

美容及美髮業訓練委員會



人力更新報告
美容及美髮業
2022



鳴謝

承蒙焦點小組成員抽空對保健、養生及相關產業的人力情況提供寶貴意見，亦特別鳴謝求職招聘平台 CPJobs 及 CTgoodjobs 提供旗下的職位空缺資料庫作參考。本更新報告已記載焦點小組及美容及美髮業訓練委員會委員的意見，同時收錄主要招聘網站的資訊，美容及美髮業訓練委員會特此致謝。

目錄

引言	1
I. 背景	1
II. 目的	1

調查方法	2
I. 概要	2
II. 焦點小組會議	2
III. 桌面研究	2
IV. 資料分析	2
V. 局限	3

調查結果	4
I. 保健、養生及相關產業最新發展趨勢	4 – 6
II. 未來人力需求	7
III. 培訓需求	8 – 9
IV. 招聘及挽留人才的挑戰	10

建議	11
I. 政府	11
II. 培訓機構	11 – 12
III. 僱主	12
IV. 僱員	12

引言

背景

美容及美髮業訓練委員會（下稱「本會」）隸屬職業訓練局，由香港特別行政區政府委任成員。根據職權範圍，本會負責確定美容及美髮業的人力需求，評估人力供求是否平衡，並按照評估的培訓需求，向 VTC 提供發展業內職業專才教育和設施的建議。

在新模式下，全面的人力調查每四年進行一次；期間輔以兩份人力更新報告。本會於 2020 年完成了人力調查，兩次人力更新報告分別於 2022 年和 2023 年進行。

2022 年人力更新報告包括：

- (i) 透過聚焦小組會議蒐集業界專家意見，以了解業內最新發展、人力和培訓需求、招聘困難及行業應對挑戰的措施；以及
- (ii) 透過桌面研究蒐集招聘資訊，分析招聘廣告內容。

目的

人力更新報告旨在：

- (i) 研究行業最新趨勢及發展；
- (ii) 探討就業市場及培訓需求；
- (iii) 辨識招聘及挽留人才面對的挑戰；以及
- (iv) 建議措施應對人力及培訓需求。

調查方法

概要

本更新報告參考了美容及美髮業 2020 年度人力調查報告，透過聚焦小組會議，以定性方式描述業內近期發展，並進行桌面研究，參考招聘廣告的定量資料，以作補充。

焦點小組會議

是次焦點小組會議的主題是針對「保健、養生及相關產業」的最新人力發展，旨在蒐集相關界別的專家對業內最新趨勢及發展的意見，包括人力情況、培訓需求、招聘上及挽留人才的挑戰等。小組成員包括以下類別代表：

- (i) 美容保健服務（包括儀器應用）
- (ii) 體重管理、體適能、健身
- (iii) 保健食品、食療、營養

本會於 2022 年 7 月 12 日舉行了焦點小組會議，由秘書處人員主持，帶領成員深入探究本會人力調查工作小組所訂出的議題。會上討論內容已作錄音並轉成文字記錄，以便整理分析。

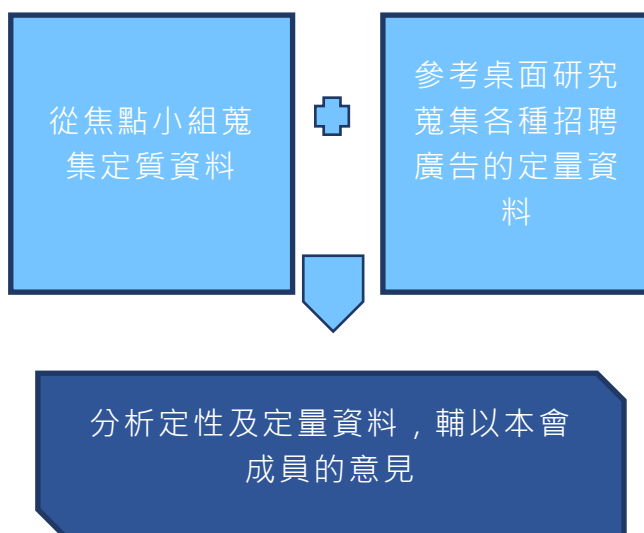
本會隨後於 7 月 15 日，與一名未能參與上述焦點小組會議的業界專家訪談。另外，本會亦透過電話訪問方式，分別在 7 月 19 及 20 日向額外兩名體適能業界專家訪談，進一步了解其界別的人力發展。

桌面研究

桌面研究透過綜合資料庫蒐集主要招聘網站的相關招聘資料，並按 2021 年第二季至 2022 年第二季期間蒐集人力資料包括招聘廣告數量。研究期間，共蒐集約 7,766 宗招聘紀錄用作就業市場趨勢的參考資料。相關資料會與《香港標準行業分類》的相關公司列表比對，在刪除重複紀錄後，用作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，加上焦點小組會議的結果及建議以定性資料為主，所以本報告主要著重人力趨勢的分析。

此外，職位空缺資料來自主要招聘網站及勞工處，並未有覆蓋其他的招聘渠道，例如：透過獵頭公司招聘的管理層職位、商業社交網站的推薦及招聘活動等。再者，由於資料屬某個時段蒐集所得，並無參照任何過往數據，故僅供參考，以補充焦點小組得出的結果。

調查結果

保健、養生及相關產業的最新發展趨勢

「長壽之都」的隱憂

根據香港政府統計處在 2021 年 11 月發表的專題文章（「1986 年至 2020 年香港死亡趨勢」）¹報導，香港男女平均壽命續為全球之冠，男性及女性平均預期壽命分別為 82.9 歲及 88 歲。本港人口壽命日益延長，使香港被貫稱為「長壽之都」，但同時亦為人口結構、勞動力和經濟帶來巨大的變化。

受過去兩年多的疫情影響，政府曾規定第 599F 章的相關表列處所四度停止營業，當中包括美容院、按摩院及健身中心等界別。此項措施令相關界別面對非常嚴峻的時期。一些美容院及健身中心皆出現結業情況。部分從業員亦需轉型。儘管如此，業界依然表示，隨著香港人口不斷老化，市民越來越關注自身健康，對保健、養生服務和產品的需求也不斷增加。

痛症的保健服務需求大增

近年，城市生活節奏越趨急促，工作時間長及壓力大。大部份市民缺乏適當運動及休息，故出現各種「都市痛症」，例如頭痛、肩頸痛、腰背痛等。這亦視為最常見的健康問題。因此，針對痛症的保健服務近年需求大增。

針對上述痛症市場的發展，越來越多美容集團紛紛轉型，提供一站式的保健及養生美容服務。其服務範疇包括保健按摩（包括使用不同手法或儀器輔助的療程）、頭皮護理、修身和產前產後護理等。

體適能界別方面，部份健身教練與脊醫或／和物理治療師合作，開設伸展運動／痛症治療中心，透過非藥物治療提供各種舒緩痛症及改善肌肉等問題的保健服務，包括強化肌肉訓練、運動按摩、伸展和復康訓練等。

體適能、運動與健康的重要性日益增加

疫情期間，政府勒令所有體育及運動場所多次關閉，改變了市民的運動習慣及方式。亞洲運動及體適能專業學院²於 2022 年 6 月時進行一項「第五波疫情期前後的運動習慣」的調查，發現超過一半的受訪者因為疫情期間在家工作及減少外出，以致體重增加。

隨著公眾人士對運動意識增強，部分業界人士亦看準了疫情下有些店舖／商業大廈下調租金，紛紛嘗試創業及開設運動／健身中心。其中以「24 小時健身中心」在逆市中擴張。第四屆香港健身

¹ 原文網址：香港平均壽命續冠全球 | 男 82.9 歲、女 88 歲 | 教 6 招增強免疫力 | 香港財經時報 HKBT
<https://www.businesstimes.com.hk/articles/128758/>

² 資料來源：第 5 波疫情打亂港人運動習慣 調查指逾半受訪者體重增加 | 即時新聞 | 港澳 | on.cc 東網

Guide 2021「運動產業化」高峰會³亦指出，24小時健身中心的數目由2019年37間增至2021年117間。這類健身場所的營業時間較具彈性，符合一些消費客群因工作時間不穩定及傾向選擇人流較少的時段做運動。他們的主要客群以年青一族為主。

保健食品成為生活上的必需品

過往，市民普遍認為保健食品屬於非必要的高消費產品。然而疫情令市民更關注自身及身邊人的健康和提升免疫力。另一方面，隨着人口老化，市民的健康風險情況持續改變，讓市民更加明白「治病」的道理，故各種保健食品亦漸漸變成為了生活上的「必需品」。

現時大部分保健產品主要由海外地方生產及進口。而政府銳意推動「香港製造」，鼓勵本地企業在港生產良好信譽和高安全標準的保健食品，配合市民的身體所需和口味。這除了有助促進香港保健食品業的長遠發展和解決疫情導致全球物流供應鏈負荷過重等問題和外，亦可培養本地人才（包括保健食品研發、質量保證專才）。業界認為保健食品市場的銷售情況將進一步上升。

加速電子商貿及社交媒體應用

疫情令市民減少出外消費，網上購物越催普及。保健食品／服務供應商積極投放資源發展電子商貿和利用網上及社交媒體平台（如Facebook、Instagram、天貓、淘寶等）作宣傳及推廣。

此外，顧客對多元化產品／服務的要求亦不斷提高。以消費能力較高的年青客群為例，他們在購買前先會了解其功效，亦會考慮品牌的信譽等不同因素。為配合上述轉變，業界透過上述提及的網上平台，有效地增強與顧客的互動和溝通。例如保健食品零售業會定期製作一些與健康飲食、運動有關的宣傳短片，吸引不同客群購買保健食品。

運用大數據協助企業轉型

為提升競爭力，越來越多美容保健及養生集團加強資訊及科技的應用。例如增設網上預約及客戶關係管理系統，處理日常運作安排，提升效率。

在大數據分析的協助下，業界能根據顧客的背景（包括年齡層、消費能力、各項保健服務／產品的購買紀錄等）掌握他們的喜好。這有助更快捷及準確地推出更切合客戶個人需要的保健及養生美容服務，提升顧客體驗和鼓勵他們再次消費。

相關法規影響營商環境

鑑於一些美容、保健及養生項目或涉及中醫（例如艾灸、推拿、拔罐等）或西醫範疇，業界認為在推出各種美容保健及養生服務時，須加留意，以免干犯相關法例，如中醫藥條例和藥劑業及毒藥條例等。

現時，香港未有監管營養保健食品的特定法例，然而《2008年食物及藥物(成分組合及標籤)(修訂：關於營養標籤及營養聲稱的規定)規例》已規定預先包裝食物

³ 資料來源：第四屆香港健身 Guide 2021「運動產業化」高峰會

須附有營養標籤（即是「1+7 標籤」⁴），藉此規管有誤導或欺詐成分的標籤和聲稱。健康保健食品也受該標籤規例規管。

此外，《不良醫藥(廣告)條例》亦列明禁止作出失實的聲稱，以處理口服產品具誤導性資料和作出不良聲稱的問題。因此，業界在銷售營養保健食品或美容保健服務時須避免失實的聲稱。

⁴ 「1+7」代表能量及七種指定標示營養素，包括蛋白質、總脂肪、飽和脂肪、反式脂肪、碳水化合物、糖及鈉。（資料來源：營養標籤問與答 (cfs.gov.hk)）

未來人力需求

本會於 2021 年第二季至 2022 年第二季期間，從主要招聘網站收集了與保健、養生及相關產業的招聘廣告。是次桌面研究錄得 7,766 宗招聘廣告數量。表(一)顯示最熱門的招聘廣告類別：

表(一)：四大熱門的招聘廣告類別

- | |
|----------------------------------|
| 1. 美容保健服務(如美容及皮膚護理、面部及身體按摩、足部按摩) |
| 2. 健康與養生服務 |
| 3. 運動、健身、體適能 |
| 4. 保健食品（包括中式及西式補充劑、營養食品） |

桌面研究結果亦顯示，除了行業的專業知識和技能外，市場亦渴求從業員需要具備一些新興技能。表(二) 分別列出三大熱門的專業及新興技能：

表(二)：三大熱門的技能

行業專業技能	新興技能
1. 美容及身體(護理及按摩)、美容保健	1. 數碼營銷及社交媒體
2. 適體能、纖體及修身	2. 電子商貿
3. 營養及健康食品知識	3. 大數據分析

根據行業的趨勢和業界對人力的要求，本會遂向焦點小組收集意見及了解相關界別的培訓需求。

培訓需求

核心技能不可少

美容保健知識及技能

業界預計美容保健及養生界別的未來發展越催蓬勃。前線人員（如美容師、按摩師、養生保健師等）必須加強核心的美容保健理論知識及技能，包括：

- I. 保健按摩
- II. 香薰護理、自然美容護理
- III. 健康食品及藥膳應用和效能
- IV. 營養學搭配養生護理方案
- V. 職業安全健康
- VI. 專業操守

此外，前線人員亦必須熟悉相關產品的特性及輔助儀器的操作，以達致提供安全可靠的美容保健及養生服務。

伸展及復康訓練

為配合保健市場的最新發展，業界建議前線人員（如運動治療師、健身教練等）加強伸展及復康訓練的核心知識及技能，包括：

- I. 運動創傷處理
- II. 靜態和動態伸展
- III. 肌力及肌耐力測試
- IV. 心肺功能測試
- V. 力量 and 平衡原理
- VI. 械器健體應用

以幫助患有痛症的顧客改善身體機能，達致預防、減輕及舒緩痛症。

建立及經營個人品牌

個人品牌是一種營銷方式，以展示個人獨特和鮮明的價值觀或聲譽。個人品牌與各種產品和服務相結合乃提升知名度的好方法。

隨著網紅的興起，品牌的建立與經營早已不再局限於企業推廣產品的層面。因此，企業鼓勵前線員工積極打造專業個人形象、塑造個人魅力，提升自身影響力，讓個人品牌脫穎而出，為企業帶更多客戶之餘，亦能為個人帶來額外的收入與名聲。

影片製作、數碼科技技能不可割缺

製作短片的知識及技能

疫情改變了消費者的消費模式及對產品／服務的要求。製作與健康飲食、運動有關的短片已成為新趨勢，有見及此，業界鼓勵從業員必須加強影片製作的知識及技能，這有助宣傳及推廣產品及服務和招來更多不同的客戶群。

數碼營銷知識及技能

隨著越來越多消費者在網上選購不同保健產品／服務，業界紛紛使用電子商貿平台宣傳產品（包括設立網上商店），望有助增加其營業額。業界鼓勵從業員必須加強數碼營銷、社交媒體的營銷知識及技能，配合及照顧不同顧客的需求。

軟性技巧不容忽視

溝通／人際關係技巧

前線員工必須具備良好的溝通技巧，能言善變，以便向顧客提供高質素的服務及專業意見。長遠而言，良好的溝通／人際關係技巧有助他們與顧客建立良好關係，並能在職場中加強與同事和管理人員之間的合作，凝聚深厚的聯繫，建立團隊精神。

職業道德及操守

員工需要具備良好的職業道德及操守，從而提升他們的誠信，同時得到同僚以及合作夥伴的尊重，並能獲取顧客的信任。這有助提升行業的信譽和形象，令企業持續發展業務。

招聘及挽留人才的挑戰

近年，行業在招聘及挽留員工方面均遇到不同挑戰。原因總結如下：

年輕一代的工作願景

年青一代員工非常重視「工作與生活」的平衡，亦較重視短期回報及即時的滿足。他們喜歡「斜槓」(Slashes)的工作模式，即同一時間擁有多個職業和身份，而不是單一職業，故往往不願意長期受聘於同一機構學習行業知識和技能。因此，年青一代對長期聘任的忠誠度相對較低。

此外，年青一代亦喜歡追求各種新體驗或屬意自己創業，例如擔任關鍵意見領袖 (KOL)、經營網上生意等。

上述種種原因令企業較難培養他們成為擁有實務技術的人才。

欠缺數碼科技、市場推廣人才

兩年多的疫情令各行各業（包括保健、養生及相關界別）不得不加速企業數碼轉型，加強其競爭力。無論不同規模的企業，他們對具備數碼營銷／創新及科技／大數據分析的人才需求有增無減。然而本地人力市場未有足夠的數碼及創科人才，以應付實際人力市場所需。

移民潮持續、流失率高企

受西方國家推出的移民新措施影響，加速了本地管理層／具豐富經驗及專業人士移民海外。政府統計處發表最新《綜合住戶統計調查按季統計報告》⁵，顯示2022第一季的勞動人口數目為3.8百萬人，較2021年第一季度減少了89,600人。美容、保健、養生及相關產業亦面對人才流失的情況。

⁵資料來源：<https://hk.epochtimes.com/news/2022-06-02/25671553>

建議

為配合行業的未來發展，政府、培訓機構和僱主應循下列各方面為員工及年青人提供適切培訓：

政府

加強推廣職業專才教育

政府與業界共同推廣職業專才教育，提升職業專才教育的專業性，為保健、養生及相關產業建立職業進階路徑。這有助此界別培育所需的人才，發揮舉足輕重的作用。

支援企業培訓人才

為協助業界培育本地人才，政府可考慮為僱主提供不同支援(例如提供資助／補貼／簡化申請程序)。鼓勵業界為年青人提供更多及不同實習機會。

建立認證制度

協助體適能界別建立「認證制度」，提升從業員的專業資格和地位。

培訓機構

與業界合作，培養未來新力軍

為學員安排多樣化的工作實習機會及提供有系統的職場學習及評核。這有助他們吸取實際的工作經驗，提升專業知識和技能，培養未來的就業能力，配合業界人力需求。

因應業界急速發展，與業界加強合作，設計切合市場需要的相關課程及適時修訂課程內容(例如新增最新行業知識及技術)。

培訓機構及中學應邀請業界人士向導師／中學教師／家長簡介行業最新資訊，讓他們進一步了解行業發展後鼓勵中學生投身保健、養生及相關產業。另外，培訓機構亦可考慮為有意入行的年青人提供入職前預備班。

短期核心技能訓練

因應行業急速發展的步伐及從業員繁忙的工作，培訓機構可舉辦一些短期課程／工作坊，協助從業員提升專業知識及技能，讓他們有效地應用於職場中。短期課程項目可包括：

- I. 美容保健及養生；
- II. 伸展及復康訓練；
- III. 數碼媒體營銷策略，以及
- IV. 影片製作。

僱主

提供行業發展最新資訊

為年輕一代提供清晰行業／企業發展途徑、晉升階梯和個人事業發展等資訊，幫助他們加深了解行業未來的發展機會。

了解年青人真正的工作期望

僱主需要明白年青人的真正想法和價值觀，協助他們適應／投入工作崗位，發揮他們的長處。

加強員工職業發展

為年青僱員提供更多及不同工作崗位的轉換，提升他們的工作專業能力、提供培訓和增加晉升機會。

管理層需要加強與僱員溝通，耐心聆聽他們的意見和需要，讓他們清楚了解企業文化，培養僱員對公司的歸屬感。

吸納更多轉業人士

為吸納更多新人才，僱主可考慮聘請更多轉職人士（如完成僱員再培訓課程的畢業生）。另外，企業亦應積極配合培訓機構，識別合適的人才。這有助解決人手短缺問題。

鼓勵員工持續進修

僱主應鼓勵及資助員工持續進修，實踐終身學習。

善用政府資助計劃

僱主可善用政府的不同資訊及科技資助計劃，協助企業轉型及提升服務水平。

僱員

善用資源，自我提升

僱員應善用政府的不同資助計劃，例如：「新技能提升計劃」、「持續進修基金」和「過往資歷認可」等，主動自我增值，藉以提升專業知識和軟性技巧，加強競爭力。這些知識和技能包括美容保健及養生、伸展及復康訓練、數碼媒體營銷策略，以及影片製作等。