



人力更新報告 飲食業

2021

酒店、飲食及旅遊業訓練委員會

鳴謝

承蒙聚焦小組成員抽空對飲食業人力情況提供寶貴意見，亦特別感謝求職招聘網站 **CPJobs** 及 **CTgoodjobs** 提供旗下的職位空缺資料庫作參考。本更新報告編撰工作得以順利完成，記載了聚焦小組的意見，並載錄主要招聘網站的資訊，酒店、飲食及旅遊業訓練委員會特此鳴謝。

目錄

引言

背景
目的

1 - 2

調查方法

3 - 4

調查結果

5 - 9

影響飲食業發展的因素
人力需求
培訓需求
招聘上的挑戰

建議

9 - 11

政府
培訓機構
僱主
僱員

附錄 (a-d)

引言 背景

酒店、飲食及旅遊業訓練委員會（下稱「本會」）由香港特別行政區政府委任，隸屬職業訓練局（VTC）。本會職責之一，是確定屬款待業的其中三個類別 — 酒店、飲食及旅遊業的人力情況，評估人力供應是否能滿足人力需求，並向 VTC 提供建議發展職業專才教育（VPET）設施，配合所評估的培訓需求。

本會採取新模式蒐集人力資訊，以提高成效，更貼切反映業界的人力動態。

新模式的做法是每四年進行一次全面

的人力調查；兩次全面調查之間會編寫兩份人力更新報告。本會於 2018 年完成飲食業全面的人力調查；2021 及 2022 年將會擬備兩份人力更新報告。

2021 人力更新報告的資料來自以下途徑：

(a) 2021 年 2 月 19 日舉行聚焦小組會議，蒐集飲食業界專家以下意見：有關飲食業的最新發展、人力情況及培訓需求、招聘及挽留人才的問題、以及面對挑戰所建議的解決方法；及

(b) 透過桌面研究，蒐集飲食業 2019 年 12 月至 2020 年 11 月期間的招聘紀錄。分析招聘廣告，包括業內不同主要職務的薪酬、所需學歷和經驗。

目的

本人力更新報告旨在：

- (i) 研究業界最新趨勢及發展；
- (ii) 識別人力及培訓需求；
- (iii) 探討業界的招聘困難；以及
- (iv) 建議措施以應對人力需求和舒緩人手短缺。

調查方法

概要

本會參考了 2018 的全面人力調查，同時透過聚焦小組會議，進一步定質分析飲食業近期的發展，並以桌面研究所得的定量資料和數據作補充，編製本份人力更新報告。

聚焦小組會議

本會挑選來自飲食業不同門類範疇的業界人士參與聚焦小組會議，參與人士熟悉業界及各自所屬門類的人力狀況。成員數目限定為七人，以便更有效率地蒐集意見。

參與聚焦小組的成員，來自飲食業下述門類：

- (a) 中式酒樓；
- (b) 非中式酒樓；
- (c) 快餐店及一間體育學院的員工餐廳；
- (d) 提供飲料場所；
- (e) 聚會餐飲及其他餐膳／膳食服務活動。

聚焦小組成員深入探究本會屬下人力調查工作小組所挑選的議題。會上的對話經過錄音，轉成文字記錄，以便整理分析。

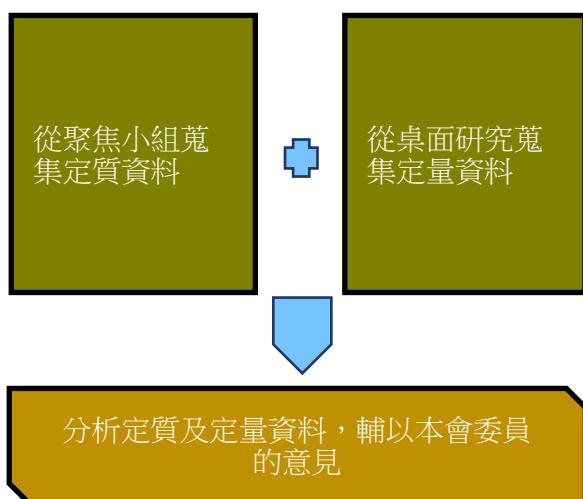
桌面研究

桌面研究方面，本會開發了招聘資訊系

統，從各大招聘網站及勞工處蒐集相關資料。研究期間共蒐集了接近 8,000 宗招聘紀錄，將資料跟《香港標準行業分類》的相關公司列表比對後，刪除重複紀錄，可反映業內人力需求、月薪幅度和學歷要求等概況。

資料分析

分析資料按以下三個步驟進行：



上述定質及定量所得的調查結果及建議編製成人力更新報告，內容經本會增潤，並獲各委員接納通過。

局限

有別於 2018 年全面進行的定量人力調查，這份人力更新報告旨在探討業內人力發展的新議題。本會透過聚焦小組及桌面研究，得悉就業趨勢及模式、招聘困難，同時聽取持分者的見解及經驗觀察。挑選特定範疇的持分者參與定質方式的聚焦小組會議，所得的看法未必能

概括所有從業員的意見。同樣，桌面研究從各大招聘網站及勞工處蒐集職位空缺招聘資料，亦未必能提供全面資訊作完整的定量分析；所得資料是報告當時的行業面貌，因此只能用作聚焦小組觀察的補充資料，僅供參考。

調查結果

影響飲食業發展的因素

雙重打擊

2019 年中以來，社會事件和本地經濟下行令飲食業喘不過氣；自 2020 年初，新型冠狀病毒肆虐，一如其他款待行業同仁，飲食業界亦受到重創。為遏止病毒傳播，政府實施多輪舉措，包括縮短食肆營業時間、限制社交距離、設顧客人數上限等，飲食業務嘎然停下來。政府推出防疫抗疫基金，撥出逾 3,000 億作紓困措施，並於財政預算案採取相關對策，幫助香港渡過困境，其中包括提供薪金補貼，減少職位流失；並向合資格食肆東主發放一次性現金補貼。不過，疫情反覆，全面解封需審慎行事，預料市民生活會續受影響，進而打擊飲食業業務。

生意及收入大跌，加上部分業主不願減租，飲食業全部門類均大受影響，尤其是小型獨立食肆，很多需要解散員工，甚至破產或永久結業。雖然大型食肆因酒店和集團的庇蔭，似乎仍可支撐，但缺乏顧客、晚膳及飲宴生意，業界需艱苦經營，以應付日常支出，以及保留最低限度的員工人數。

闖出新路徑

困境中，業界展示出韌力。面對前所未見的巨浪，創意、彈性、靈活性缺一不可。有見於顧客需求的改變，業界積極求變，善用新機遇。

飲食業一向倚靠本地人及旅客光顧。旅遊限制、檢疫要求、政府要求處所關閉等因素窒礙環球旅遊。缺乏外來客源，酒店和會議展覽及獎勵旅遊(MICE)業改而朝向本地市場。為追回業務損失，以及維持團隊完整，業界善用專長及設施，透過線上線下平台，開拓及推銷外賣服務至鄰近地點和商業區，更開發嶄新食品品種及跨銷售點的服務，例如以優惠價錢推出含主題性的放題餐食、美酒佳餚套餐、特色糕點、以及節慶美食等。此外，全自助餐改為半自助餐，以減低食物、餐具與顧客的接觸。有關機構遵守嚴格的衛生及安全規例，並向大眾廣傳，讓顧客以至飲食博客網紅等提高信心，有正面回饋，進一步吸引更多客人光顧。

眼見客人經常臨時取消預訂，食肆東主改以外賣業務為主。不過，疫情期間大量外賣應用程式湧現，與外賣平台合作，不免分薄利潤，東主遂設立外賣用私人車隊，又設東主廚師和員工到點烹調食物及提供服務，目的是保持團隊完整及帶來收入。提供靈活服務之餘，高水準的食物安全及衛生、專業的烹調技巧、加上度身訂造的菜單與周到的服務，均加強與顧客的聯繫，有助建立長久的業務關係。

限聚令下，喜慶宴會及到會服務煞停。到會及宴會服務機構不願廚房閒置，繼而推出節慶食品或主題食品禮盒，並加上噱頭設計，在自設網店或與外賣平台合作宣傳，接觸更多客戶。此外，部分

遭遣散員工乘業主減租，開設小型社區食肆及商店，售賣普及的食品飲料、糕點、熟食、優質肉類等。

一所體育學院的飯堂餐飲設施一向週末活動頻繁，疫情期間全部叫停。但基於其食品及環境的安全衛生水準高，員工和運動員一日三餐均光顧飯堂；由於個別侍餐取代了過往自助餐模式，因此廚房和服務部門依舊繁忙。

有鑑於人群活動的限制，以及長時期在家工作，過往大家經常出外用膳的習慣，已改為更多在家煮食。家中的烹調新手希望功夫比得上大廚，並可在社交平台上載製作過程和製成品；因此半完成的「新手煮食套裝」應運而生，並開拓了新客源；而「自助廚師套裝」亦因製成品媲美餐廳奉上的精美佳餚而廣受歡迎。

鞏固向前

困境帶來挑戰之餘，亦可視之為鞏固期，有助檢討企業質素、服務及環境，以捕捉未來商機。業務呆滯另一方面提供了時間重新思考業務模式，重構品牌，重塑顧客資料，以及重訂營運模式以便調整成本比率。業界努力收復失地之餘，同時前瞻並施展應變管理技巧創意，訂定後疫情時期的策略。現下業務停滯，可以作跨部門及多元技能培訓，有利將來配合業務發展而作的人手及營運調配。準備就緒的企業家，更可乘租金回落之際創業。

儘管目前未能預測疫情的發展，但有跡象顯示，疫情緩和，經濟活動和旅遊將會恢復。闖出香港，人口眾多的大灣區會為僱員及企業家提供莫大機遇。本地

而言，放寬限聚令和延長食肆開放時間帶來了一絲希望。

科技

流程零接觸的營運模式，在疫情下迅速發展；外賣生意成了救命草，而食肆亦加強與網上外賣平台合作，增加收入。透過數碼平台和電子途徑下單、輪侯、提取、支付等愈見盛行；市場推廣、銷售、公關策略亦更多運用社交平台或自家網頁，食肆並積極處理網紅(KOLs)和顧客的網上評論，以便深化與顧客的關係，並提高品牌的知名度。

有鑑於各行各業均講求實體與流動模式結合，飲食業亦趨向更多採用科技和自動化，儘管短期而言，業界因著實體及資源的限制，難於全面採用科技和自動化。業務流程中，部分應用科技，都可以提升價值，滿足內部與外部客人的要求。為令顧客嚐到最極致的體驗，而又不至於為員工帶來挫敗感，業界引進或設計科技應用和自動化時，仍應奉「人的因素」及「待客之道」為圭臬。

人力需求

聚焦小組

由於經濟下行及科技進步，預料業界難以避免減省營運流程和員工數目。不過，鄰近地區及海外國家正進入疫情新階段，紛紛考慮恢復經濟活動，開放各自邊界。預期本港政府牽頭推出重振經濟措施及發展政策，加上業界維持業務的決心，而且本地市民久經限制出外用

膳、聚會、娛樂，往往使聚焦小組成員對行業的中長期發展表示樂觀。

不論是西式餐廳、中式酒樓或酒吧，均希望員工視己為「餐飲服務員」，而非單單為「侍應」。僱主希望員工經過培訓，擁有多元技能，專業知識和技能範疇較廣，達到一職多能的要求，以便支持行業的長遠發展。好處是人手調配更有彈性，員工能獲深度的專業培訓，並能挽留優秀員工。再者，身處服務行業，僱主重視員工抱有熱情，具同理心、並能人性化地解決複雜問題。

桌面研究

透過桌面研究，飲食業 2019 年 12 月至 2020 年 11 月期間所錄得招聘廣告，與 2018 年的人力更新報告的桌面研究所得資料比較如下：

整體空缺額

相對上一份 2018 人力更新報告，今次的全職空缺廣告下跌 53.7%；兼職空缺更大跌 92.1%。

按照門類劃分，只有提供飲料場所各職級的全職空缺錄得 20.2% 的整體增長；中式酒樓門類則錄得 72.8% 的最大整體跌幅。

按職級劃分，經理及專業人員級的全職空缺升 34.3%，督導員級升 11.1%，而技工及操作工級則跌 69.5%。

上述數字或反映業界因不景氣而不再需要兼職員工，而較高級或富經驗的僱員需要一職多能，兼任操作工的職務。

詳情見附錄(a1)及(a2)。

主要職務

2018 和 2021 年，錄得相同五大最多全職空缺廣告的主要職務，2021 年所佔百分比降序排列如下：

主要職務	2021	2018
1 侍應、賣點員、接待員、知客	21.6%	27.5%
2 廚房雜工、清潔雜工、洗碗碟雜工、管事、傳菜員、洗手間清潔員	10.8%	19.5%
3 麵包師傅、糕點師傅、廚師	7.8%	21.2%
4 餐廳主管、部長	6.5%	5.5%
5 調酒員、咖啡師、調酒師、水吧部長、水吧服務員	5.3%	8.9%

詳情請參閱附錄(b)。

學歷要求

就僱主於招聘廣告註明要求學歷一項，除了未有明確註明者，相對 2018 年，僱主的學歷要求有所提高。41.2% 註明「高中」程度，比 2018 年提高 26 百分點。2019-2020 期間，33.3% 要求文憑／證書／學徒訓練程度，而 2018 年只有 6.1% 招聘廣告有相關要求。

此外，今輪桌面研究中，只有 6.2% 廣告未有註明學歷要求，比 2018 年(48.1%) 下跌 41.9 百分點。

詳情請參考附錄(c)。

月薪幅度

除了未有明確註明薪金者，相對 2018 年，僱主於廣告提供的薪酬幅度中位數有所上升。50.8%廣告的月薪幅度介乎港幣 15,000 元至 20,000 元或以上，比 2018 年提高 27.9 百分點。

詳情請參考附錄(d)。

培訓需求

在職從業員和培訓機構

面對新常態及競爭日益激烈的行業環境，有需要更新和提高行業知識及技能如下：

a. 合規及規例 -

- 向高層至操作工級加強宣揚衛生、健康和安全規例，借鏡行內的優良做法，為各部門及處所度身制定指引。

b. 行業技能 -

- 透過增潤訓練及行業活動，淬鍊本地、地區，以至國際級廚藝及飲食專長，了解各地的發展和趨勢。
- 透過相互訓練及業界實習，更新行業知識與技能，以及激發新意念。
- 構思客人未來期待的菜單、食品及服務，進行研發，並探討如何在科技上配合。
- 調整傳統烹調方法配合個別客人的口味，並按現今客戶的健康和環保要求，選擇另類食材，

滿足其追求新奇精巧食物的心思。

c. 智能科技 -

- 管理社交媒體平台，以提高收入，建立品牌，聯繫客人，以及培養長期顧客。
- 掌握流動裝置和數碼應用程式，以便有效管理顧客服務週期，當中包括前線人員，特別是缺乏經驗或年長的新入職者運用軟件下單或操作新一代的點餐系統；督導員和經理級人員則可利用使用應用程式，作策略性採購以及編排工作時間表等。
- 加強視像軟件運用及短講技巧，以便透過網上會議、培訓和銷售工作，聯繫並打動業務伙伴。

d. 一般技能 -

- 善用專業知識及處理投訴技巧，應付線上線下的投訴，解決問題。
- 配合長遠業務規劃，靈活處理風險或未有預見的變化。
- 良好的自我管理、人際關係及溝通技巧。

職前課程學生

- 聚焦小組成員強調需填補僱主與新入職者之間的期望落差，以更佳挽留員工。一方面，業界應向業界新血推廣行業的吸引力，另一方面，學生亦需明白實際的工作環境，以及身為成功僱員或創業家，所需的熱誠與決心。

- b. 要吸引青年人，在教授行業知識及技巧外，課程應揉合方便而實用的內容，包括業界的數碼知識。
- c. 要令學生過渡至跨文化和全球化的社會，需要加強培訓文化敏感度、應用多種語言、以及掌握新興科技，為就業升學或成為積極國際公民作準備。

招聘上的挑戰

業內一直缺乏人力，尤其是操作工級員工。鑑於 2020 年 12 月至 2021 年 2 月期間，本港整體失業率達 7.2%；而飲食業為 14.1%，本以為招聘困難會有若干改善。雖然部分僱主因要控制成本，僅能維持最低員工數目，但其他僱主仍有招聘人手，並面對招募困難。聚焦小組成員一致認為，就中長期而言，待經濟恢復元氣，招聘困難的問題會持續。招聘困難之處及可能成因摘錄如下：

缺乏人才

本地和海外地區提供大量高等教育機會，現今的家長普遍支持子女升讀較高學歷課程，而不急於慇懃他們及早工作。加上整體出生率不斷下跌，要吸引較高學歷青年人入行，一直都不容易。

建議

為推動飲食業未來的發展，政府、培訓機構、企業培訓人員、僱主僱員應提供適切的人力訓練及措施，在下述範疇紓援業內人手短缺的問題：

人生價值觀

工作融合生活是平衡工作生活的變奏。大家都在物色能夠配合生活方式、家庭需要，以及個人抱負的工作。年輕一代傾向利用社會提供的創業及孵化業務支援，從事斜槓族、兼職人員或散工等工作，而不再循傳統途徑，選擇安定的工作。

市場競爭激烈

無論是全職或兼職，招聘操作工級人員不容易。部分新人因為未能接受業界快速的節奏、長工時、以及不吸引的薪酬，入職不久便離去。事實上，市場上對優秀服務態度的僱員有逼切需求，不只同業之間，其他服務業亦求才若渴，包括酒店、旅遊、零售、保安、地產管理等範疇。

形象誤解

飲食業乃一門專業，要求從業員充分掌握行業知識及技能，並有大量機會在本地、區內、以至國際平台展示創新創意和其他軟實力。單單著眼於行業的服務性質或工作環境，未免會忽略其優勝之處。

政府

- a. 帶頭推廣和資助由信譽良好培訓機構開辦的增潤或再培訓課程，以便推動持續進修的文化。
 - b. 增加配對基金的津貼，以便僱主聘用剛畢業的學生或來自其他行業的求職人士。
 - c. 資助或提供技術支援，讓行業更廣泛應用科技和推行自動化，尤其是中小型企業。
 - d. 與跨行業持分者合作，展示年輕人才和行業大賽優勝者的成就，以便建立形象吸引青年人入行。
-

培訓機構和企業培訓人員

- a. 設計培訓內容，包括國際技能標準、專題研習、未來數碼科技，以訓練學生利用設計思維，拆解行業難題，並提出可行解決方法。
- b. 在餐飲處所實習，有助學生適應實際的工作環境，並親身體驗有趣的工種，如糕餅師傅、咖啡師、茶藝師、婚禮及宴會統籌員等。食肆及培訓機構應在實習中，加入職場學習及網上評核元素，以便適時就學生的表現發出回饋，縮減業內人士與學生之間的期望落差。
- c. 隨著大灣區的發展，向學生、培訓人員及業內人士，提倡區內的培訓工作、交流、實習及事業發展機會。
- d. 職專教育除強調多元技能及一職多能，亦應不時更新從業員的行業

知識，了解最新發展，以及顧客的最新要求，例如教授國際精緻餐飲文化及酒類知識。

- e. 以學生為本的遊戲化訓練有助提升學習效率，讓學生利用智慧型行動裝置學習有趣內容。模擬真實業務流程和短期的訓練模式有助拆解特定問題，提高學習動機及專注力。
-

僱主

- a. 互相了解體諒的僱傭關係有助挽留員工。與團隊坦誠而開放的溝通，讓人清楚了解業務情況。大家懷有共同目標，加上共享利潤安排，均能加強員工的歸屬感及責任感。
- b. 培養終身學習的企業文化，認識行業最新發展，並支持員工自學新知識技能，以便透過技能測試或過往資歷認可機制，取得專業資格。
- c. 說故事能感動啟發年輕人考慮加入飲食業；而成功故事的經驗分享提供真實成功案例。專設的師友計劃可教導支持新入職者，鞏固初入職者在工作初段對行業的興趣，有助挽留員工。
- d. 年輕人喜歡視自己為締造改變者，能夠做出貢獻，特別是利用新科技提升工作環境、服務流程、廚房管理、可持續採購和食材的運用、以及廚藝手法。不少年輕人意識敏銳，了解客戶行為、喜好的溝通模式、消費習慣等，尤其是年齡群相若者。僱主認可他們的貢獻，善用其強項制訂業務策略，有助建立有利雙方的夥伴關係，進而營造愉快而

和諧的工作環境。

僱員

- a. 無論是否擁有飲食業經驗，各職級的從業員均需認識業內急遽的變化及最新發展，例如新科技的應用。僱員應善用政府不同的資助計劃，以及僱主的支持，參加跨部門及行業訓練課程，接受多元技能培訓，並更新知識，以及取得工作經驗的認證。學習全面的技能，不但裨益業務，更提高個人在新經濟下的升遷機會。
- b. 僱員應參與廚藝和飲食服務比賽及技能測試，拓展歷練，認識創新意念及行業的典範。

2019年12月至2020年11月期間
招聘媒體的網上招聘廣告比率 (按門類)

全職

門類 ^	經理及專業人員	督導員	技工及操作工	文員及其他員工	比較2018至2021期間 (按門類的總招聘廣告比率) *
中式酒樓	16.8%	22.5%	55.0%	5.8%	↓ 72.8%
非中式酒樓	15.0%	20.8%	57.8%	6.0%	↓ 62.7%
速食店	27.0%	21.3%	45.4%	6.4%	↓ 63.9%
提供飲料場所	21.5%	20.7%	49.5%	8.3%	↑ 20.2%
聚會餐飲及其他餐膳／膳食服務活動	20.4%	22.6%	47.2%	9.7%	↓ 45.0%
私人會所	14.1%	15.1%	65.3%	5.5%	↓ 37.0%
					↓ 53.7%

兼職

門類 ^	經理及專業人員	督導員	技工及操作工	文員及其他員工	比較2018至2021期間 (按門類的總招聘廣告比率) *
中式酒樓	0	0	100.0%	0	↓ 97.4%
非中式酒樓	1.8%	2.8%	90.5%	4.9%	↓ 89.4%
速食店	0	0	81.3%	19.0%	↓ 96.0%
提供飲料場所	0	2.8%	91.7%	5.6%	↓ 86.2%
聚會餐飲及其他餐膳／膳食服務活動	6.8%	0	86.4%	7.0%	↓ 96.3%
私人會所	0	0	87.5%	12.5%	↓ 89.5%
					↓ 92.1%

比較2018
全職及兼職之比率 ↓ 64%

備註:

^ 2021年特定門類之廣告比率計算方法：
(該職級在該門類的廣告數目/同一門類之廣告總數) x 100%

*2021 與 2018 年廣告數目之比較方式

- 2018年數據收集期：2017年第二季至2018年第一季；

- 2018年數據經由選定的網上招聘平台，於每季度抽選其中一個月的數據作分析；而2021年的數據則於2019年12月至2020年11月期間，每月在選定之招聘平台上收集。因此，2018年的數據按比例倍大以作比較之用。

2019年12月至2020年11月期間
招聘媒體的網上招聘廣告比率 (按職級)

全職

職級 #	經理及專業人員	督導員	技工及操作工	文員及其他員工
中式酒樓	4.8%	5.5%	5.1%	4.3%
非中式酒樓	45.8%	52.7%	55.5%	46.3%
快餐店	11.5%	7.7%	6.2%	7.0%
提供飲料場所	12.0%	9.8%	8.9%	11.9%
聚會餐飲及其他餐膳／膳食服務活動	19.3%	18.2%	14.4%	23.8%
私人會所	6.6%	6.0%	9.9%	6.6%
比較2018 (按職級的總招聘廣告比率) *	↑ 34.3%	↑ 11.1%	↓ 69.5%	↑ 48.4%
				↓ 53.7%

兼職

職級 #	經理及專業人員	督導員	技工及操作工	文員及其他員工
中式酒樓	0	0	2.2%	0
非中式酒樓	66.7%	90.0%	71.1%	55.2%
快餐店	0	0	6.3%	20.7%
提供飲料場所	0	10.0%	8.0%	6.9%
聚會餐飲及其他餐膳／膳食服務活動	33.3%	0	9.2%	10.3%
私人會所	0	0	3.4%	6.9%
比較2018 (按職級的總招聘廣告比率) *	↓ 50.0%	↓ 88.5%	↓ 92.8%	↑ 7.4%
				↓ 92.1%

備註:

2021年特定職級之廣告比率計算方法：

(該門類在該職級的廣告數目/同一職級之廣告總數) x 100%

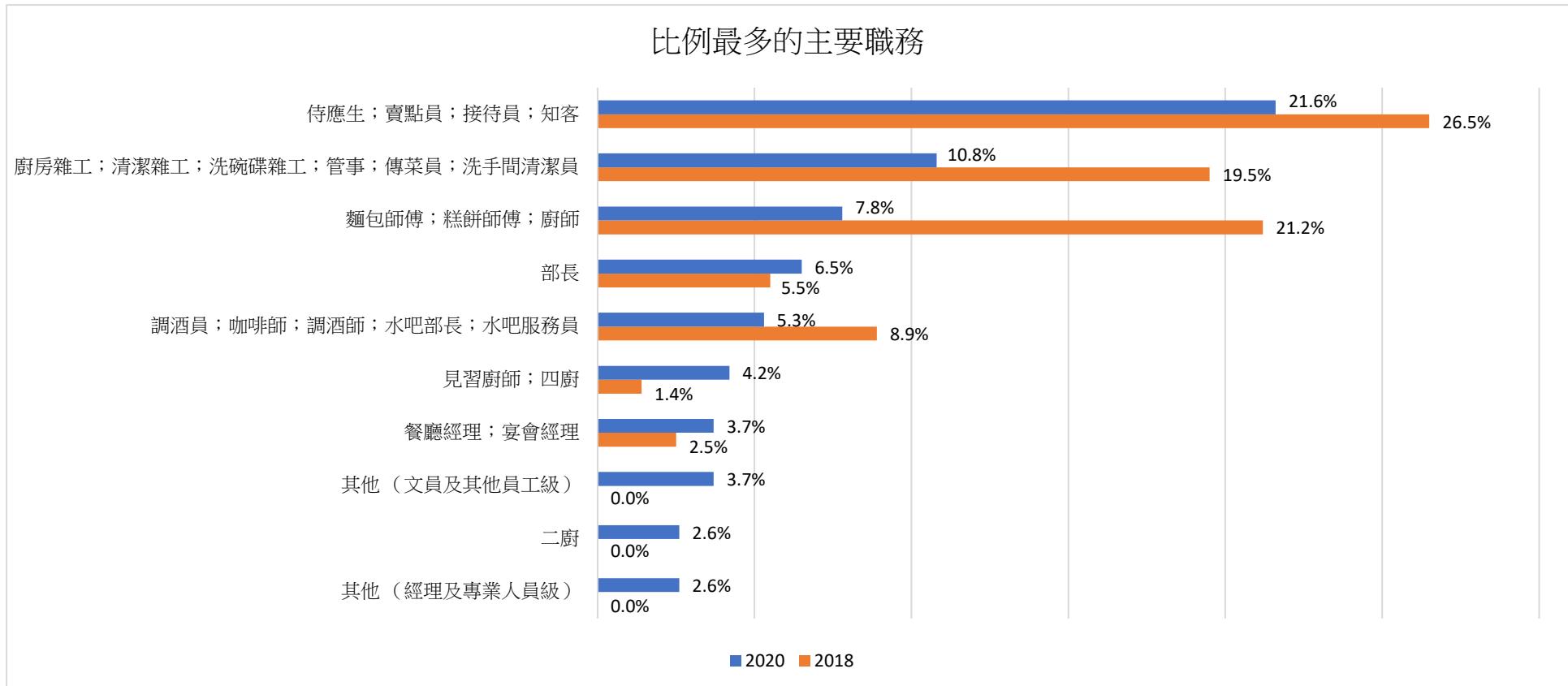
*2021 與 2018 年廣告數目之比較方式

- 2018年數據收集期：2017年第二季至2018年第一季；

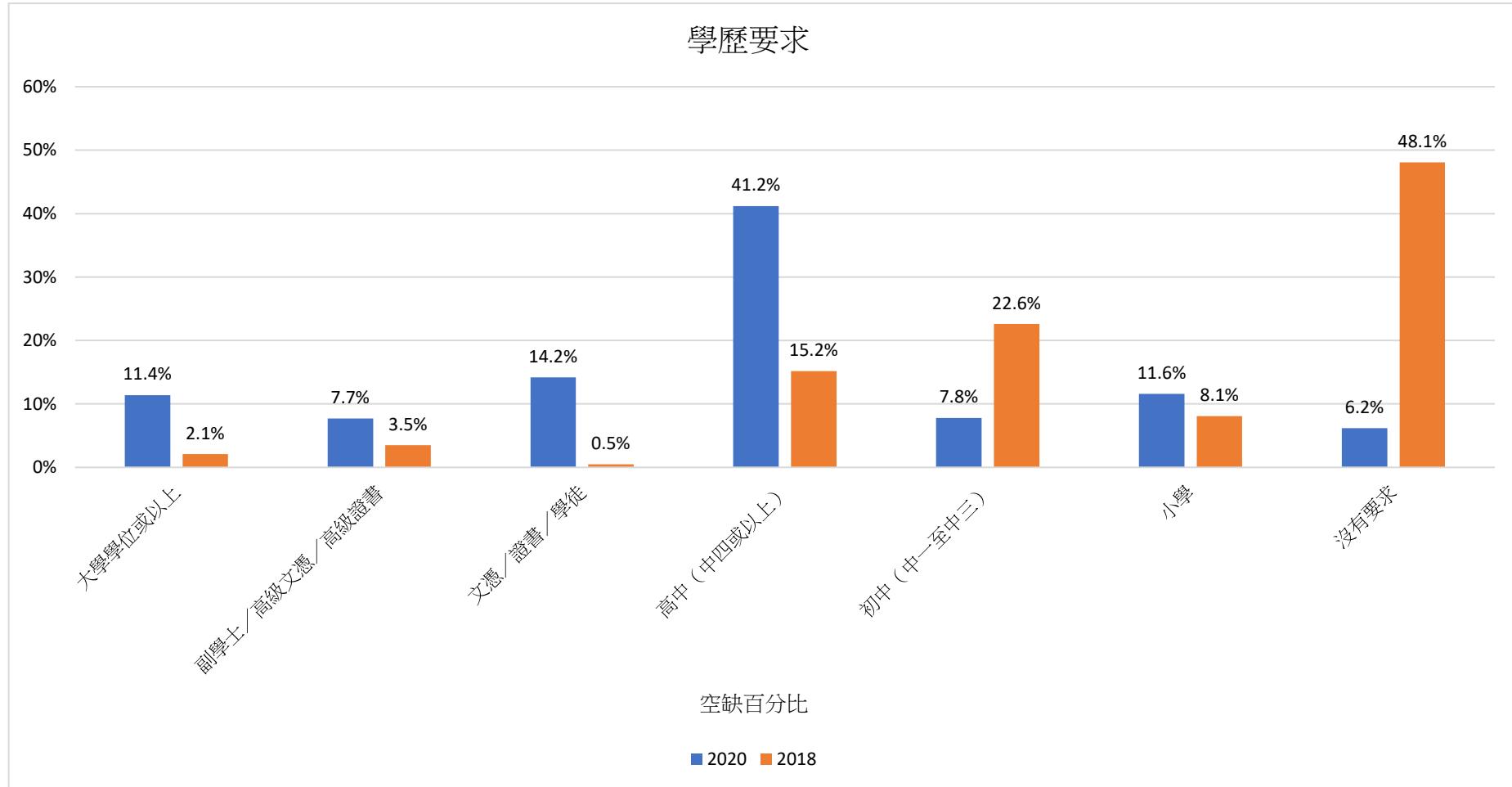
- 2018年數據經由選定的網上招聘平台，於每季度抽選其中一個月的數據作分析；而2021年的數據則於2019年12月至2020年11月期間，每月在選定之招聘平台上收集。因此，2018年的數據按比例倍大以作比較之用。

比較2018
全職及兼職之比率 ↓ 64%

2019 年 12 月至 2020 年 11 月期間
熱門招聘媒體的全職網上招聘廣告比率 (按職務)



**2019 年 12 月至 2020 年 11 月期間
熱門招聘媒體的全職網上招聘廣告比率（按學歷要求）**



**2019 年 12 月至 2020 年 11 月期間
熱門招聘媒體的全職網上招聘廣告比率（按月薪幅度）**

