

媒體及傳訊業訓練委員會



人力更新報告  
媒體及傳訊業  
2022



# 2022 年媒體及傳訊業 人力更新報告

職業訓練局

媒體及傳訊業訓練委員會

## 鳴謝

媒體及傳訊業訓練委員會特此鳴謝聚焦小組成員抽空參與聚焦小組討論，對媒體及傳訊業人力情況提供寶貴意見。特別感謝以下機構分享其職位空缺資料庫：

- (i) CPJobs ([www.cpjobs.com](http://www.cpjobs.com))
- (ii) 勞工處 ([www.jobs.gov.hk](http://www.jobs.gov.hk))
- (iii) JobsDB ([hk.jobsdb.com](http://hk.jobsdb.com))
- (iv) Recruit ([www.recruit.com.hk](http://www.recruit.com.hk))
- (v) CTGoodJobs ([www.ctgoodjobs.hk](http://www.ctgoodjobs.hk))

聚焦小組成員的意見與主要招聘網站的資料均為本報告不可或缺的部分。

## 目錄

---

<b>引言</b>	<b>1</b>
背景 目的	
<b>調查方法</b>	<b>3</b>
概要 聚焦小組會議 桌面研究 資料分析 局限	
<b>調查結果</b>	<b>4</b>
影響媒體及傳訊業發展的因素 人力需求 培訓需要 招聘上的挑戰	
<b>建議</b>	<b>12</b>
接觸業界瞭解行業實況 吸引數據人才 挽留業界人才 培育藝術科技人才 開拓元宇宙 法例與合規培訓 提升大眾的媒體資訊素養	
<b>附錄</b>	<b>14</b>

---

# 引言

## 背景

媒體及傳訊業訓練委員會（下稱「本會」）由香港特別行政區政府委任，隸屬職業訓練局(VTC)。根據職權範圍，

本會負責確定媒體及傳訊業界的未來人力需求、評估人力供求是否平衡，並向 VTC 就發展職業專才教育設

施作出建議，配合所評估的培訓需求。

本會採取新模式蒐集人力資訊，以便更能反映各行業的人力市場現況。

新模式的做法是每四年進行一次全面的人力調查，期間輔以兩份人力更新報告。本會於**2019**年完成全面的人力調查，兩次人力更新分別於**2022**年和**2023**進行。

本人力更新報告包括：

(a) 透過聚焦小組會議蒐集業界專家意見，以了解媒體及傳訊業的最新發展、人力與培訓需要、招聘困難及解決業界面對挑戰的措施；以及

(b) 進行桌面研究及分析招聘廣告，包括媒體及傳訊業內主要職務、所需學歷、經驗和技能，以及所提供的薪酬。

## 目的

本人力更新報告旨在：

- (i) 研究行業最新趨勢及發展；
- (ii) 探討就業市場情況及培訓需求；
- (iii) 了解招聘上的挑戰；以及
- (iv) 建議措施以滿足培訓需求和舒緩人力短缺問題。

# 調查方法

## 概要

本更新報告參考了2019年媒體及傳訊業全面人力調查，旨在透過聚焦小組會議所蒐集有關行業最新發展的意見提供定質描述，並以由桌面研究所得的招聘廣告定量數據作補充。

## 聚焦小組會議

聚焦小組會議成員均為以下媒體及傳訊業的代表：

### 新聞業

1. 報紙
2. 雜誌
3. 電台及電視台的新聞及資訊部
4. 新聞通訊社

### 數碼／新媒體業

5. 數碼／新媒體

### 廣告與公共關係業

6. 公共關係服務供應商
7. 廣告公司、代理及其他廣告服務
8. 公司或機構內的企業傳訊／公共關係／廣告／市場部

### 媒體製作業

9. 製作公司

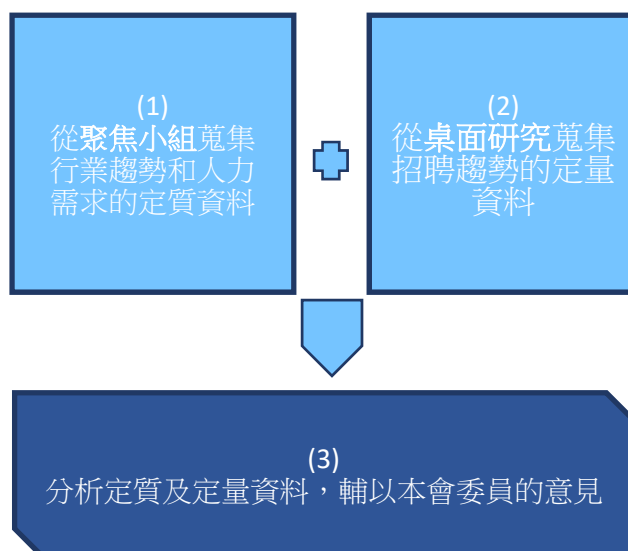
本會於2022年2月16、21和28日分別進行了聚焦小組會議。會上討論已作錄音並轉成文字記錄，以便整理分析。

## 桌面研究

本會建立了資訊系統，蒐集2020年第四季至2021年第三季期間主要招聘網站的相關招聘數據。蒐集的資料與政府統計處制訂的《香港標準行業分類》內的媒體及傳訊業相關公司列表比對，刪除重複紀錄後，在研究期內共收集了7,400宗招聘紀錄，用作研究就業市場趨勢的參考資料。

## 資料分析

分析資料按以下三個步驟進行：





## 局限

是次人力更新並非全面的人力調查，加上聚焦小組會議的結果及建議以定質資料為主，所以本報告主要著重人力趨勢的分析。職位空缺資料來自主

要招聘網站及勞工處，並未涵蓋其他招聘途徑，例如透過獵頭公司招募管理層職位等。由於資料屬某個時段蒐集所得，並無參照任何過往數據，故桌面研究的結果僅作為聚焦小組結果的補充，以供參考。

# 調查結果

## 影響媒體及傳訊業發展的因素

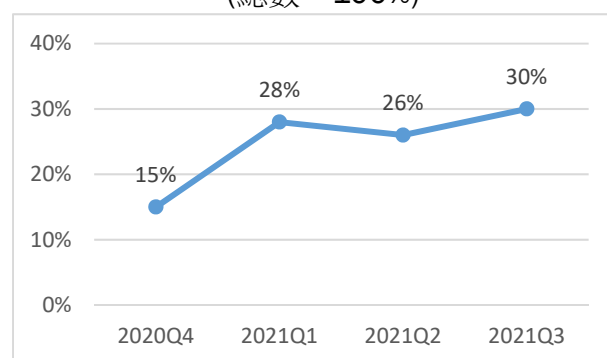
### 新冠疫情的影響--萬變中的靈活思維

新型冠狀病毒病改變了全球的工作模式。第五波疫情於2022年2月至3月期間肆虐香港，感染率急增至2020年以來最高，媒體及傳訊業也因而需在管理人力上採取更大彈性。大部分新聞、廣告與公共關係機構均採納了混合工作模式以盡量減少疫下的個人社交活動。聚焦小組指出上述界別的業者適應能力頗高，能善用線上會議工具和雲端軟件實現交替在家和在辦公室工作的安排。廣告與公共關係界也利用科技聯繫不同地區的辦公室，促進合作和數據、經驗與資源共享。然而，新冠疫情期間的邊境管控措施成了業界的重大挑戰，因為新聞與數碼媒體公司均難以前往海外採訪新聞或實地取景。此外，由於家居環境較難設有攝錄和專業級後製設備，所以媒體製作業難以採用混合工作模式。

如圖 1 所示，隨著經濟活在後疫情的新常態中逐漸恢復，業界也招募較多人手。

圖 1

2020 年第四季至 2021 年第三季  
招聘廣告百分比分布  
(總數：100%)



### 消費模式

在後疫情時代，消費者已養成了線上購物的新習慣。隨著電子商貿市場繼續擴張，品牌對數碼營銷的需求也與日俱增。新冠疫情無疑對經濟活動構成廣泛影響，旅遊、飲食和酒店業更是大受打擊；然而另一方面，疫情也促進了美食速遞和醫療業等業界對廣告與公共關係服務需求，爭相製作相關媒體宣傳活動。由可信傳媒機構提供的線上新聞報導，繼續成為公眾偏愛的防疫措施新知接收渠道。觀眾也對直播視頻和社交媒體上的新聞帖文表示歡迎。過去兩年出外旅遊大受限

制，生活數碼媒體遂把內容主題轉移到本地消閒消費，包括本地團、本地飲食和宅度假等。

### 影片內容需求有增無減

疫情期間，戲院大部份時間暫停開放，市民於是改以線上影片串流平台為娛樂。線上內容對影片製作與視覺效果需求甚殷。因應防疫採取的出入境管控措施，令節目只能在本地攝製。直播節目和真人騷受歡迎度大增。

線上元素也成了廣告與公共關係服務不可或缺的部分。疫情期間的活動規劃需要保持靈活，廣告與公共關係公司於是提供混合服務，例如把展覽分為線上虛擬參觀和線下實體舉行，後者視乎當時公佈的最新社交距離措施而定。在電視台以外的數碼媒體機構方面，大部分業者均要求記者能夠使用輕便設備來製作短片，以在社交媒體上發表。

### ESG 與共情營銷

新冠肺炎引發的全球危機對個人與家庭均構成深遠影響，企業在疫情下越來越重視環境、社會及管治（ESG）策略。大部分客戶都經歷了人生中最艱難的時期，身心與財務皆備受打擊。企業須展現對客戶的關懷，否則或會對品牌造成負面影響。廣告、公共關係和企業傳訊業需要幫助大小企業重新思考應有角色，透過行動和宣傳活動反映同理心和人情味。例如，李嘉誠基金會便捐出了約 7,000 萬港元抗疫，包括支持香港私家醫院接收非新冠肺炎患者以減輕公營醫療系統壓力、資助長者院舍購買防疫物資，以及幫助惜食堂在疫情期間向弱勢社群提供膳食。

### 記者的挑戰

公眾依賴新聞機構就最新疫情發展與相關政策提供準確的最新消息。然而，新聞業在過去幾年經歷了重大改變。港區國家安全法實施、多家本地新聞機構相繼結業、錯誤資訊充斥，還有新的政經與社會環境，為媒體帶來很多新挑戰。聚焦小組同意，在充滿不確定性的時候，編輯在守護新聞質素方面擔演更重要的角色，而且需要更多支持以熟識新法例，以及就錯誤資訊教育公眾。雖然部分記者在重大挑戰中決定轉行，選擇留下來的需要適應新環境和探討進一步發展的空間。

## 科技

### 元宇宙

元宇宙是一個沉浸式虛擬世界，由虛擬實境、區塊鏈和 5G 科技的先進發展驅動。元宇宙在零售、娛樂、體育和教育所營造的全新沉浸式經驗越來越受歡迎。在元宇宙這個虛擬與真實世界交匯的環境中，人們建構自己的虛擬身份、參與活動、創作內容、購買物件和與朋輩互動。

元宇宙為品牌提供讓客戶增添歸屬感的機會。時裝品牌是其中一個最早踏足元宇宙的界別，透過在虛擬時裝展覽和遊戲推出非同質化代幣（NFT）和數碼可穿戴物件來吸引消費者。聚焦小組表示，現時大部分品牌尚在探索如何為元宇宙制訂能有效創造價值的營銷策略。小組同意廣告與公共關係服務商應開始發掘元宇宙的能力、思考應提供哪些服務，以及採用哪些新指標來衡量元宇宙的營銷表現。



## 藝術科技

藝術與科技結合已成為藝術發展的新趨勢。藝術創作應用擴增實境、延展實境、實時動畫等沉浸式科技來提升受眾的互動參與和身歷其境的體驗。香港特區政府在2020年的施政報告提出，藝術科技是其中一項策略計劃，將投放資源支持和推廣這方面的發展。聚焦小組相信，當擁有新設備的文博空間在劇目、表演或展覽中應用相關科技，令市民得以享受逼真體驗，大眾便會更認識藝術科技。

儘管虛擬實境頭戴式裝置等硬件仍未普及，但醫療、教育、遊戲和零售等業界已從沉浸式科技中獲益。同樣地，在體驗式營銷方面，採用沉浸式科技讓目標使用者在期間限定的宣傳展覽亭、陳列室、試身室、遊戲或體育活動等場合內體驗虛擬實境，有關做法將會成為未來數年的新焦點。

## 數據分析

廣告與公共關係業已廣泛使用演算法和人工智能，範圍涵蓋由程序化營銷、社交媒體監察，以至客戶訊息和電子商務個人化等。營銷業者可以透過各式各樣的數據分析工具來瞭解客戶，同時根據所收集得來的海量數據監察宣傳活動成效。聚焦小組認為，即使市場上有採用人工智能，但人類智能仍會保持必要元素的地位。為獲取有用的資料來優化宣傳效率，除了需要分析工具，也需要深入瞭解本地語言和環境，這些都是軟件難以單獨實現的。新聞業方面，聚焦小組留意到數據新聞報導是近年的焦點。根據不同來源的數據與資訊進行定量分析來說出的新聞故事，能為讀者提供更全面的視角。

## 政策

### 國家安全法

港區國家安全法（國安法）於2020年6月正式實施。聚焦小組表示新聞業憂慮新聞機構的前景，因為自國安法實施後，兩年來已有數家傳媒機構結業。新聞業面貌改變，令人才流出至其他行業或地區。部分應屆畢業生或即將畢業的學生考慮到事業前景，加上新聞媒體機構結業後實習職位減少，所以決定不入行。聚焦小組認為編輯作為新聞質素的守關者，在新實施法例的挑戰面前更任重道遠，應致力回應公眾在錯誤資訊與假消息充斥下的需要，幫助他們獲得真誠可信的新聞。

## 人力情況

### 先進科技

媒體與傳訊無疑是其中一個在運作和演示中高度採納科技的界別。媒體公司不斷演進，把工作流程自動化、採用人工智能提供個人化的閱讀或觀影體驗，並透過擴增或虛擬實境等科技來說故事。讀者和觀眾享受的嶄新體驗，是努力擁抱科技業者的創意和努力成果。

### 人力調整

根據2019年更新報告和調查報告書的資料，新入行年輕人希望獲得較佳事業機會，所以五大職位主要來自編輯／製作／行政級別，包括記者、設計師、客戶主任等。最近一次桌面研究於2020年第四季至2021年第三季進行，該次研究顯示五大職位已換成主任或以上級別，即中層經理或總監。流失率可能源自移民潮，與聚焦小組觀察相

若。挽留富經驗員工和爭取他們的歸屬感都是僱主面對的主要挑戰。除了人才外流，多家媒體機構結業也令部分記者嘗試以獨立記者身份在社交媒體或線上訂閱平台發表。

## 僱員期望

年輕人較喜愛混合工作模式，而且要求聘用條件有較大彈性。追求自主的年輕人會歡迎自由工作或兼職委聘。

管理諮詢公司麥肯錫<sup>1</sup>的調查報告顯示，僱員最希望僱用機構改善的，是工作與生活支持；如機構不提供混合工作模式，年輕僱員（18-34歲）有較大可能離職。然而，聚焦小組指出，只有撰稿員或專業創作人等不太要求協作的崗位，才可以在聘用模式中加入較多彈性。某些崗位不可以選擇以自由工作或混合模式聘用，例如是處理保密要求高的數碼營銷表現數據工作。

## 培訓實務

媒體及傳訊業業者有一個良好習慣，就是透過網上研討會、工作坊、線上國際會議或線上教學短片等渠道更新自己的專業技能。聚焦小組留意到大部分業者均樂意在網上尋找學習資源來

學習新技能或提升技巧，所以能在數碼時代繼續掌握最新的科技、商業模式和現代營銷方法。在僱主方面，聚焦小組發現業內機構於疫情期間，在不同地區的工作間安排了更多線上知識共享，推動交流。

儘管自疫情爆發以來，業界已廣泛接受培訓和同業機構舉辦線上會議、研討會和會議，聚焦小組認為創意很多時候都源自工作間，因為人們能夠聚集、討論，和親身參與互動。

## 機會

### 新聞業

隨著新冠疫情逐步緩和，出入境管控與檢疫措施放寬，新聞媒體可以恢復派記者外訪報導外地新聞的做法。在移民潮下留下來的年輕記者也將得到更多事業晉升機會。

### 數碼／新媒體

品牌可以透過元宇宙提供新的虛擬體驗。新媒體公司是時候提高知名度，並尋找與消費者互動的方法，和為業務製造機會。

<sup>1</sup> Dowling, B., Goldstein, D., Park, M., & Price, H. (2022年4月20日). *Hybrid work: Making it fit with your diversity, equity, and inclusion strategy* (混合模式工作：配合你多元化、公平和共融政策). 麥肯錫公司。2022年5月9日擷取自 <https://www.mckinsey.com/business-functions/people-and-organizational-performance/our-insights/hybrid-work-making-it-fit-with-your-diversity-equity-and-inclusion-strategy?cid=other-eml-onp-mip-mck&hlkid=55e8db702fc54fdfae1624dc95125aba&hctky=13330575&hdpid=7996860d-4738-4397-924d-1a77fd5212ce>

## 廣告與公共關係

業界應把握機會，以元宇宙作為舉辦各種活動的新平台，吸引公眾注意和與目標客戶互動。旅遊與社交活動復常，也將支持經濟復甦，推動宣傳與活動服務的需求。

## 媒體製作

隨著香港與中國內地通關，而相關後期製作活動恢復，海外取景拍攝將再次變得可行的。元宇宙內容製作的需求也會與日俱增，例如虛擬地貌和建築物、分身、NFT 藝術品、數碼可穿戴裝置以及虛擬表演和活動。

# 人力需求

## 桌面研究

在2020年10月至2021年9月期間，桌面研究從主要招聘網站收集了共7,413則媒體及傳訊業的招聘廣告。表1載列了業內需求最為殷切的五大職位。對比2019年人力調查報告書所收集的數據，五大需求最為殷切的職位中，有四類職位屬於經理或主任級別，與2019年時空缺以執行人員級別為主形成對比。

表 1 需求最殷切的職位空缺

五大招聘職位 (2020-21)	五大招聘職位(2019)
1. 市場經理	1. 市場主任
2. 助理市場經理	2. 客戶經理
3. 設計師	3. 客戶主任（公關）；公關主任
4. 市場總監	4. 製作助理
5. 廣告經理	5. 記者
佔所有招聘廣告 50.4%	佔所有招聘廣告 70.5%

如表2所示，桌面研究結果顯示，僱主最需要的技能是數據分析，因為要提升機構表現和宣傳活動效果，均需要從受眾或客戶數據中獲得有用資訊。由於線上商業市場變化多端，加上品牌亟欲開拓線上市場的渠道，所以電子商貿技能也備受追捧。數據分析與電子商貿技能都是營銷人員的關鍵技能。

表 2 需求殷切的技能

五大技能 (2020-21)	最相關職位
1. 數據分析	市場主任 市場經理 市場總監 數碼媒體策略師
2. 電子商貿	如上
3. 影片編輯	設計師 市場主任 電視監製
4. 影片拍攝	設計師 電視監製
5. 關鍵意見領袖 (KOL)	客戶經理 (公關) 客戶主任 (公關); 公關主任 市場主任 市場經理

## 培訓需要

基於業界趨勢和發展，加上聚焦小組的意見，媒體及傳訊業要求的技能簡列如下：

### 行業特定技能

1.	掌握 <b>數據分析</b> 技能，可從用戶數據分析出有用資料，有助媒體機構或客戶制訂數碼策略，藉以改善流量或廣告效益。
2.	瞭解 <b>國家安全法</b> ，以及它對新聞機構運作的影響。
3.	直播節目的 <b>視頻製作</b> 技能 - 新興科技讓視頻節目五花八門，例如與身處不同地方的歌手和音樂人同步攜手製作音樂表演；使用 <b>LED</b> 投影牆製作的實時節目等。
4.	<b>藝術科技</b> 技能是應用科技擴展藝術創作、互動參與和沉浸式經驗可能性的製作才能 - 例如是為擴增／虛擬現實製作 <b>3D</b> 模型、創造 <b>3D</b> 場景（使用 Unreal、Unity 等工具）
5.	記者必須掌握 <b>數碼新聞報導</b> 技能。在數碼媒體，影片內容在新聞報導中擔任重要角色。文字、影片內容與數據可視化應能互相配合，藉以提升新聞的可讀性。
6.	<b>危機管理</b> 在後疫情時期有著非常重要的作用，能幫助客戶應對在變種病毒威脅下不斷改變的社交距離要求。



## 通用技能

1.	<b>項目管理技能</b> - 媒體製作是跨團隊合力的工作。除了充分瞭解業界的科技，項目經理也應能與團隊保持良好溝通，並確保項目的每一部分都符合標準，而且能以預設的預算和時間完成。
2.	<b>語言能力</b> - 媒體及傳訊業要求僱員能有效率地以中英雙語讀寫和創作內容，新聞和廣告與公共關係界別對此特別有要求。
3.	<b>解難技能</b> - 意料之外的情況經常在後疫情時代出現。業者須隨機應變，運用創意思出新的解決方案。

## 招聘上的挑戰

### 數據人才

業界急需在數據分析方面招募經驗豐富的人才。銀行、金融、保險等已數碼轉型的行業非常歡迎修讀數據科學或統計學的數據分析員或數據工程師。聚焦小組指出，媒體與傳訊公司認為難以聘用具優良本地經驗的數據分析人才。

### 移民潮

業界人力以年輕人為主。聚焦小組留意到移民潮已對業界造成影響。隨著英國、加拿大、澳洲相繼放寬移民門檻，不少年輕僱員和中層專業人員已離開香港，令業界人才流失情況加劇。人力資本對業界非常重要。聚焦小組同意跨地區合作或在短期內可行，但僅適用於部分職位，而且全球爭奪人才的情況將繼續嚴峻，預料移民潮將於本年進一步推高流失率。

### 年輕記者

聚焦小組表示近年越來越少年輕人加入新聞業。部分原因來自業界所面對重大挑戰和前景未明，而且業內其他界別能提供更具有吸引力的報酬待遇。

# 建議

## 接觸業界瞭解行業實況

業界應與教育界攜手，向年輕人說明媒體及傳訊業的最新發展。媒體學生在學期間固然是滿腔熱誠，希望製作自己的作品。他們也應培養對業界標準的真實瞭解，而且明白團隊合作思維，才可以在業界長遠發展。

## 吸引數據人才

媒體及傳訊業需要與其他行業爭奪數據人才。由於科學與工程學生並不熟識業界，媒體、廣告與公共關係協會應把推廣業界性質、事業機會和未來前景的工作，延伸至數據科學畢業生。僱主應檢討數據人才的薪酬、福利和工作模式，以保持勞動市場中的競爭力。

## 挽留業界人才

香港是知識型經濟，很大程度上需依賴人力資本才會成功。為吸引和挽留技能與經驗兼具的媒體與傳訊人才，業內僱主和業界或需審視現時提供的條件、採納家庭友善的工作模式和改善共融性。廣義而言，生活質素是人才決定香港是否適合成家立室、工作、學習和生活的考慮因素。政府改善香港

宜居性的政策<sup>2</sup>，特別是身心健康、環境質素、年幼子女的教育等，將有助香港在全球爭奪人才中重獲競爭優勢。

## 培育藝術科技人才

虛擬實境頭戴式裝置和智能眼鏡等新裝置湧現市場，加上元宇宙不斷發展，在媒體製作、表演或展覽應用沉浸式科技，將為藝術科技人才開拓機會。由香港知專設計學院提供的新課程「藝術科技高級文憑課程」針對兩個藝術與創意產業對藝術科技人才可預見的人力需求，包括：(1) 虛擬製作；(2) 表演節目。學生將具備藝術觸覺和製作才能，能應用擴增實境、延展實境、實時動畫等科技來擴闊藝術創作、互動參與和沉浸式體驗的可能性。

## 開拓元宇宙

隨著元宇宙演進和吸引更多用戶，更多機構與品牌將涉足這個創新與虛擬體驗的新國度。因此，業界（特別是廣告與公共關係公司）必須讓僱員熟識和緊貼元宇宙的急速發展，並深入認識擴增現實、虛擬現實、區塊鏈和數據分析。

在策略性地將元宇宙融入全面規劃之前，業界需反覆進行大量測試和學習，才可為客戶提供專業意見，讓他們獲

<sup>2</sup> 立法會秘書處。(2022年6月)。《全球爭奪人才》(2019-2020年第2期研究簡報)。資料研究組。英語版：<https://www.legco.gov.hk/research-publications/english/1920rb02-global-competition-for-talents-20200601-e.pdf>；中文版：<https://www.legco.gov.hk/research-publications/chinese/1920rb02-global-competition-for-talent-20200601-c.pdf>

取最大利益。

## 法例與合規培訓

---

為把風險盡量降低，媒體機構應瞭解國家安全法(國安法)如何影響記者的工作。僱主與業界協會應邀請法律專家，就國安法和媒體法例提供培訓，讓業內由行政人員到記者的各級人士都能專業地謹守崗位而不會觸犯法例。媒體與傳訊學生的職前培訓課程大綱應包括相關的資料，為畢業生在真實環境下工作做好準備。

## 提升大眾的媒體資訊素養

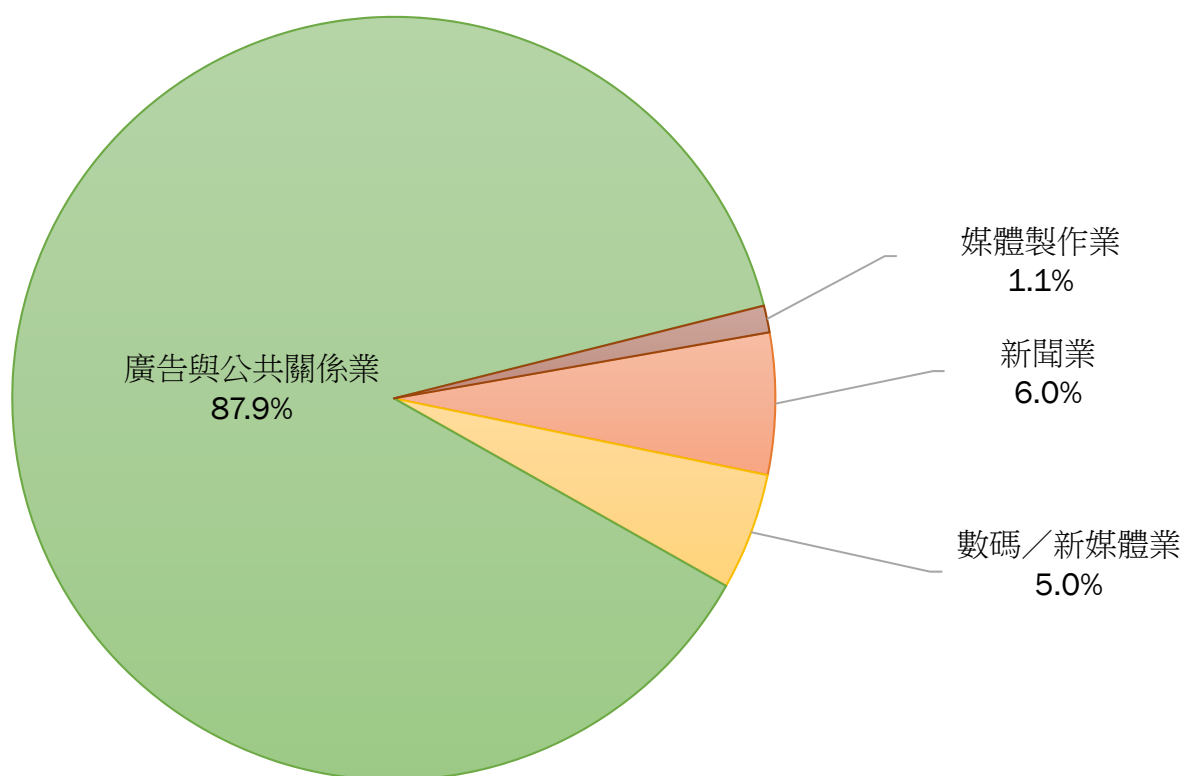
---

準確中肯的新聞有助人們瞭解世界，讓他們能作出明智決定和參與社會事務。然而，隨著新聞環境被數碼和社交媒體平台改變，演算法控制著獨立、高質素、可信性高的新聞和分析的發放，受眾需要在眾多爭相瘋傳的假新聞與錯誤資訊中識別出準確和可信的新聞。芬蘭於2016年起把多平台資訊素養和扎實的批判思考納入小學課程，成為跨學科的核心組成部分<sup>3</sup>。事實查證、慎重思考、詮釋和評估資訊，正是學生學習對抗錯誤資訊與假消息的不二之法。一般香港市民缺乏辨別真假新聞的知識，業界是時候提升相關認知，令可信和可靠新聞的價值能獲得認同，讓記者的工作獲得支持，而新聞自主得以延續保留。

---

<sup>3</sup> Henley, J. (2020年2月5日)。How Finland starts its fight against fake news in primary schools (芬蘭於小學打擊假新聞)。英國《衛報》。2022年5月9日擷取自 <https://www.theguardian.com/world/2020/jan/28/fact-from-fiction-finlands-new-lessons-in-combating-fake-news>

2020年第四季至2021年第三季在熱門媒體刊登的招聘廣告百分比分布  
(按行業劃分)



2020 年第四季至 2021 年第三季在熱門媒體刊登的招聘廣告百分比分布  
(按技能等級劃分)

