同月上升11.0%。與2011年同期比較，2012年上半年的零售業總銷貨價值上升13.1%，而總銷貨數量則上升9.0%。再按商店主要類別分析，2012年6月與2011年6月比較，超級市場貨品（上升8.7%）、百貨公司貨品（上升6.8%）、雜項消費品（上升3.7%）的銷貨價值均有上升。

可見零售業持續擴大業務、利潤大幅增長，這應有賴在場內負責推廣產品的promoter的工作；但根據本會的觀察，大部分產品推廣員（promoter）均為零散工，不受勞工法例保障，亦有聞promoter受到超市及百貨公司的刻薄對待。

因此本會在2012年5月至2012年7月，進行了一項調查，以了解promoter的工作待遇和對修訂勞工法例的意見。

二、問卷調查

1. 調查目的

1. 了解產品推廣員行業的工作待遇是否及如何因零散就業而影響
2. 了解產品推廣員對於勞法修訂保障的意見

2. 調查方法

調查在 2012 年 5 月至 2012 年 7 月期間舉行。

是次問卷調查採用非機率抽樣法（non-probability sampling）中的「便利抽樣法」（convenience sampling），作為是次問卷調查的抽樣方法。

抽樣訪問的調查地點，選取大型超級市場內作產品推廣員工作的，在其工作地點進行訪問，包括：吉之島、Apita、UNY、Citysuper、一田百貨，共二十一間店舖。訪問期間在 21 間店舖工作的推廣員共約 800 名，而本調查訪問了 151 名推廣員。

3. 調查對象

對象是在大型超級市場及百貨公司內現職的產品推廣員，被訪者均在工作地點受訪。

三、調查結果

甲、勞工法例對推廣員保障的調查結果

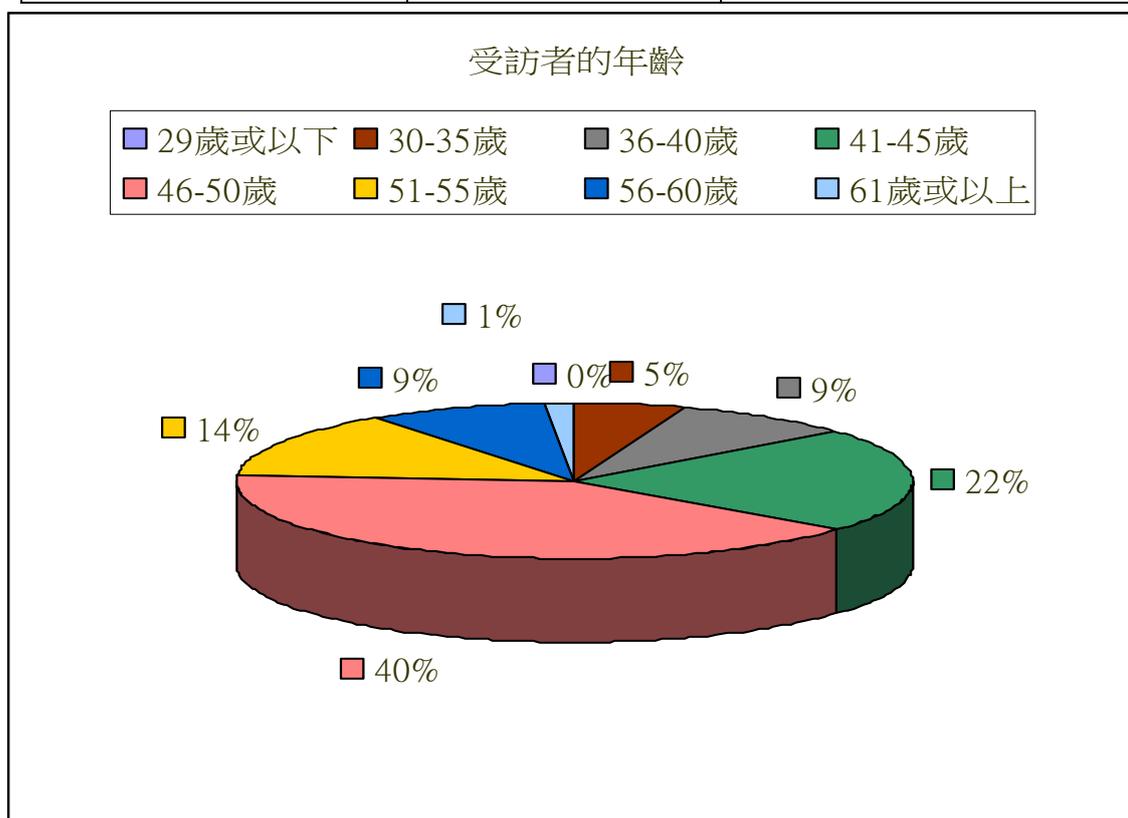
1. 受訪者背景資料

A. 受訪者的性別

選項	人數	百分比
男	0	0%
女	151	100%

B. 受訪者的年齡

選項	人數	百分比
29 歲或以下	0	0%
30-35 歲	8	5%
36-40 歲	13	8.7%
41-45 歲	33	22.2%
46-50 歲	61	40%
51-55 歲	21	14%
56-60 歲	13	8.8%
61 歲或以上	2	1.3%
總計	151	100%

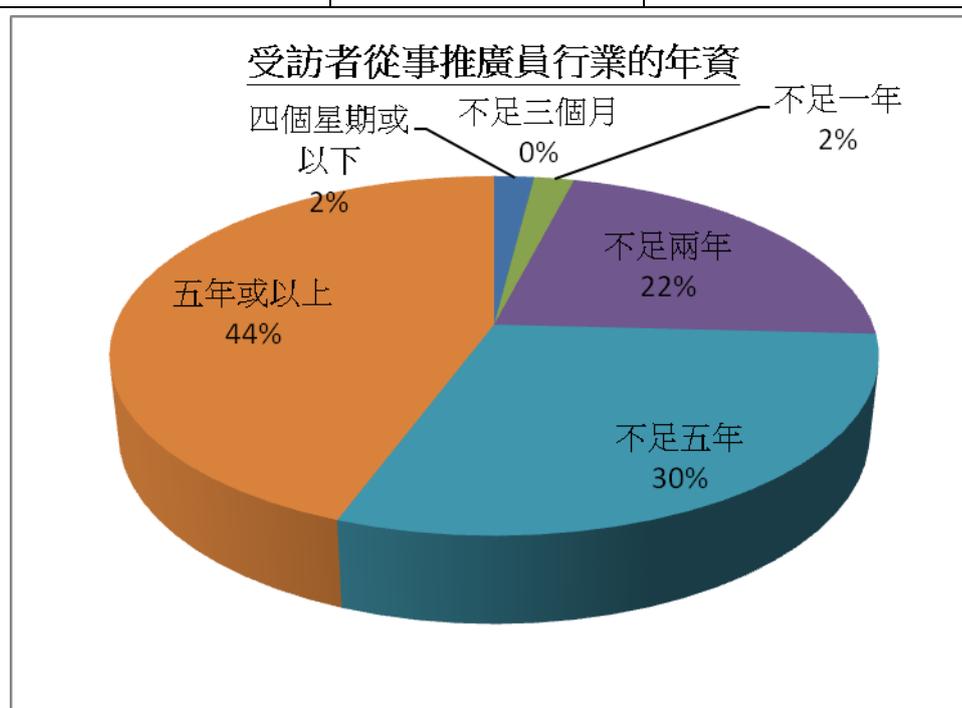


調查結果顯示，所有受訪的產品推廣員為女性，而大部分都是 40 歲以上的，佔

86.3%，而 35 歲或以下的則較少，只有百分之五。

C. 受訪者從事推廣員行業的年資

選項	人數	百分比
四個星期或以下	3	2%
不足三個月	0	0%
不足一年	3	2%
不足兩年	33	22%
不足五年	45	30%
五年或以上	67	44%
總數	151	100%

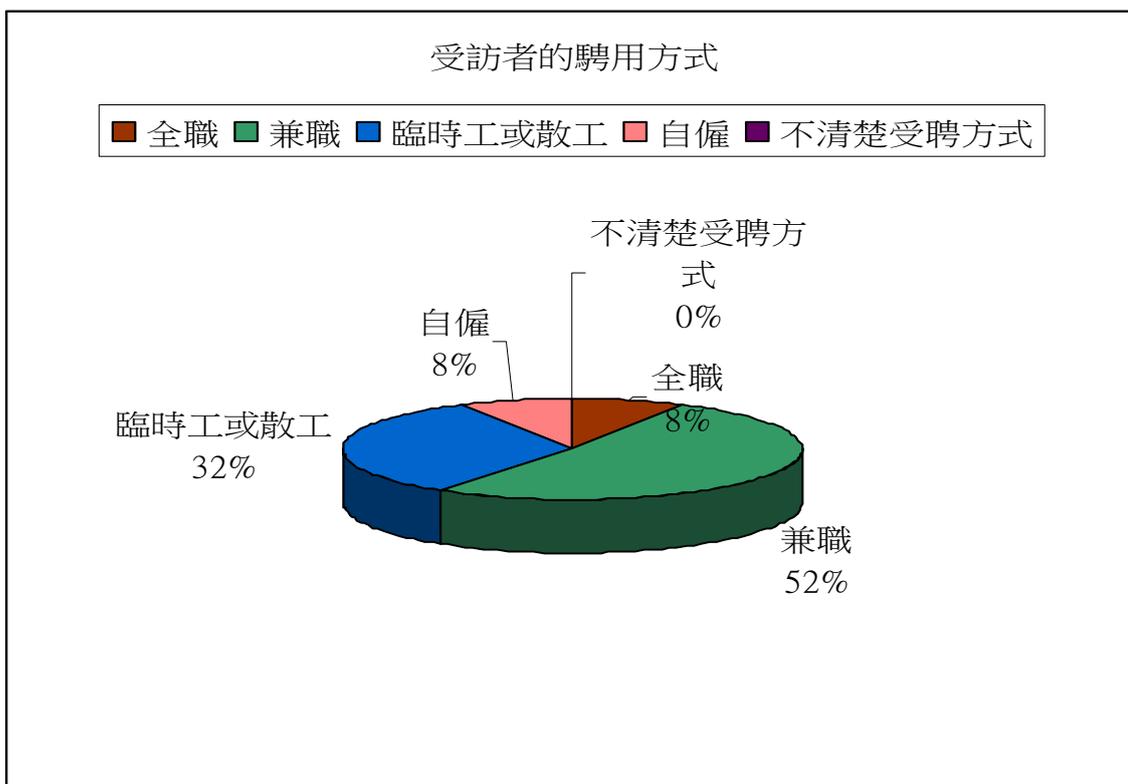


絕大部份受訪者已在這零散的工作市場中就業超過兩年(74%)，甚至有接近一半的受訪者已在推廣員行業工作多於五年。

2. 受僱模式

A. 受訪者的聘用方式

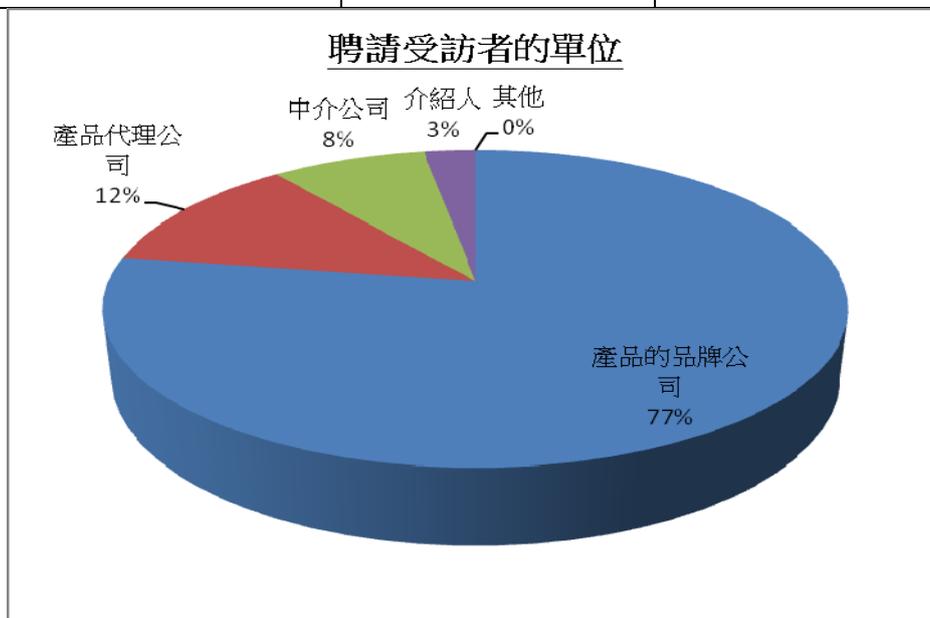
選項	人數	百分比
全職	12	8%
兼職	78	52%
臨時工或散工	49	32%
自僱	12	8%
不清楚受聘方式	0	0%
總數	151	100%



根據調查結果，推廣員受聘的方式以兼職和散工最為普遍，總數超過八成，而全職的推廣員只佔 8%，可見行內普遍的就業類型都是以零散就業為主。

B. 聘請受訪者的單位

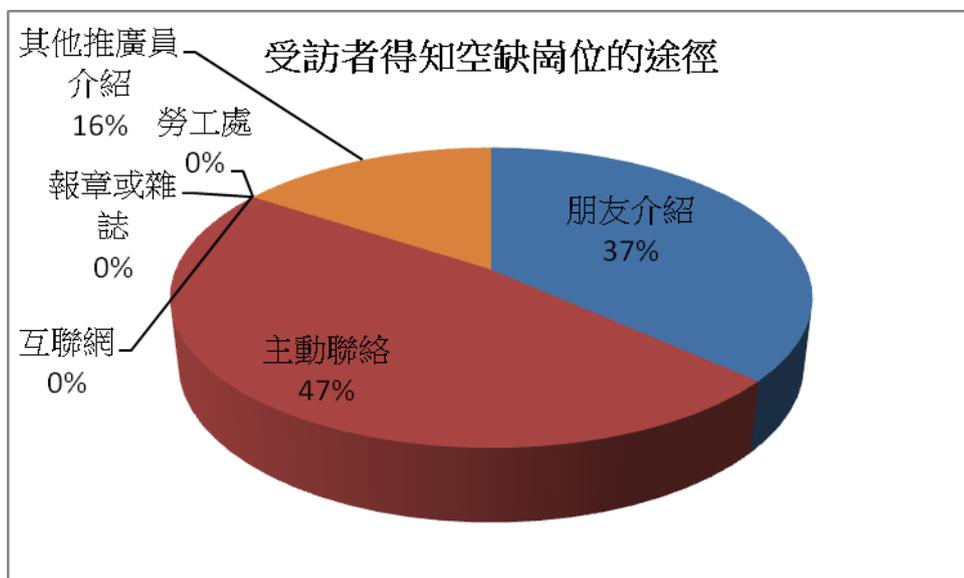
選項	人數	百分比
產品的品牌公司	117	78%
產品代理公司	18	12%
中介公司	12	8%
介紹人	4	2%
其他	0	0%
總數	151	100%



大部份的推廣員均受聘於品牌公司，但亦有 20%的受訪者受聘於代理公司或中介公司。有個別受聘於介紹人的推廣員表示，中介人要求推廣員支薪後「回水」給介紹人，以作佣金，否則不會再為推廣員安排工作。

C. 在過去半年的工作中，受訪者得知空缺崗位的途徑(可選多於一項)

選項	人數	百份比
朋友介紹	75	42%
主動聯絡	97	54%
互聯網	0	0%
報章或雜誌	0	0%
勞工處	0	0%
其他推廣員介紹	32	18%
其他	0	0%



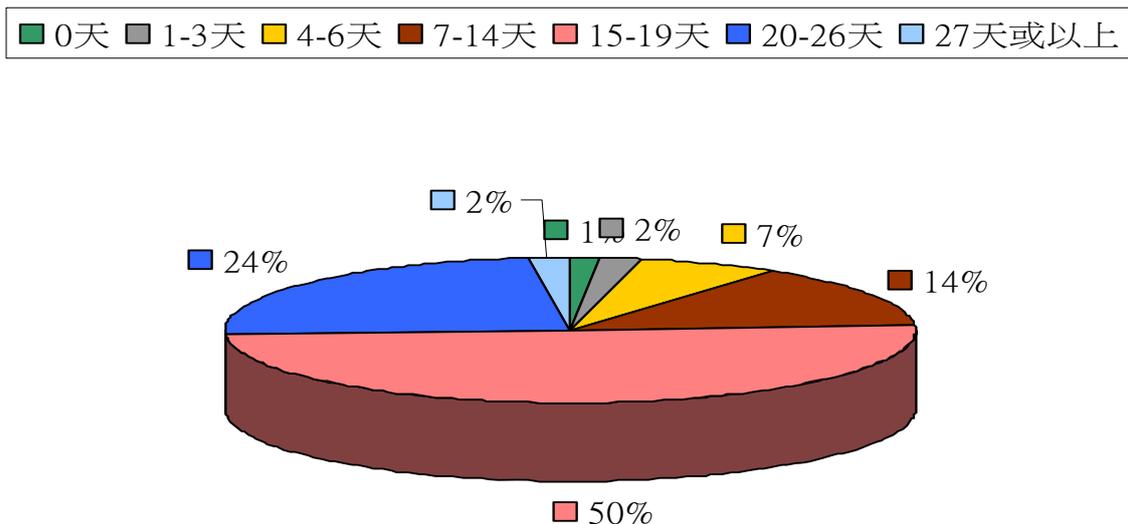
接近一半的受訪員表示工作是由朋友介紹，亦有近兩成的推廣員依靠工作環境的人際網絡，接觸其他空缺崗位。而過半數的受訪者均是由公司主動與她們聯絡，安排工作。

3. 工作模式

A. 受訪者平均每月的工作日數

選項	人數	百份比
0 天	2	1.3%
1-3 天	3	2.1%
4-6 天	10	6.5%
7-14 天	21	14%
15-19 天	76	50%
20-26 天	36	24%
27 天或以上	3	2.1%
總數	151	100%

受訪者平均每每月的工作日數 人數

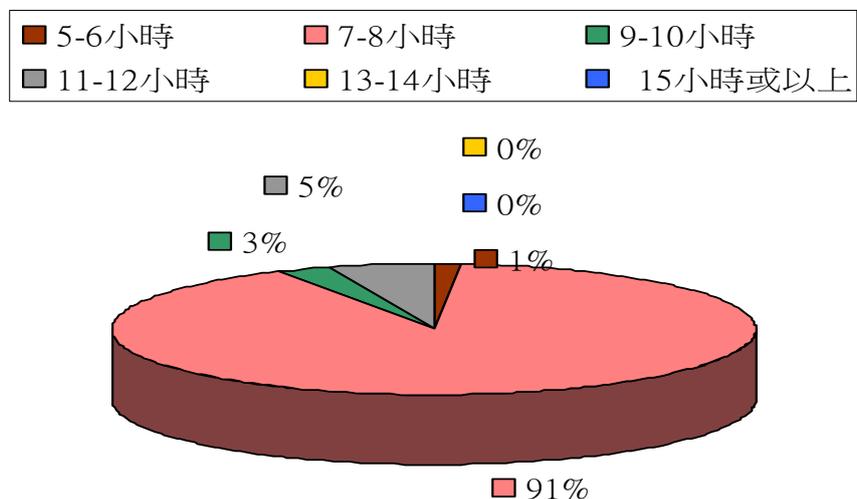


根據調查結果，接近八成受訪者(76.1%)平均每每月工作天數為 15 天或以下，儼如兼職和全職。

B. 受訪者平均每每日的工作時數

選項	人數	百份比
1-2 小時	0	0%
3-4 小時	0	0%
5-6 小時	2	1.3%
7-8 小時	137	90.9%
9-10 小時	4	2.6%
11-12 小時	8	5.2%
13-14 小時	0	0%
15 小時或以上	0	100%

受訪者平均每每日的工作時數 人數

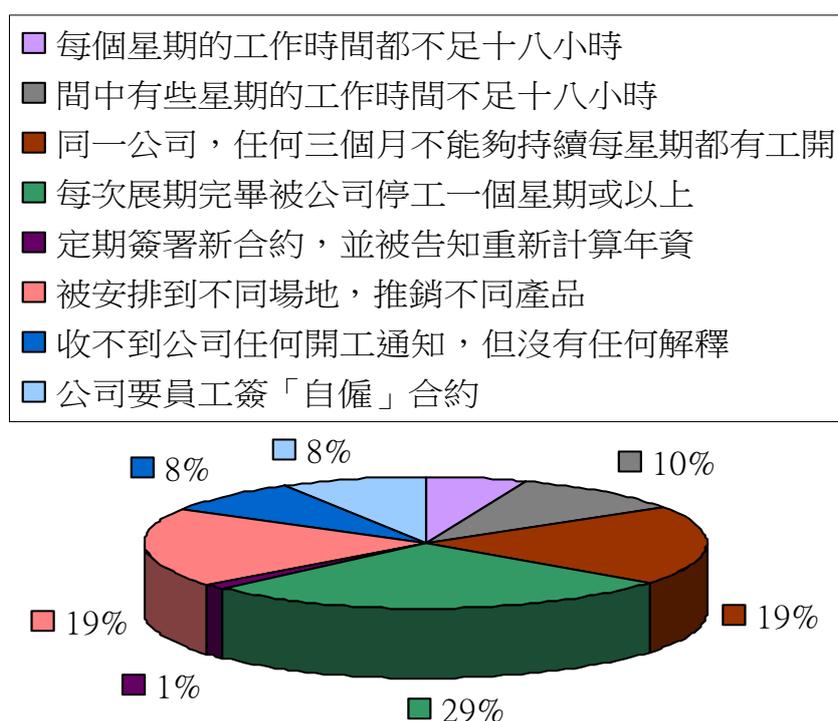


結果顯示，絕大部分受訪者每天工作 7 小時以上，當中更有接近一成受訪者每天工作時數為 9-12 小時。

C. 受訪者過去半年曾出現的工作情況(可選多於一項)

選項	人數	百份比
每個星期的工作時間都不足十八小時	27	18%
間中有些星期的工作時間不足十八小時	48	32%
同一公司，任何三個月不能夠持續每星期都有工開	91	60%
每次展期完畢被公司停工一個星期或以上	129	85.4%
定期簽署新合約，並被告知重新計算年資	6	4%
被安排到不同場地，推銷不同產品	90	60%
收不到公司任何開工通知，但沒有任何解釋	39	26%
公司要員工簽「自僱」合約	39	26%
公司同時以另一個公司名稱出糧，但工作安排一樣	0	0%

受訪者過去半年曾出現的工作情況人數 (可選多於一項)

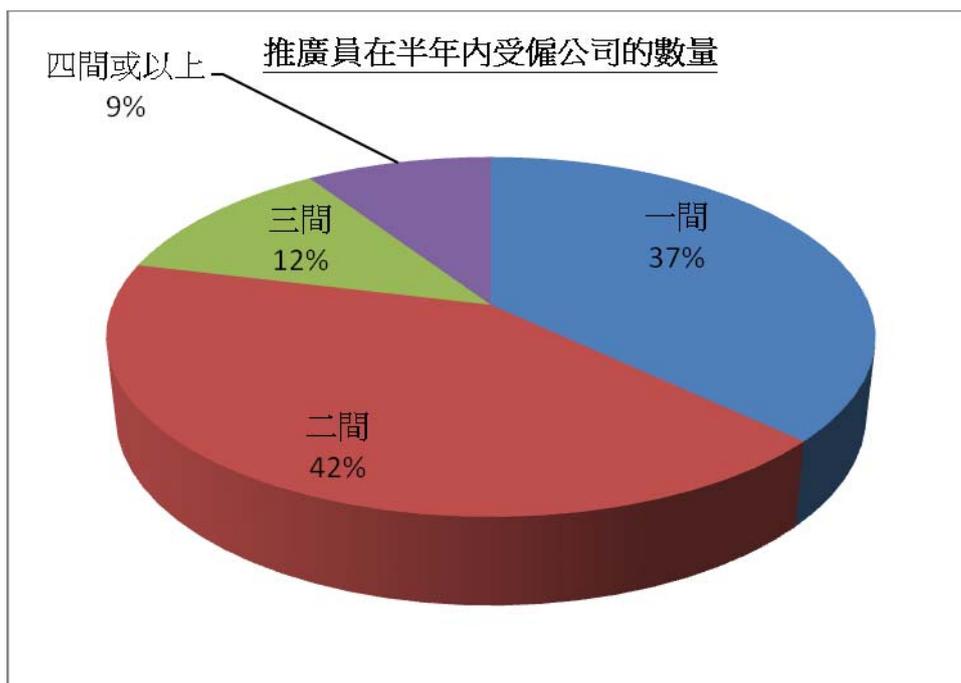


上表正正突顯出資方對推廣員的剝削，絕大部分受訪者(85.4%)在每次展期完畢被公司停工一個星期或以上，更有約三成受訪者會無故收不到開工通知，被無聲無息解僱；亦有大部分受訪者(60%)，面對無法持續工作三個月。此外，有一半受訪者某些星期的工作量不符合「418」等，被排斥於現時的勞工保障中。這種剝削手法不單對於推廣員的工作福利有影響，甚至影響到她們的經濟收入。

而大部分的受訪者(60%)工作期間都會被安排到不同場地，推銷不同產品。

D. 推廣員在半年內受僱公司的數量

選項	人數	百份比
一間	56	37%
二間	63	42%
三間	18	12%
四間或以上	14	9%
總數	151	100%

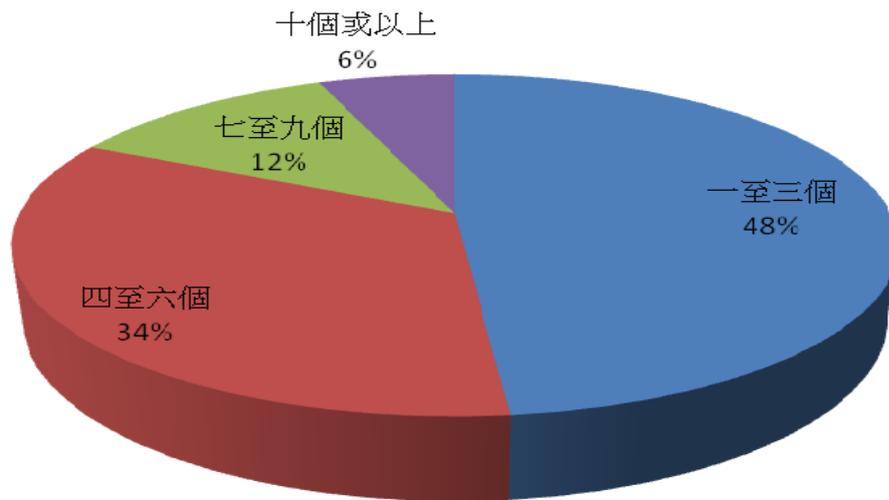


大部分受訪者(63%)在過去半年間，曾受聘於多間公司，可見推廣員業界的高流動性，同時亦突顯出推廣員需要尋找其他公司，以填補被僱主停工時的收入。

E. 受訪者在過去一個月，曾被派往推廣地點的數量

選項	人數	百份比
一至三個	73	48%
四至六個	51	34%
七至九個	18	12%
十個或以上	9	6%
總數	151	100%

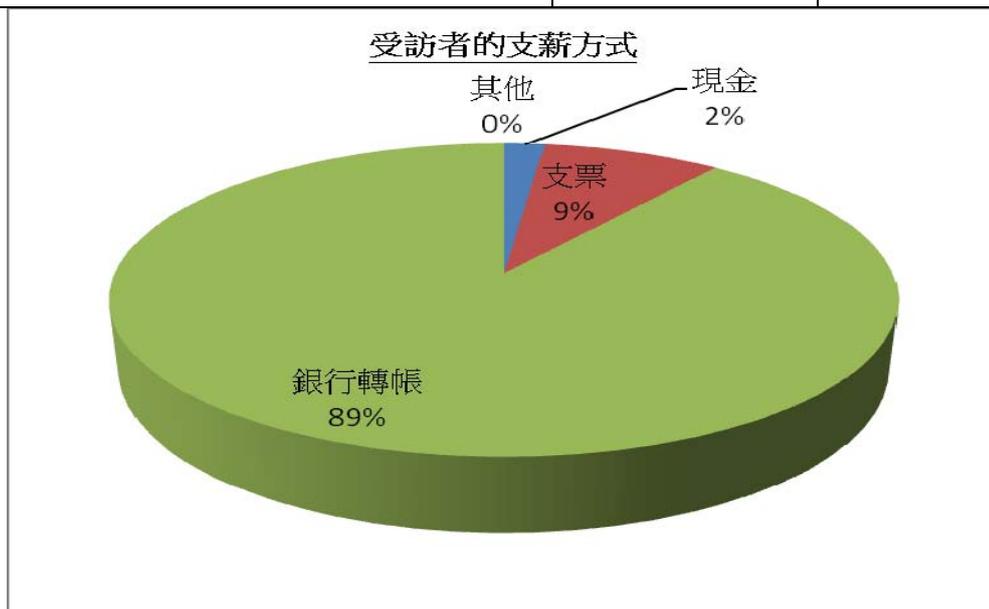
受訪者在過去一個月，曾被派往推廣地點的數量



絕大部份的受訪者都沒有固定的工作地點，有 6%的受訪者更要在過去一個月，到超過十個地點工作，突顯出派遣工到不同場地工作，而對環境頻繁的轉換，要求不一，推廣員容易感到精神壓力。

F. 受訪者的支薪方式

選項	人數	百分比
現金	3	2%
支票	13	9%
銀行轉帳	135	89%
其他	0	0%
總數	151	100%

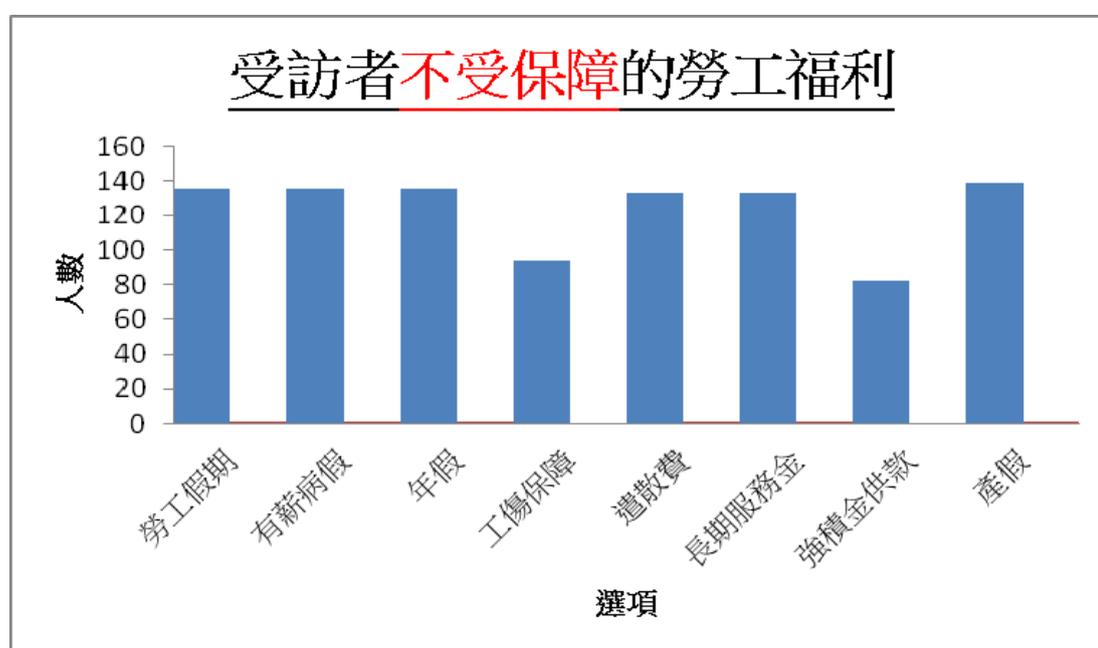


絕大部分的受訪者(89%)都以銀行轉帳的方式支薪，但仍然有小數的受訪者是以現金支薪。

4. 勞工法例保障

A. 受訪者不受保障的勞工福利(可選多於一項)

選項	人數	百份比
勞工假期	136	90%
有薪病假	136	90%
年假	136	90%
工傷保障	94	62%
遣散費	133	88%
長期服務金	133	88%
強積金供款	82	54%
產假	139	92%
其他	0	0%



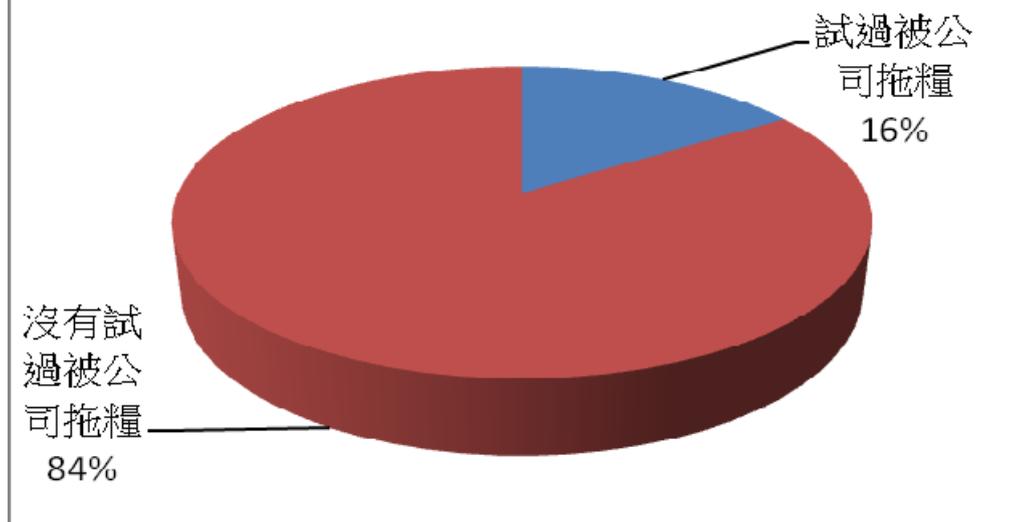
根據調查結果，絕大部分的受訪者都因其零散工的工作性質而都不能享有任何的勞工保障，如勞工假期、有薪年假和病假、遣散費、長期服務金和產假等等都缺乏。

此外，連最基本的勞工福利如工傷保障和強積金供款，都只有不足一半的受訪者可以享有，可見推廣員的勞工福利較少。

B. 受訪者曾被拖糧的情況

選項	人數	百份比
試過被公司拖糧	24	16%
沒有試過被公司拖糧	127	84%
總數	151	100%

受訪者曾被拖糧的情況



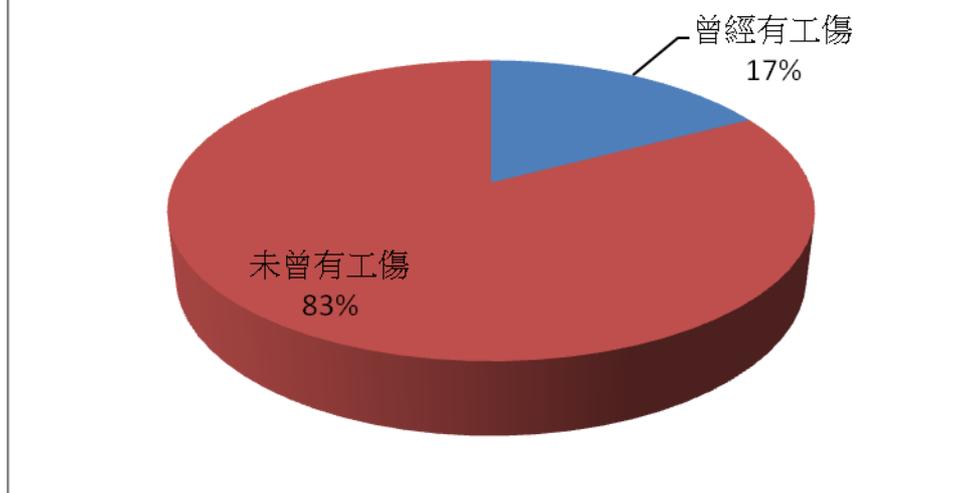
調查所得，接近兩成的受訪者都曾被公司拖糧，時間由一至兩個星期，甚至一兩個月不等，常見的藉口包括「老闆外遊」、「負責同事放假」等。

*拖糧指「協訂支薪日或工作完成後七日仍未獲支薪」

C. 受訪者曾遇工傷的情況

選項	人數	百份比
曾經有工傷	26	17.4%
未曾有工傷	125	82.6%
總數	151	100%

受訪者曾遇工傷的情況

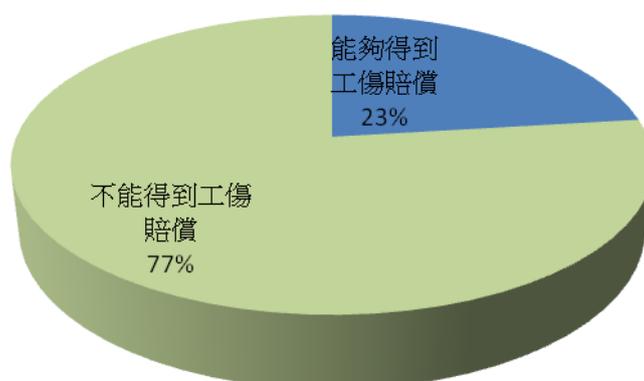


D. 承上題，受訪者能否得到工傷賠償

選項	人數	百份比
能夠得到工傷賠償	6	24.8%
不能得到工傷賠償	20	75.2%

總數	26	100%
----	----	------

承上題，受訪者能否得到工傷賠償

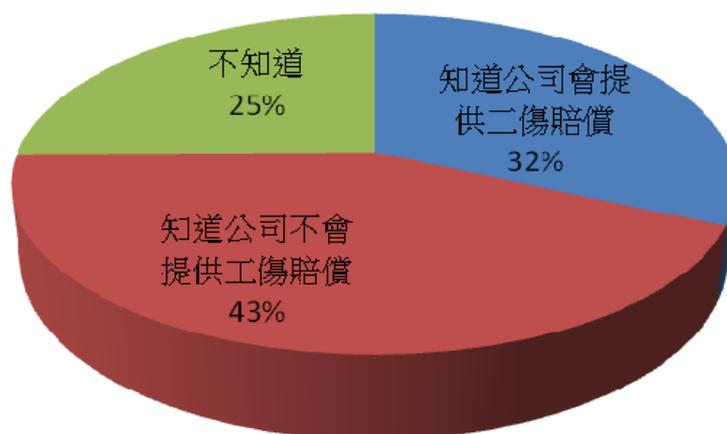


調查結果顯示，接近兩成的受訪者曾經遇到工傷意外，但接近八成的受訪者並不能夠得到工傷賠償。

E. 受訪者知不知道公司會否提供工傷賠償

選項	人數	百份比
知道公司會提供工傷賠償	48	32%
知道公司不會提供工傷賠償	65	42.8%
不知道	38	25.2%
總數	151	100%

受訪者知不知道公司會否提供工傷賠償



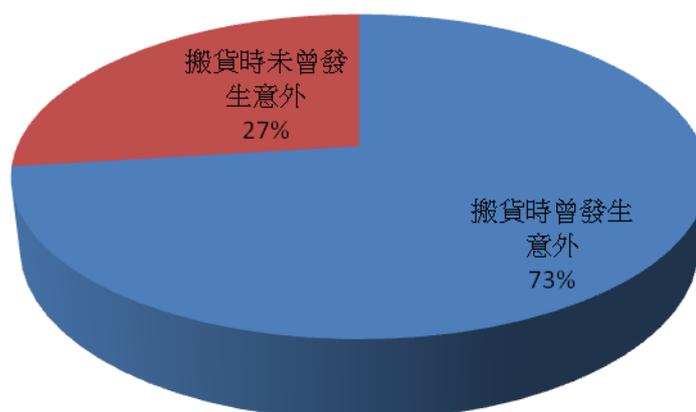
根據調查結果，有接近七成的受訪者(68%)知道公司不會提供工傷賠償或不知道公司會否提供工傷賠償，可見推廣員連最基本的勞工保障都沒有。

F. 受訪者有搬貨時有否曾發生意外

選項	人數	百份比
搬貨時曾發生意外	110	73%
搬貨時未曾發生意外	41	27%

總數	151	100%
----	-----	------

受訪者有搬貨時有否曾發生意外

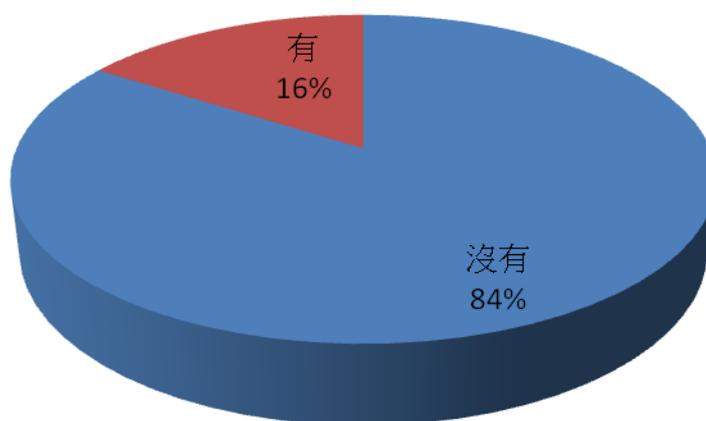


調查結果顯示，有接近八成的受訪者在搬貨時曾發生意外。

G. 受訪者嘗試過與公司有勞資爭議

選項	人數	百份比
沒有	127	84%
有	24	16%
總數	151	100%

受訪者嘗試過與公司有勞資爭議

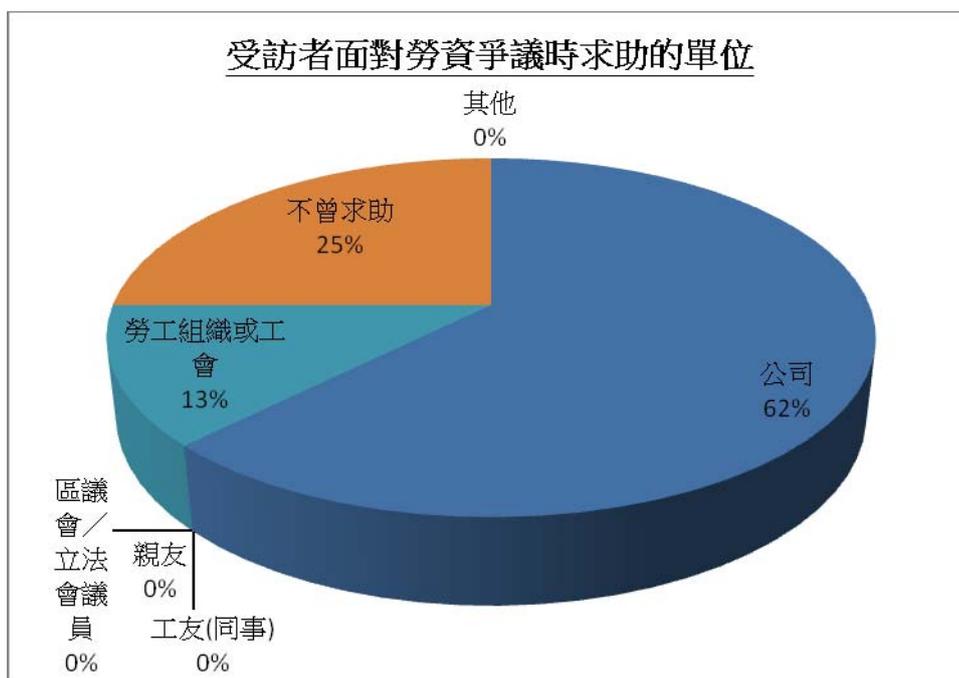


根據調查結果，有部分推廣員都曾嘗試過與公司有勞資爭議。

H. 承接上題，受訪者面對勞資爭議時求助的單位

選項	人數	百份比
公司	15	62.5%
工友(同事)	0	0%
親友	0	0%
區議會／立法會議員	0	0%
勞工組織或工會	3	12.5%
不曾求助	6	25%

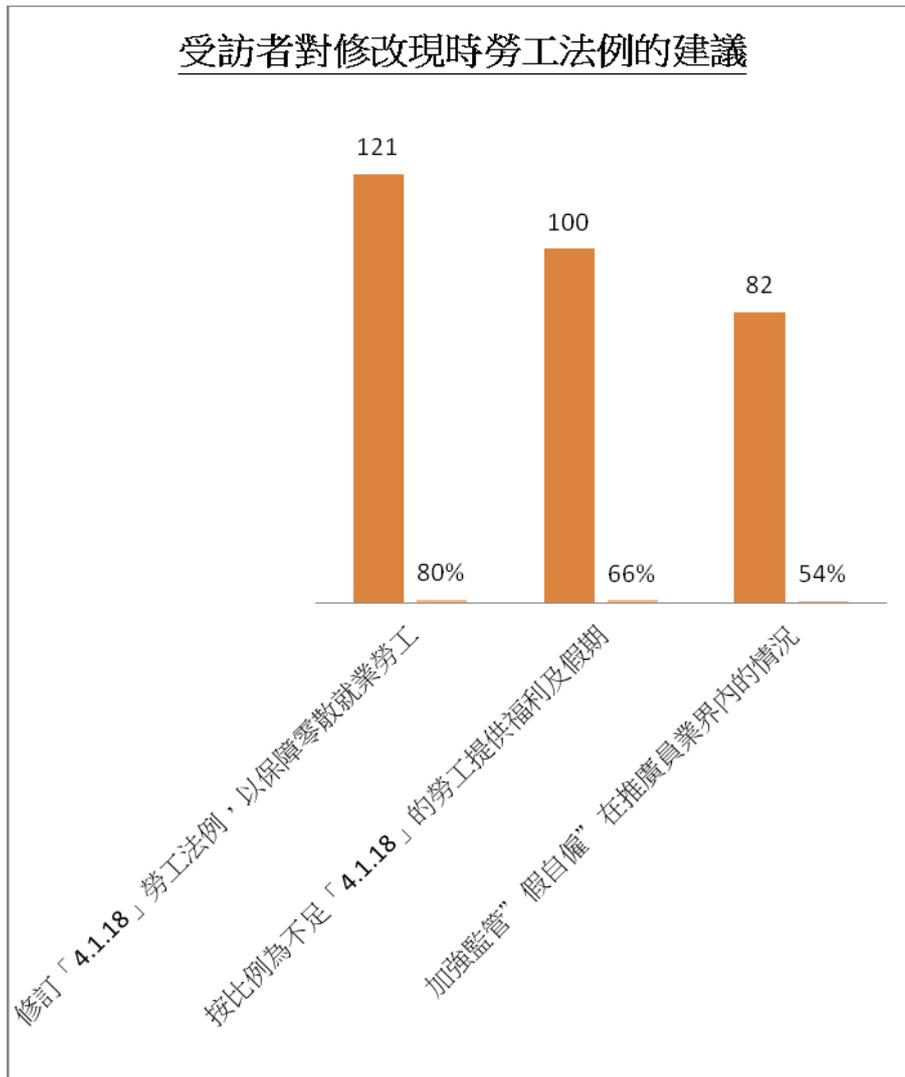
其他	0	0%
總數	24	100%



在曾與公司有勞資爭議的 16% 推廣員中，有六成多受訪者表示，假若有勞資問題，會與公司查詢，亦有一成二推廣員會向工會或組織求助。而不作求助的原因普遍是因為避免與公司起衝突，而失去工作機會，因此選擇吞聲下氣。

4. 受訪者對修改現時勞工法例的建議(可選多於一項)

選項	人數	百份比
修訂「4.1.18」勞工法例，以保障零散就業勞工	121	80%
按比例為不足「4.1.18」的勞工提供福利及假期	100	66%
加強監管”假自僱”在推廣員業界內的情況	82	54%



在受訪對象中，有八成受訪者都同意應該修訂「418」勞工法例，保障零散工人，亦有近七成推廣員認為僱主應按比例向僱員提供福利及假期。

乙、推廣員不合理工作環境的調查結果

調查的 7 間超市/百貨，對於不屬自己的員工的推廣員結果發現推廣員普遍面對七種不合理的工作環境，當中以吉之島最為嚴重，犯了六項，Apita 則為亞軍，犯了五項。

1. 危險的工作環境：貨物重又層層疊，紙箱當梯容易跌

調查發現大部份的超級市場的貨倉都不足以存貨，推廣員取貨或補貨均需到停車場的臨時貨倉。但貨倉環境惡劣，空氣不流通，貨物亦疊到十分高。部分貨倉更沒有爬梯提供，推廣員只能以紙箱作爬梯。吉之島因手推車不足，因此「借(手推)車仲難過借錢」。結果推廣員被迫捧著重甸甸的貨物，要往返貨倉和超市的斜路，尤其吃力。此外，太古城 Apita 的貨倉更因冷藏櫃造成地下積雪，濕滑的環境構成危險。因此有不少推廣員(73%)曾在搬貨中受傷。

2. 妄顧推廣員職安健

受訪的推廣員需自行帶備所需的飲用水上班。法例規定員工應有飲用水供應，但一般超市的飲水機只供應超市員工，推廣員並不包括在內，如要使用則要靠人情；調查更發現一田百貨甚至沒有提供飲水機和休息室，而九龍城吉之島亦沒有提供休息室和飲水機。

3. 迫推廣員貼錢打工

受訪的推廣員均需穿著制服，如工作需要配戴口罩或其他工具，理應由公司提供；但推廣員的公司並不在工作場所，所以，員工要自行負責，或被指定要超市百貨購買；例如，崇光百貨曾要求推廣員在工作前需購買一套二百元的口罩，如忘記攜帶則要再購買。但並非每間公司都會為推廣員支付該費用，令推廣員變相貼錢打工。

4. 非法禁錮

在訪問期中，有推廣員表示在八號風球懸掛時，雖然所屬公司已安排推廣員離開，但吉之島卻以「推廣員需先讓所有顧客離開」為由拒絕，妄顧推廣員的安危，等同非法禁錮。

5. 無理加班

調查發現，有在吉之島工作的推廣員曾被超市無理要求加班以補回因八號颱風懸掛而早走的工作時數。亦有推廣員反映曾因遲到一分鐘，卻被超市無理要求加班三十分鐘以作補償。

6. 額外的工作要求

推廣員工作原應是推銷專櫃的產品。但調查顯示，推廣員被要求為所屬物牌的貨品上貨架，即使展銷期完結，亦需要為下一期的貨品上超市貨架才能離開。而吉之島更要求推廣員在指定時間內為貨品專櫃進行清潔。

7. 不尊重對待

受訪的大部份推廣員均表示因是屬派遣工的性質而受到不尊重的對待，如超市的職員會威脅要求品牌代理公司轉人而要求推廣員做額外工作。推廣員也會被要求每日出入都要被詳細檢查手袋，或出言侮辱。另外，在吉之島的推廣員在外出午膳前，亦需先找吉之島的職員簽名方可外出，十分費時，亦令到用膳時間減少。

四. 調查結果分析

甲. 勞法對零散工不保障

根據勞工法例，工人要連續受聘 4 星期，而每星期不少於 18 小時(俗稱 418)，才納入勞工法例保障範圍，但工作滿 418 還要持續 3 個月後才可享有與一般勞工享有福利如病假津貼、年假、遣散等。而推廣員這行業這正正反映了勞工法例把零散工的勞工權益排除之外。

1. 中年婦女推廣員首當其衝---缺乏勞工保障

從事產品推廣員的大部份是中年婦女，在調查中全是(100%)女性，而其中有 76.2% 是介乎於 41-55 歲的中年婦女。只有 13.7% 的推廣員是 40 歲或以下的。這個年齡層的中年婦女，在勞動市場上仍然有工作能力；在低收入家庭中，中年婦女不單承擔家庭照顧者角色，往往也是家庭經濟開支的支柱，收入對家庭來說也是主要來源。

2. 推廣員工作時間實質狀況如長工，但聘用方式使工人長期沒有勞工保障

大部分(74%)的受訪者從事推廣員這個職業 4 年以上，而其中 44.8% 的受訪者從事這一個行業更達 5 年或以上。有 76.1% 的推廣員每個月平均上班 15 日或以上，而 90.9% 推廣員每天工作時數為 7-8 小時。

就以上的資料，可見到產品推廣員的工作情況跟一份全職長工相似，但因為一些集團公司將品牌分拆不同公司，再由不同的品牌代理公司僱用同一員工做推廣，因此即使絕大部份的推廣員即使有相當年資，但都因為工作零散化而失去勞工假期、年假、有薪病假、遣散費、長期服務金等福利。

3. 推廣員在長期沒有勞工保障下工作

因為現時勞工法例 4.18 內規定的僱員應受僱於同一僱主連續四星期而每星期要有 8 小時，並工作超過 3 個月才能享有法例保障的福利。所以，大部份推廣員不能享有勞工福利保障。

調查結果也顯示，84% 員工表示沒有有薪病假，有 75.2% 的受訪者沒有得到有薪的年假，75.7% 表示沒有有薪勞工法定假。有 52.9% 表示僱主沒有為他們做強積金供款，而 47.1% 的受訪者表示沒有加班津貼。

4. 品牌公司長期聘請臨時工及散工，減少對員工的福利及保障

受訪者當中，有 78% 是直接由品牌公司聘用的，而合共有 22% 是由外判公司和代理公司聘請。即使推廣員是直接由品牌公司聘用，但有合共 92% 的公司會以臨時工的和散工的聘用形式僱用推廣員，只有 8% 的公司會以長工的聘用形式去僱用推廣員。可見在推廣員這行業當中，不少僱主都藉長期以散工和臨時工的形成聘請推廣員，以逃避提供勞工保障。此外，值得關注的是，僱主亦逐漸透過要求推廣員成為「自僱人士」而不為其提供任何的勞工保障。

5. 公司走法律罅，逃避法律責任

更有受訪者表示公司會走法例罅而令至僱員不能合符 4.18 的要求。有 85.4% 的受訪者表示公司會安排每次展期完畢後停工一個星期，亦有 60% 的受訪者表示工作約滿三個月就會停工約一個月或者幾個星期，26% 受訪者表示公司會臨時減工作的日數，這樣公司可以中斷僱員合約的連續性規定，甚至公司與工人每星期簽新約一次以至要重新計算年資(4%)和要求僱員簽署「自僱」合約(26%)。可見有不少僱主看中這條法律灰色地帶，刻意安排推廣員工不符合「418」的要求，以逃避應有的保障責任。

6. 工傷無賠償

受訪者當中有 17.4% 曾經有工傷，但有 75.2% 的工傷當中沒有得到任何的賠償。而 42.8% 的受訪者知道公司沒有工傷賠償的，即使工友受傷也不會獲得任何的賠償。只有少於一半即 32% 的受訪者表示公司是有工傷賠償。可見現時的品牌或代理公司已明目張膽違反「僱傭保償條例」，對推廣員刻意隱瞞保障的責任，令到不熟悉勞工法例的工友不能得到應有的賠償。

此外亦有 16.5% 的受訪者試過出現勞資爭議事件，而當中有 45% 表示有爭議是拖糧及 36% 表示有欠薪的情況。

7. 推廣員贊成修訂法例保障零散工

就著推廣員的保障，85.5% 的受訪者贊成修定勞工法例 4.18 的規限，保障雜散工人，同時有 84.8% 受訪者贊成不論每月上日數多少，均應享有按比率的假期和福利。另外，86.5% 受訪者贊成要加強監管「假自僱」在推廣員業界內的情況。

乙. 僱主將責任轉嫁零散工

推廣員的工作由代理公司派遣到超市/百貨，工作內容本應只是推廣員公司指定的產品；至於超市的日常運作和貨倉工作，不應該轉給推廣員負責，負責任的公司應照顧被派遣到不同的超市/百貨的推廣員；有責任為員工安排安全及符合職業健康的工作環境，以及在設施方面照顧員工的需要。但調查訪問中，不少 81%受訪者反映聘用他們的公司，往往忌於超市，不會為自己員工安排合理的工作條件，犧牲員工應有的尊嚴。

五. 總結和政策建議：

1. 現時的連續性合約 4.18 條例根本是歧視零散工人

現時僱傭條例保障要僱員必須要符合連續性合約 4.18 的規限，即僱員要為同一個僱主工作連續 4 星期，每星期工作不少於 18 小時，才可以受勞工法例的保障。

現存的連續性合約鞏固了公司對僱員的剝削，不少僱主利用 4.18 的條例而以零散就業方式聘任員工，藉此逃避法律責任，同時也制造了零散工及標準工人之間的不公平現象，使推廣員不能得到應得的權利。

2. 零散工加派遣工，產品推廣員承同三層剝削

超市藉推廣員作為「派遣工」而非直屬的員工，因而置推廣員的安全於不理，而代理公司則以零散形式聘用推廣員也是逃避責任的做法；加上勞工法例的漏洞，以至推廣員處境嚴如被三座大山所壓迫。

本會有以下政策建議：

1. 修改勞工法例 418，按比例向零散工提供勞工權益，以保障零散工不會因工時長短而被剝削應有的權利；
2. 要求勞工處對推廣員工作環境的職業健康安全作出關注；
3. 要求超級市場履行企業社會責任，不應為減低成本而要求派遣推廣員額外工作。

聯絡人：香港婦女勞工協會 組織幹事：吳綽靈 (27904848)