



人力更新報告  
媒體及傳訊業  
2023



## 鳴謝

承蒙聚焦小組成員抽空對媒體及傳訊業人力情況提供寶貴意見，特別感謝求職招聘平台 CPJobs 及 CTgoodjobs 提供旗下職位空缺資料庫作參考。本更新報告已記載聚焦小組及訓練委員會成員的意見，同時收錄主要招聘網站的資訊，媒體及傳訊業訓練委員會特此致謝。

## 目錄

---

### 引言 1

背景  
目的

---

### 調查方法 2

概要  
聚焦小組會議  
桌面研究  
資料分析  
局限

---

### 調查結果 3

媒體及傳訊業最新趨勢及發展  
人力需求  
培訓需求  
招聘挑戰及可行建議

---

### 建議 12

政府支援  
公眾認知  
實習 — 從校園到職場  
了解行業實況  
裝備未來自由職業者  
探索新技術  
溝通協作能力  
推動僱員學習  
支持員工的工作文化，吸引並留住人才  
ESG 元素  
了解大灣區  
運用 AI

---

# 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，並按照評估的培訓需求，向 VTC 作出發展業內職業專才教育設施的建議。

本會採取新模式蒐集人力資訊，以便更切實地反映各行業的人力現況。

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 年完成最近一次人力調查，隨後分別於 2022 年和 2023 年完成兩次人力更新，本報告發表了第二次人力更新的調查結果和建議。

2023 年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、人力與培訓需求、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業內招聘廣告。

## 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) 提出措施建議，以滿足培訓需求及紓緩人力短缺問題。

# 調查方法

## 概要

本更新報告透過聚焦小組會議，以定質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。

## 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、公共關係與市場傳訊業

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

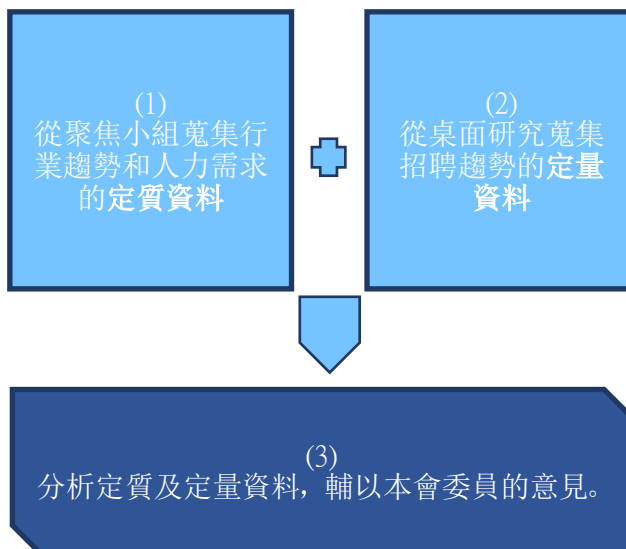
本會分別於 2023 年 2 月 15 日、21 日和 27 日進行聚焦小組會議。會上討論已作錄音並轉成文字記錄，以便整理分析。

## 桌面研究

本會建立了資訊系統，蒐集 2022 年第一季至 2022 年第四季期間主要招聘網站的相關招聘數據。蒐集的資料已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，得出研究期內共收集 33,511 則招聘紀錄，用作研究就業市場趨勢的參考資料。

## 資料分析

資料分析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。由於資料屬某時段內蒐集所得，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

## 媒體及傳訊業最新趨勢及發展

### 媒體環境的變遷

近年來，尤其是在新冠疫情影響下，香港媒體行業經歷了許多變化。

傳統媒體機構，如廣播和電視台，在適應觀眾偏好和消費習慣的變化方面面臨著挑戰。與此同時，較小的媒體組織嶄露頭角，填補了較大媒體公司所留下的空白。

為應對媒體環境的變化，媒體公司重點發展數碼平台，通過社交媒體和其他網上渠道擴大其影響力。主流新聞機構需要不斷更新和改進其應用程式，以提供最新的新聞給觀眾和讀者，並提供更好的用戶體驗；亦需探索新的營收渠道，如提供專門內容，以保持競爭力。

有些媒體公司正在探索如何把內容轉化為利潤，如設立付費門檻及網上訂閱。去年成立的幾間小型線上新聞網站，採用依賴讀者訂閱的商業模式，專注於香港新聞。這些網站提供免費新

聞報導，但鼓勵讀者訂閱，以支持這些小型新聞機構。部分網站吸引到一批願意付費支持優質新聞報道的忠實讀者。

### 對影片內容需求殷切

媒體及傳訊業的其中一大趨勢，是影片內容的需求越來越大，尤其是社交媒體平台上的短片。因此，行業對影片製作、動畫及視覺效果相關人才的需求隨之增加。此外，虛擬實境和擴增實境在媒體製作中的應用漸受關注。它們使廣告及營銷公司能夠為目標觀眾創造身臨其境的體驗，提高互動率及轉換率。

行業另一趨勢是電子商貿與媒體內容的融合。隨著網上購物的興起，媒體公司正在探索在內容中置入產品及廣告，創造新的營收渠道。業內對數碼營銷及電子商貿人才的需求亦因而增加。

## 實體與數碼體驗並駕齊驅

疫情對香港的廣告、公共關係及營銷業產生了顯著影響，促使行業轉向數碼體驗業務，如電影及音樂會的網上串流。然而，隨著經濟復甦，實體體驗需求亦增加。

隨著消費者在疫情期間養成了網上購物和娛樂的新習慣和偏好，數碼體驗的趨勢可能會持續下去。這對廣告、公關和營銷領域而言既是機遇又是挑戰，因為公司需要繼續發展數碼營銷和廣告服務，同時亦要在宣傳活動中提供高質素的實體體驗。

## 影響者營銷

市場對影響者營銷的需求正在增加。影響者營銷即是透過社交媒體網紅，向他們的「粉絲」推廣產品及服務。這種類型的營銷在香港非常流行，許多公司藉助網紅擴大受眾範圍，提高品牌知名度。

據估計，在 2023 年投放到香港影響者營銷的廣告費用達 6.6 億港元<sup>1</sup>。

## 數據驅動決策

透過蒐集分析數據萃取洞見，實踐數據驅動決策，是本業的一大發展趨勢。例如數據新聞以數據述說新聞故事，揭示趨勢，新聞工作者就要發展新技能，並與數據科學家和分析師合作。

電子商貿的興起亦對廣告、公共關係及營銷業產生重大影響。採用電商平台銷售產品及服務的公司，都會借助數碼營銷策略，提高網站流量及產品

銷量。數據分析有助公司洞察消費者行為，從而制定更加精準、有效及個人化的宣傳活動，在數碼營銷中發揮著重要作用。

## Web 3.0

Web 3.0 是下一代的互聯網，將更加去中心化和以用戶為中心，其興起受到行業強烈關注。業界認為 Web 3.0 容許廣告和營銷公司以創新內容、全新方式與受眾互動，將為業界帶來新機遇。例如，metaverse 就是一個讓品牌接觸年輕一代的開發項目的例子。

非同質化代幣 (NFT) 及虛擬世界在營銷活動中已被廣泛應用，預計這趨勢未來仍會持續下去。部分業內人士視 Web 3.0 為實現業務增長之良機，亦有人對其實際應用前景持謹慎態度，認為其受眾範圍較窄且可能存在短暫的炒作。值得注意的是，Web 3.0 對商業趨勢的影響可能要過一段時間才會完全顯現。

雖然 Web 3.0 能為用戶提供獨特體驗，但它目前仍處於實驗階段，在業內的應用尚未成熟。不過，大多數人都認為，去中心化的概念及區塊鏈技術的應用將塑造企業營銷及數據管理方式。

Web 3.0 的實際應用及潛在影響可能會因行業及具體用例而異，當中還應考慮潛在成本及投資。此外，從業員務必密切關注 Web 3.0 技術的最新進展，以便適時運用，提高創造力、積累經驗，而不是僅視其為一種趨勢。

<sup>1</sup> Influencer Advertising - Hong Kong (影響者營銷 — 香港)。(日期不詳)。2023 年 6 月 6 日擷取自 <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-advertising/influencer-advertising/hong-kong>

## AI 的應用

人工智能 (AI) 技術正在逐漸改變媒體和傳訊業。當中最重要的用途之一為透過記住讀者的偏好和特徵的應用程序和系統，推送個人化的新聞。這使媒體機構能夠更有效地瞄準受眾，並向他們提供與其興趣及需求相關的新聞和廣告。

部分媒體機構亦在探索於新聞寫作和製作中利用 AI 和 ChatGPT。例如，ChatGPT 可用於撰寫特定風格或語氣的新聞報道或社交媒體帖文，為記者節省時間，提升效率。

然而，AI 在新聞領域的使用必須與倫理考慮相平衡，例如演算法偏差的可能性和人類監督的必要。行業亦須謹慎對待避免過於依賴「標題黨」或僅依靠受眾數據確定編輯決策。相反，需要採取兼顧受眾數據和新聞原則的平衡方法。

新聞原則、創新與倫理考慮之間的平衡，對維護新聞業的誠信與可信性至關重要。

AI 技術還用於分析消費者數據和預測消費者行為，以幫助企業針對個人量身定制更有效的營銷活動。

在數碼／新媒體和、媒體製作、廣告、公關及市場傳訊業，AI 工具用來提供設計建議、生成故事圖片、製作腳本及編寫文章。除創造性任務外，行業亦在探索利用 AI 自動處理及簡化某些工作，如廣告績效監測和數據分析，以便節省時間和資源。

業界認為 AI 可以是增強創造力和提升效率的有用工具，但從業員在工作中使用時，也可能要面對潛在的版權和法律問題。它亦可能威脅到市場對創意專才的需求，然而，考慮到人類的創造力和原創性的價值是無可取代

的，AI 不應該被過分依賴。再者，AI 亦不能取代人性、情商及同理心，而這些正正是創造高質素作品、與人溝通和成功營銷所必需的。

## 大灣區的發展

粵港澳大灣區的發展亦為媒體及傳訊業帶來新機遇。該計劃旨在將香港、澳門及廣東九市，整合為世界級經濟中心。

香港作為全球「超級聯繫人」，在吸引外資、支持內地企業走向國際等方面發揮著重要作用。其獨特的文化多元性有助內地企業與國際市場接軌。由於內地企業進入全球市場或海外公司接觸大灣區客戶都需要資訊、傳訊及媒體製作服務，這為香港帶來了跨境合作機會。

再者，越來越多的內地企業擴大在香港的業務（例如，截至 2023 年 5 月，內地企業佔港股近八成市值）。以內地遊客、學生或專才為目標客群的香港企業亦增多。行業對熟悉兩地文化背景及社交媒體語言的廣告、公共關係及營銷傳訊專家的需求正在上升。

## ESG 日趨重要

環境、社會及管治 (ESG) 已成為許多行業的熱門話題，企業務必考慮如何將 ESG 原則融入營銷及傳訊策略。然而，值得注意的是，僅僅制定 ESG 方案或許還不夠，公司必須投入必要資源和專業意見，確保 ESG 措施發揮作用並產生影響。



公司在宣傳活動中融入 ESG 原則，可展示其對可持續發展及社會責任的承諾，引起消費者共鳴，建立品牌忠誠度。然而，重要的是要真正致力作出積極影響來看待 ESG，而不是單把它當作一種營銷手段。公司制定並落實符合其價值觀和使命的 ESG 計劃，將可作出有意義的改變，在業內樹立良好聲譽。

ESG 將成為廣告、公共關係及營銷領域業越來越重視的考慮因素。

## 自由工作者的機遇與挑戰

媒體及傳訊業在聘用自由工作者和項目制人員因公司規模和需求而異。對於大型的傳統媒體機構而言，提供全職職位可能很常見，而自由工作者主要用於特定項目或活動。

在廣告、公共關係及市場傳訊領域，自由工作者的比例在 5% 至 20% 之間，大多主要負責創意工作。值得注意的是，數碼營銷活動策劃與報告是自由工作者常見工作類型。此外，許多自由業者並不在香港，而是在其他國家或地區遙距工作。

據觀察，也有公司與自由工作者長期合作的案例存在著，一些自由業者為同一個項目工作兩三年以上，特別是創意崗位。這說明自由工作也可以提

供穩定性和持續性。

在 Web 3.0 等全新試驗性項目中，可能需要聯合合作夥伴及其他自由工作者，從而匯集所需的各種技能和專長。由此可見，建立值得信賴的拍檔和合作夥伴網絡，在處理複雜項目時是非常重要的。

獨立自由業者通常認為遙距工作有利無害，因為工作地點不受限，可以專注於執行計劃的相關工作，不為公司內部會議所累。從事自由職業亦有機會自主學習及探索在全職工作期間無暇涉足的其他領域。對重視靈活自主的人而言，這些是從事自由職業的潛在好處。

然而，自由職業者往往倚重人脈獲得工作項目，在尋找工作機會時或需面對挑戰。

## 探索專業認證

聚焦小組對專業認證理念（如資歷架構）的看法不一，因為其既有可能幫助也有可能阻礙行業的發展。制定統一的技能及能力評估體系或許對行業有益，但亦存在收窄加入行業的途徑、以及限制多元化觀點和經驗的風險。

此類框架或許有助鼓勵廣告、公關或市場傳訊專才繼續學習及發展技能，但要為內容創作專才制定創意和設計的客觀標準並非易事。

# 人力需求

## 桌面研究

在 2022 年 1 月至 12 月期間，桌面研究從主要招聘網站收集了共 33,511 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。

表 1 需求最殷切的職位

五大招聘職位（2022 年）	五大招聘職位（2020-21 年）
1. 市場主任	1. 市場經理
2. 市場專員	2. 助理市場經理
3. 市場經理	3. 設計師
4. 設計師	4. 市場總監
5. 助理市場經理	5. 廣告經理
佔所有招聘廣告 51.0%	佔所有招聘廣告 50.4%

如表 2 所示，桌面研究結果顯示，僱主最需要的技能是顧客融合、社交媒體及數碼營銷。下表載列了相關關鍵詞及提及該等關鍵詞的職位所佔百分比。

表 2 需求殷切的技能

五大技能（2022 年）	相關關鍵詞	佔職位總數百分比	五大技能（2020-21 年）
1. 顧客融合	顧客融合、社交互動、社群、聊天機器人、通訊軟件、個人化、開發潛在顧客、維繫顧客	75.5%	數據分析
2. 社交媒體	社交媒體、Facebook、Instagram、TikTok、Snapchat、Telegram、微信、微博、小紅書、KOL、影響者、Reels、社交內容策劃、社交內容製作	41.4%	電子商貿
3. 數碼營銷	數碼營銷、全渠道、營銷 5.0、搜尋引擎優化、SEO、投資回報率(ROI)、轉換、廣告支出回報率、ROAS、指標、洞見、廣告活動優化、數碼策略	34.4%	影片編輯

五大技能 (2022 年)	相關關鍵詞	佔職位總 數百分比	五大技能 (2020-21 年)
4. 數據分析	分析、Python、Tableau、數據可視化、數據科學、數據策略、GA4、多渠道數碼分析、第一方數據蒐集、數據管道	24.5%	影片拍攝
5. 電子商貿	電子商貿、電商、淘寶、天貓、阿里巴巴、京東、Amazon、Shopify、Wix、OpenCart、IOT、物聯網	12%	關鍵意見領袖 (KOL)

## 聚焦小組

考慮到媒體及傳訊行業不斷發展，媒體格局向網上及手機平台轉移，聚焦小組認為對人才的需求主要集中在以下領域：

*從事社交媒體及內容創作的自由工作者*  
遙距工作及零工經濟的興起，造就了對能以項目為主的自由工作者和獨立內容創作者的需求。此外，隨著媒體公司擴展開拓網上影響力，擅於社交媒體管理及內容創作的人才需求殷切。

### 具有數碼思維的營銷人員

數碼營銷及社交媒體在行業中日益重要，人才需求隨之增加，當中尤其以精通於社交媒體、搜尋引擎優化及數據分析的數碼營銷專才的需求為甚。

具有消費者數據分析知識及數碼經驗的人才深受行內公司熱烈追捧，而目前這類人才在本地市場供不應求。他們不僅要深諳新技術，還要懂得如何運用技術，在網站、移動應用程式及社

交媒體等多個平台創建順暢一致、無縫的顧客體驗。

*堅持「以用戶為中心」的用戶體驗設計師*  
值得注意的是，網頁設計、手機應用程式開發及數碼營銷方面對用戶體驗設計師的需求亦增加。這需求與電子商貿興起及顧客體驗日趨重要，尤其相關。公司越來越意識到，為顧客創造正面體驗，對於建立品牌忠誠度及提高業績方面所帶來的價值。用戶體驗設計師透過設計直觀、引人入勝及符合用戶需求的界面，在創造積極正面體驗上方面起著關鍵作用。

此外，隨著媒體製作加入更多虛擬實境及增強實境的運用，行業對 3D 模型、動畫及互動設計人才的需求亦越來越大。

# 培訓需求

聚焦小組認為，培訓需求在性質上包括創意和技術技能的結合，例如數據分析、社交媒體管理及內容創作，還需要聚焦行業新趨勢及發展的培訓課程，如 AI 及 Web 3.0。

## 基本溝通能力

儘管行業已採用 AI 技術提高效率，但年輕從業者必須具備良好的溝通能力，如優良的寫作能力、清晰的表達想法、積極的傾聽，他們必須能各方持份者與（包括客戶、媒體機構及公眾）有效溝通。與客戶面對面交流、理解他們的需求和期望，都是創造成功的營銷活動所必須的，而且無法被 AI 所取代。

## 新興技術

在內容創作方面，除影片製作、動畫、平面設計、網頁開發等技術能力外，亦需要虛擬實境及擴充實境等新興技術培訓。聚焦小組提議，在職培訓是學習用戶界面／用戶體驗及動態圖像設計等技能的重要一環。從業員亦應多加探索及試驗 Web 3.0 技術來學習，以了解其在行業中應用的可能性和潛力。

## 數據分析

數碼營銷人員需具備數據分析及報告技能，以衡量及分析營銷活動與策略的成效，並報告關鍵指標如互動率、轉換率及投資回報率(ROI)等，從而優化未來工作。

## AI 運用

從業員必須在內容創作、個人化、翻譯、受眾分析、自動化顧客服務等方面充實其運用 AI 技術的能力，同時，亦應了解運用 AI 可能涉及的風險，特別是準確性、倫理考量、版權及法律問題，以及人類在判斷使用 AI 適當性方面的必要角色。

## 軟技能

對於有志投身廣告、公共關係及營銷業，成為內容創作者、數碼營銷人員、公關專員、活動經理的年輕人來說，項目管理、溝通、團隊合作以及適應新技術和平台等軟技能培訓，亦是不可或缺的。

## ESG 知識

隨著全球市場對 ESG 報告越加重視，傳訊專才務必了解與 ESG 相關的國際及本地標準，明確環境、社會、管治要素與公關和傳訊策略的關係，及不同框架下的評估方法。例如，公司與社區、顧客、員工及各持份者的互動如何影響社會因素的得分。



## 了解大灣區

---

大灣區的發展亦催生對跨境合作及了解區內文化和監管差異的培訓需求。

## 對自由工作者的建議

---

為保持業內競爭力，自由工作者必須適應客戶及行業多變的需求。工作速度顯著提高，同時需要迅速實時的解決方案，回應為客戶的需求。自由業者須高度關注效率，願意適應及學習新興的技能和技術。

自由工作者可能需要大力投資於持續進修和培訓，以跟上瞬息萬變的市場需求。例如學習新的軟件應用程式、適應新形式的媒體和傳訊溝通方式，以及跟上最新趨勢及最佳做法。自由業者和獨立內容創作者也可從商業管理及創業培訓中獲益。

## 招聘挑戰及可行建議

### 缺少經驗豐富的人才

新聞業正面臨資深記者短缺的問題。業內爭相競逐人才，許多媒體公司難以吸引及留住經驗豐富的記者，只得依靠閱歷尚淺的年輕記者，亦導致現有員工工作負擔沉重。

資深人才短缺是香港媒體機構面臨的重大挑戰，疫情導致營收下滑令情況雪上加霜。聚焦小組指出，即便是小型新聞網站，亦面對著招聘人才及穩住營收的挑戰。新平台興起雖然為自由記者創造了就業機會，但薪酬不夠豐厚，無法留住頂尖人才。

由於經驗豐富的專業人員移民外流，加上用戶界面／用戶體驗設計等領域的本地人才不足，媒體製作業亦面臨人才短缺的問題。這類短缺在音樂或媒體製作公司的中高層尤其明顯。

行業在吸引及留住具有數碼思維且深諳網站、手機應用程式及社交媒體等平台技術的營銷人才正面臨挑戰。聚焦小組反映，這方面的人才資源有限，且許多其他行業也在爭奪這些專業人才。

### 吸引、挽留、培育三管齊下

為解決初級人才短缺問題，公司可著重提供專業發展及成長機會，包括提供清晰的職業晉升階梯，投資於培訓和發展計劃，幫助僱員奠定技能和專業基礎，以及提供跨職能合作及接觸不同業務領域的機會。公司亦可考慮僱用海外人才，或將業務拓展至其他人才充裕的地區。

此外，公司可透過面試評估及查看工作經歷和教育背景，優先僱用熱愛本業且致力終生學習的求職者。

透過彈性工作安排及富有競爭力的薪酬待遇，營造重視及關愛僱員的良好企業文化，可吸引及挽留頂尖人才。這些措施可包括醫療保險等福利，實施彈性工作制，彈性工作時間以滿足工作與家庭生活之間的平衡需求，及讓員工在工作中自主創新。

對於熱衷於對環境和社會作出積極影響的從業員，服務於注重可持續發展及企業社會責任的公司，能夠賦予他們的工作意義和目標。因此，在人力資源政策中融入 **ESG** 核心價值觀，（如多元、包容、幸福、公平）並滿足環境標準的企業，有助吸引和挽留年輕人才，提高他們在工作中的動力。

# 建議

吸引人才、提升行業人力質素需要教育體系、僱主、僱員及政府共同參與，多管齊下。

## 政府支援

政府可以提供資金和支持，用於培訓計劃，重點是發展適應行業變革所需的技能和知識。這包括**數碼營銷、社交媒體管理、數碼安全及倫理和媒體法律**。政府亦可提供鼓勵措施，鼓勵公司投資僱員培訓與發展。

政府可為行業的研究和發展提供資助和支援，幫助推動創新和行業增長。這可以包括對初創企業及小型企業的資金支持，以及與業內專才和學術機構合作。

## 公眾認知

公眾對從事新聞工作的看法正在改變，媒體機構面臨的挑戰也日益增加，這可能影響年輕人投身行業的意願。解決這些問題，**闡明新聞工作在社會中的價值和角色**是至關重要的。

至於廣告、公共關係、市場營銷及媒體製作等作業，僱主可與中小學及高等院校合作，推廣這些行業，鼓勵年輕人在這些領域追尋職業夢想。

## 實習 — 從校園到職場

從學生到專業人士的過渡可能是一個重要的轉折點，行業中有陡峭的學習曲線和更高的期望。為彌補這一差

距，除了培訓機構提供的全面培訓外，亦須強調透過實習獲得實踐經驗的價值。鼓勵年輕人盡早參加實習培訓，接觸行業的不同領域，幫助他們找到自己的定位，並保持對該領域的參與感。

企業可與培訓機構合作，為實習生提供一系列培訓及發展機會，包括參加行業活動、培訓課程及分享會，幫助學生了解行業的各方面，與業界專才建立聯繫。

為充分發揮實習的積極影響，學院和公司亦可考慮延長實習期，讓學生參與**長期項目**，加深對行業的理解。**六個月的實習期**或會更加有效，學生有時間完成整個項目，獲得更全面的行業理解。

了解僱主的商業模式和目標，接觸相關領域使用的工具和技術，對學生及畢業生有益，有助他們感到受重視，在工作中找到歸屬感，從而在畢業後為企業的發展作出貢獻。

## 了解行業實況

學生必須了解行業及相關工作類型的實際情況。透過實習經歷，學生能夠**接觸真實項目**，有助於他們發展在行業中取得成功所需的技能，並對自己的職業道路做出明智的決策。

## 裝備未來自由工作者

自由工作者是媒體及傳訊業不可或缺的重要人力組成部分。

新畢業生想要透過自由職業路徑入行並非易事，因為首先建立人脈至關重要，培訓機構可幫助學生通過實習或基於項目的合作，與行業專業人士建立聯繫並獲得實踐經驗。

## 探索新技術

在行業中出現新技能和新技术時，有必要向學生及從業員這些技能和技術，例如 NFT 設計和 Web 3.0。同時應鼓勵年輕人接受 Web 3.0 技術，並利用它們來創造新的創新項目。

應探索不同行業及教育機構之間的合作機會，幫助發展未來廣告、公共關係及營銷業所需的技能。例如，與 Facebook 和 LinkedIn 等社交媒體平台合作，可提供營銷活動策劃及績效分析等領域的在職培訓及發展機會。

## 溝通協作能力

行業中的大多數項目需要匯集不同個性和技能組合的人進行協作，溝通與協作在構建項目團隊中至關重要。學校和企業應提供更多的團隊建設實訓及實踐機會。

## 促進僱員學習

行業變化快速，尤其是在數字營銷和數據分析領域，意味著專業人士需要具備強大的學習和溝通能力，以適應

新的技術和工具。

元宇宙的崛起，彰顯了對最新技術和趨勢的持續培訓和教育的需求，例如 NFT 設計和區塊鏈。公司可以引入外部專家，就最新話題提供培訓和教育，以使員工跟上最新發展。

培訓機構也可以通過開發量身定制課程來支持行業，重點放在可以應用於工作場所的實踐技能上。它們還可以提供靈活且模塊化的培訓計劃，以適應不同公司和界別的需求。

此外，僱主應繼續鼓勵從業員探索 AI 的潛力，同時保持對人類創造力和同理心的關注，以確保所產出的工作具有最高的質量和相關性。

## 支持員工的工作文化，吸引並留住人才

媒體和傳播行業技術的快速變化創造了對熟練專業人才的需求。儘管培訓課程和實習有助舒緩初級人才短缺的問題，但也需要通過提供支持性和富有創造力的工作環境來留住有經驗的專業人才。僱主要賦予僱員靈活性和自主性，讓他們在工作中帶來新的想法和方法。

為應對僱員流失率居高不下的難題，僱主可實施人才挽留策略，營造重視及支持員工的強大企業文化，例如包容性和家庭友好措施。

客戶在塑造行業文化中亦扮演著重要角色。鼓勵客戶對新想法和實驗更加開放，尤其是在 Web 3.0 和元宇宙的情況下，可以促進更具創新性和創造性的項目。



## ESG 元素

隨著社會對企業可持續發展表現抱有更高期望，ESG 報告已成為主要市場的強制要求，培訓機構有必要教育未來和現有的媒體和傳播行業從業人員，幫助他們認識到 ESG 與他們的專業之間的關聯。相關的 ESG 知識應該納入課程，例如聯合國的 17 個可持續發展目標（SDGs），常見的 ESG 框架，如全球報告倡議組織（GRI）、氣候相關金融披露工作組（TCFD）、可持續會計準則委員會（SASB）等。隨著深入了解 ESG 如何鼓勵公司履行責任，立志對對環境和社會作出積極影響的年輕人才或許能夠找到更有意義的工作目標。

## 了解大灣區

培訓機構應進一步與大灣區企業合作，推動跨境人才發展及交流計劃。此舉有助彌補技能差距，促進對大灣區地區文化和監管差異的理解。培訓機構內地社交媒體的專家舉辦研討會，豐富學生和在職從業人員對文化背景和社交媒體語言和使用習慣的理解。

對於廣告公司和客戶來說，及時了解大灣區的最新發展並考慮如何充分利用不同市場的資源和專業知識，以把握區內不斷湧現的商機，這是非常重要的。

## 運用 AI

市場營銷和傳訊的文化與社會元素離不開人類智慧，因為要打造能引起受眾共鳴的有效營銷活動，就必須要有同理心和理解力。

雖然學生和從業人員正在探索 AI 在各種情境下的好處，但培訓機構應該在培訓計劃中包含以下要素：

鑒於學生及從業者正在探索 AI 在各種場景下的優勢，培訓機構應在培訓課程中加入以下內容：

**使用 AI 的知識** - 數據分析、機器學習

**倫理考慮、版權及法律問題** - 如何以符合當地倫理標準及法律法規的方式使用 AI，如何適當處理版權問題。

**行業應用案例** - AI 在業內的應用，如數據分析、內容創作、受眾分析、個人化等。

**持續學習** - 如何隨時掌握行業運用 AI 應用的最新發展。