



# 人力更新報告

媒體及傳訊業

---

# 2018

---

媒體及傳訊業訓練委員會

# 鳴謝

承蒙業界代表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。本更新報告編撰工作得以順利完成，並且載錄了業界專家意見，媒體及傳訊業訓練委員會特此鳴謝。

## 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>5</b>
影響媒體及傳訊業發展的因素 未來人力需求 培訓需求 招聘上的挑戰	
<b>建議</b>	<b>15</b>
應對培訓需求	

# 引言

## 背景

職業訓練局(VTC)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,職責之一是確定媒體及傳訊業的人力情況和訓練需求。訓練委員會於2017年採取新模式進行人力調查,以提高成效,並更能反映人力市場現況。新模式的做法是每四年進行一次全面的人力調查,期間會根據聚焦小組會議輔以桌面研究,定期更新人力資訊。

本會於2016年完成全面的人力調查。而2018至2019年間將會擬備兩份人力更新報告。本會於2018年1月30日、2月1日及4月24日進行三次聚焦小組會議,就業內最新的人力情況及培訓需求聽取業界的意見。另透過桌面研究,搜集2016年第四季至2017年第三季期間的業界招聘資料,包括主要職務之職位空缺、資歷要求和薪酬水平。

這是首份媒體及傳訊業人力更新報告，內容主要是聚焦小組會議所得的結論輔以桌面研究資料，以供參考。

## 目的

編製人力更新報告，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) 分析招聘困難；
- (iv) 識別職務要求；以及
- (v) 檢視市場薪酬待遇。

# 調查方法

## 概要

本會採用新方法，以聚焦小組會議及桌面研究的定期更新作補充，從而蒐集媒體及傳訊業更完整的人力資料。本更新報告僅涵蓋聚焦小組討論及桌面研究之結果。

## 聚焦小組會議

聚焦小組會議旨在蒐集行業專家對業內最新趨勢及發展的意見，包括人力情況、培訓需求及招聘上的挑戰等。成員包括媒體及傳訊業以下四大行業類別的代表：

### 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. 廣告業機構
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

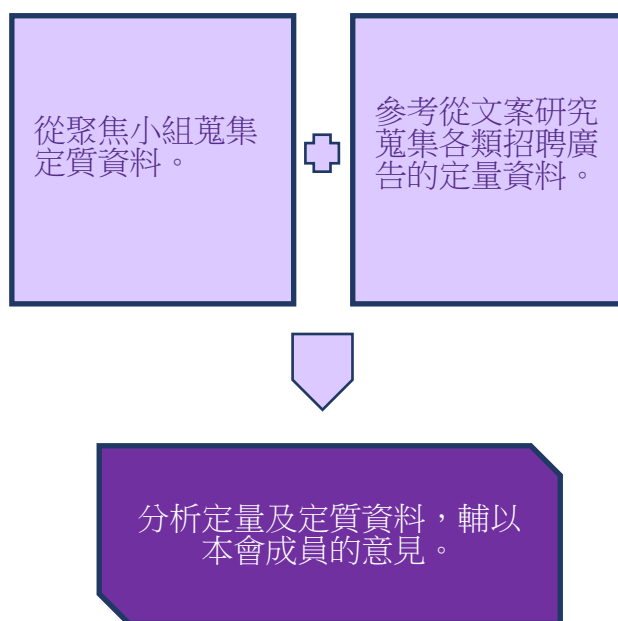
本會於2018年1月至4月期間進行三次，各1.5小時的聚焦小組會議。每次會議均有七至九名業界代表出席，其中兩次由經驗豐富的顧問公司人員主持，一次由本會秘書處人員主持，先從一般問題展開討論，再探究更具體的內容，以蒐集相關議題的詳細資料。會上對話重點已轉成文字紀錄，以便整理分析。

## 桌面研究

桌面研究按季度蒐集2016年11月至2017年7月期間的人力資料，當中包括：招聘廣告數量；空缺職位所需能力、資歷及經驗要求；市場薪酬待遇等。主要招聘網站的相關招聘資料，均透過綜合資料庫蒐集。研究期間，共蒐集約2 000宗招聘紀錄，以供分析就業市場的趨勢。資料會與《香港標準行業分類》的相關公司列表比對，刪除重複紀錄。

## 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、商業社交網站領英[LinkedIn]的推薦及招聘活動。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，並用以補充聚焦小組得出的結果。

# 調查結果

## 影響媒體及傳訊業發展的因素

本會首先點出影響業界發展的若干因素，然後於聚焦小組提問，引起討論，以了解這些因素如何影響業界近期的發展或轉變。

### 科技

#### 媒體界線趨模糊 受眾更趨分散

科技發展日新月異，對媒體及傳訊業影響深遠，業界亦紛紛轉型以順應數碼科技發展。數碼平台靈活多變，使傳統媒體（報紙、雜誌、電視及電台等）的界線變得模糊，促使各個傳播渠道相互融合。從業員因而更容易轉往業內其他行業類別工作，增加了工作流動的機會。此外，受眾的期望和客戶要求亦已改變。受眾花在媒體上的時間分散在數碼平台的多個媒體上。而相比起大型宣傳，廣告商亦偏向採用較低成本製作、規模較小且曝光率較高的宣傳活動。

#### 媒體製作更輕鬆便捷

受惠於一些價格相宜，亦具備專業功能和易用介面的製作設備，媒體製作公司所需的營運資金相應減少。今時今日，人們能從不同的工具取得資訊，因此各行業的製作周期更迭迅速。

### 人工智能

人工智能使機構更有效運用人力資源。部分傳媒機構已使用人工智能自動撰寫新聞；公共關係與廣告服務機構則用於監察訊息或客戶服務。媒體製作公司亦可運用人工智能剪輯影像，改變容貌等。將來，人臉識別技術亦會用於電子付款服務。

### 公共政策

#### 間接宣傳的規管

通訊事務管理局提出放寬對免費電視服務中間接宣傳和贊助的規管，傳媒機構表示歡迎。放寬現行規管制度，將帶來更多商機，亦能提升免費電視服務的競爭力，為行業整體發展帶來正面影響。

---

## 內地發展

---

### 新發展項目

大灣區發展規劃及「一帶一路」倡議將為傳媒機構和公共關係與廣告行業帶來更多商機。然而，要打入內地市場，必需能因地制宜，靈活變通。

### 中國項目

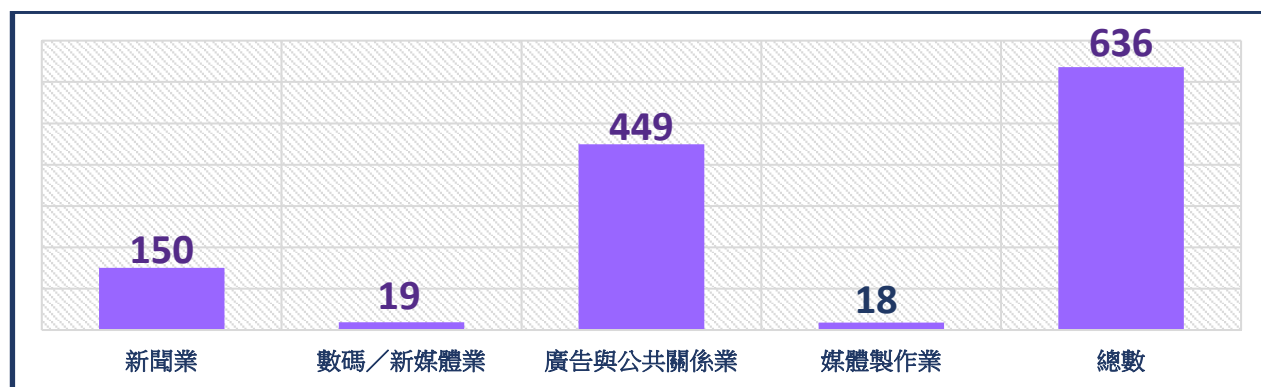
內地的媒體及娛樂事業仍在快速增長，創造了大量工作機會。香港許多媒體製作從業員已於內地工作，豐富其工作履歷。香港製作公司在中國項目中漸轉為擔當輔助角色，參與整個過程中的部分工作。



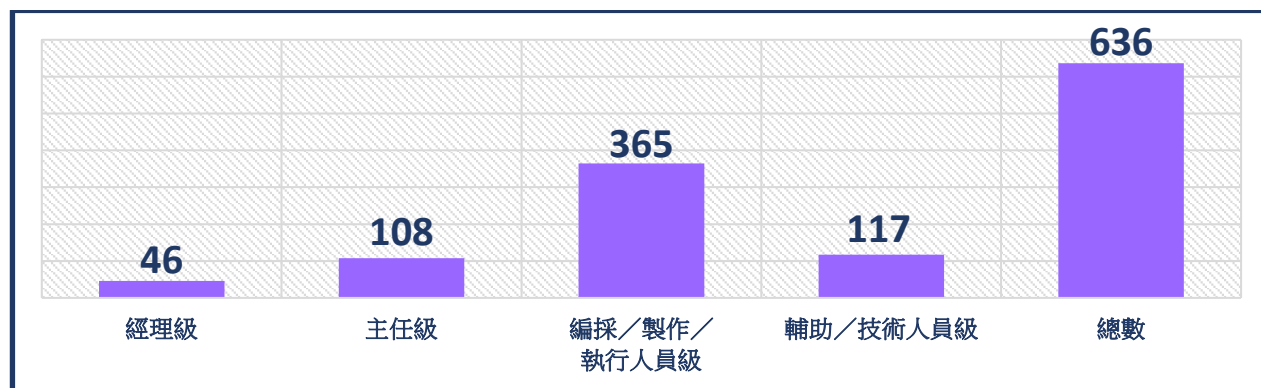
## 未來人力需求

本會於 2016 年進行的人力調查，僱主預期 2017 年的人力狀況會維持穩定，只有極少數公司預期會縮減人手。下圖顯示 2016 年業內的職位空缺情況。

媒體及傳訊業  
2016 年人力調查錄得空缺數目（按行業類別劃分）

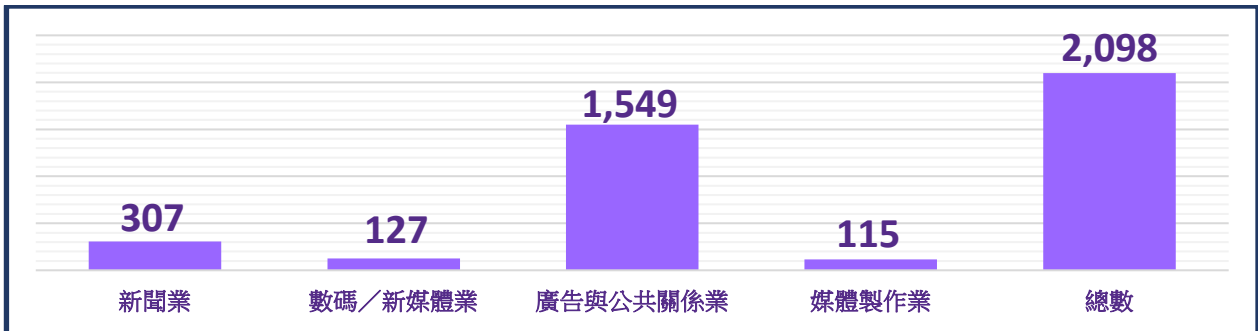


媒體及傳訊業  
2016 年人力調查錄得空缺數目（按等級劃分）

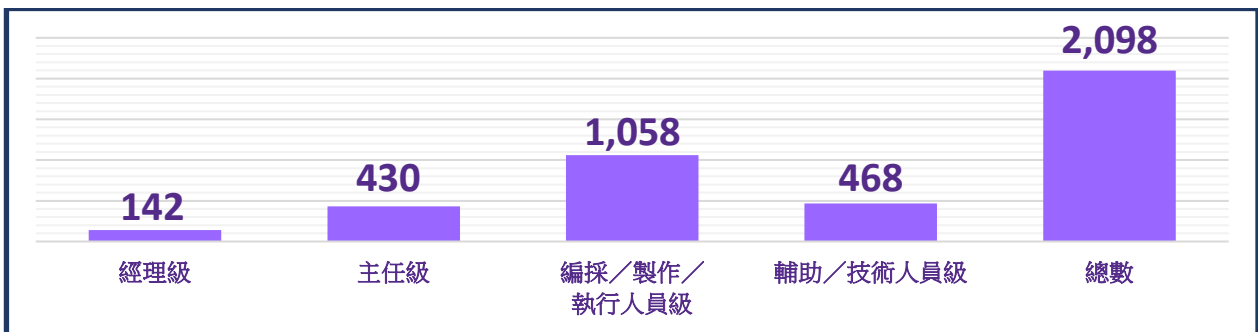


本地及中國經濟氣候向好，加上失業率低（2016 年為 3.4%；2017 年為 3.1%；2018 年 2 月至 4 月為 2.8%，為 20 年來最低）是影響業內人力狀況的主要因素。業內流失率依然高企，不同行業類別對人力續有需求。本會 2016 年 11 月至 2017 年 7 月期間進行桌面研究，錄得與媒體及傳訊業有關的招聘廣告數量，正好反映上述情況。

2016年11月至2017年7月期間  
媒體及傳訊業招聘廣告數量（按行業類別劃分）



2016年11月至2017年7月期間  
媒體及傳訊業招聘廣告數量（按等級劃分）



本會參考上文討論的行業趨勢及發展，向聚焦小組收集意見，從而預測業內各行業類別對人力需求的轉變。

## 新聞業

未來數年，行業整體的人力需求將維持穩定。

### 網上業務及視頻業務人力

由於大部分傳媒機構均設有數碼平台分支，人力需求會受到以下三方面的影響：

- (i) 預計報紙和雜誌機構會繼續調派傳統業務的人手轉為負責網上業務。

- (ii) 視頻在數碼平台的角色舉足輕重。行業需要更多適合人力負責視頻製作或剪接工作。
- (iii) 媒體機構需要更多資訊科技專才，負責開發及支援流動應用程式(apps)。

現今的攝錄設備更輕巧易用，相比從前，電視台直播節目時需要較少工程技術員支援。

## 高流失率職位

由於流失率高及業務擴充的緣故，行業仍需要繼續招聘記者、編輯及監製以填補空缺。此外，資深記者或編輯轉到公共關係行業或政府工作，甚至自行創業的情況相當普遍。人手供應方面，部分應屆新聞系畢業生或會基於較吸引的工作機會，轉投其他行業。

預期具備視頻製作和剪接技能的人才，將帶動業內的人力輕微增加。

---

## 廣告與公共關係業

---

廣告與公共關係業的人力需求料維持不變，甚至會隨着經濟發展而有所增加。

### 科技發展影響傳統職務

人工智能和聊天機械人等科技能節省負責監察訊息及處理查詢等工作的人力。此外，隨著消費者改變觀賞習慣，轉用網上媒體，相關統計資料亦由系統自動收集；這種媒體消費模式的轉變和工序自動化，能減省負責處理紙媒廣告統計資料的人手。

## 調整人力配合營運模式

另一方面，本會觀察到客戶不斷改變宣傳策略，推出規模較靈活而曝光率較高的宣傳活動，以維持產品或服務的認知度和市場佔有率。廣告及公關公司亦需調整營運模式以配合客戶期望，故預期需增聘額外人手，方可提供適時服務。此外，客戶期望提供線上線下無縫融合的體驗，促進消費者購買慾，故預期業界對用戶體驗設計專員的需求會有所增長。

### 渴求新血加盟

初級人員流失率高，加上青年人能夠適應業界迅速轉變，令業內機構對年輕人才需求若渴。

---

## 數碼／新媒體業及媒體製作業

---

隨着科技減省工作流程，這兩個行業類別在未來數年對人力的需求或會減少。

### 數碼化有助精簡人手

人工智能科技應用，加上程序自動化，將促使數碼／新媒體業優化人手，提升生產力。業內的全職職位或會有所減少，而且由於現今的拍攝工作多數採用數碼儲存媒體，甚少使用菲林，部分職位已逐步淡出（例如：主要負責更換菲林的攝影助理）。

### 對項目統籌人員的需求

自由工作者與其他公司合作，又或以項目收費形式處理整個工作流程中的部分工序，在媒體製作業中愈趨常見。然而，要成功管理涉及多個協作單位的製作項目，關鍵在於監督整個流程的能力。行業渴求具備專業知識、良好項目管理技能，以及熟悉業內技術標準的人才，特別是後期製作統籌等崗位的人手。他們需要擁有良好的溝通技巧，以便監督檔案交收、協調自由工作者及各方人員。

# 培訓需求

## 業界要求僱員具備的主要能力

本會從主要招聘網站收集招聘廣告，集中分析招聘條件及對能力的要求。下表概述業界要求僱員具備的主要能力。

媒體及傳訊業  
招聘廣告要求僱員具備之主要能力（2016年11月至2017年7月）

	新聞業	數碼／ 新媒體業	廣告與 公共關係業	媒體製作業
網頁開發	*	*	*	
社交媒體廣告	*	*	*	
用戶介面設計	*	*	*	*
平面設計	*	*	*	*
媒體市場推廣／營銷	*	*	*	*
網絡營銷	*			*
市場營銷			*	
影片前期製作				*
影片拍攝				*
影片剪接		*		*
立體圖像設計				*
數碼娛樂				*
攝影				*
流動應用程式				*

根據上述行業趨勢和發展，以及預期的人力變化，聚焦小組詳細分析業界要求僱員所具備的各項技能。

---

## 多項技能集於一身

---

業界要求人手涉獵不同範疇的技能。新聞業界期望記者掌握新聞寫作、即場報導、攝影、拍片和主持等技巧，以便透過數碼平台進行視像新聞報導。

因應緊迫的製作周期及頻密的宣傳活動要求，廣告與公共關係業除了要求從業員具備實際營銷、廣告及公關技能外，還期望他們兼備拍攝、影片剪接及平面設計等技能。

此外，大部分公司在招聘平面設計員和多媒體設計員時，除了要求精通常用的平面設計軟件和多媒體編輯工具外，亦要求他們具備網頁開發的知識。

---

## 資料視覺化和掌握拍攝技能

---

使用數碼裝置觀看視頻日漸普及，新聞業和廣告與公共關係業將需要更多具備拍攝和剪接專業技能的人員。而能夠以資訊圖表、動態圖像或互動圖像，適切地報導事實、呈現新聞故事，更是行業渴求的技能之一。大多數近年畢業的年輕新聞工作者屬數碼原生代，在學期間已曾接受相關訓練，資深新聞從業員對資料視覺化和拍攝技能的培訓則仍有需求。

---

## 社交媒體技能

---

Facebook、Instagram、Twitter 及 Snapchat 等社交媒體平台的發展迅速，人們在世界不同角落也能分享親身經歷，並令溝通變得更即時、更具創意，還充滿視覺元素。新聞業和廣告與公共關係業要求從業員能夠了解各社交平台的特點和受眾的行為模式，創造能夠與受眾互動的內容，為創意影像配上引人入勝的描述，並運用科技強化效果。

---

## 自學能力

---

科技發展一日千里，曾是最新、最好的應用程式，現在可能已經不合時宜。上述三個行業均期望從業員能持續進修，與時並進，掌握科技的新發展。舉例說，新聞工作者需要學習如何應用新科技，更快捷地提供更高質素的報導。

廣告與公共關係業要求從業員學習 Google 或 Facebook 的新工具，以幫助分析和鎖定目標顧客。業界亦鼓勵僱員自學，並善用科技達成目標，積極向機構提出建議。

---

## 軟性技能

---

廣告與公共關係業和媒體製作業期望新聘僱員能夠整合線上線下的媒體宣傳活動，或是協調不同協作單位，統籌媒體製作項目。廣告與公共關係從業員應具備認知能力、解難技巧、判斷力及活動籌劃等軟性技能；媒體製作從業員則需要具有良好的溝通技巧、協調和管理項目的能力。

---

## 招聘上的挑戰

大部分行業類別均面對招聘視頻製作、數據分析、程式編寫和流動程式開發專才的挑戰。

---

### 薪酬與工時

由於廣告與公共關係業的工作性質要求高、薪酬待遇稍遜，近年入行的年輕人相較以往為少。新聞業亦面對同類情況。傳媒機構中部分職位需要輪班、通宵或於公眾假期工作，有些應屆畢業生因此而卻步。有些在業內工作一段短時間後，也因為工時不理想而離職。

---

### 年輕一代的喜好和意願

年輕一代對職場有不同的喜好、期望和價值觀。他們強調「作息均衡(work-life balance)」，部分傾向自由工作或追求多樣化的工作模式。有些應屆畢業生亦偏向從事自由工作，享受較有彈性的工時安排。

越來越多從業員成為自由工作者，這趨勢亦為新聞業及廣告與公共關係業招聘全職員工帶來挑戰。

---

### 人力短缺帶來額外工作量

新聞業流失偏高、並面對替補人手不足的挑戰，現職員工因而需要分擔額外工作量，壓力隨之而增加。

---

### 競逐人才

同業之間競爭激烈，也是招聘上的一大挑戰。業內的僱員流動率高，初級職員的情況尤甚；而資深人員亦是各行各業大公司和公營機構中企業傳訊、廣告、公共關係或市場部門爭相競逐的人才，令招聘和挽留人才方面遇上困難。而由於其他行業傳訊或公共關係部門的薪酬待遇吸引，新聞從業員於這些行業尋找工作機會的情況並不罕見。



---

# 建議

## 應對培訓需求

因應媒體及傳訊業未來發展的趨勢，政府、教育院校和僱主須合力為業內僱員和學生提供訓練，詳情如下。

---

### 政府

千禧世代較積極探索不同工作模式，希望從工作中追求並實現自我理想。因此，可能需要較長時間決定投身那個行業發展，並需獲得更多支援。為學生和年輕在職人士加強職業和生涯規劃的教育和支援，並為年輕從業員提供專業進修／培訓的資訊、事業規劃的建議和輔導，將有助他們選擇學習、培訓和工作方向，發展事業。

---

### 教育院校

#### 為青少年提供培訓

隨著大眾愈趨使用流動裝置享受視覺體驗，院校亦應加強媒體和傳訊課程內，有關平面設計、攝影和影片製作的訓練，以協助青少年為投身行業做好準備。

#### 支援從業員提升技術

為了讓業界從業員能緊貼行業發展，院校可開辦平面設計、資訊圖象、動態圖象、互動圖象、拍攝和影片剪接的短期課程。

媒體從業員日程繁忙緊湊、工時漫長。有見及此，院校可於從業員辦公地點或以網絡研討會形式定期舉辦工作坊或分享會，介紹數碼平台、視頻製作或社交媒體等科技的最新應用趨勢。

#### 學界與業界交流

院校可多鼓勵業內從業員與學生分享知識和交流經驗，例如邀請業內人士出席學校課堂擔任客席講師或講者，向學生傳授課本以外的行業知識和實務技巧。

修讀不同院校廣告與公共關係課程的畢業生具備不同技能和知識。有些院校著重學術基礎，有的較注重學生即時投身工作的能力。院校在設計課程時，宜考慮業界的建議。

## 院校與僱主通力合作

業界普遍認同課程包括見習生計劃和工作實習計劃等實踐元素，能有效培訓合適的人才，舒緩人手短缺的情況。教育機構可與僱主合作，設計有系統的職學結合課程，透過兼顧學術知識和有系統的職場訓練，攜手協助青少年實現學習目標。工作綜合學習模式能讓青少年有更好的準備，順利從學校過渡至職場，並提升職場新人即時勝任工作的能力。

---

## 僱主

---

### 聘用年輕人才

媒體及傳訊業渴求年輕新血，以推動行業配合新科技趨勢，持續發展。

為吸引和挽留精通科技的千禧世代，僱主應了解他們的工作價值觀和期望，因應不同僱員的情況而作出調整。業界可了解僱員人選的事業期望，並提供更有彈性的僱傭合約。自由工作者亦能略為舒緩人手短缺問題。而向參與工作假期的僱員給予無薪假期，亦是挽留年輕人才的方法之一。如有足夠資源，僱主可僱用額外一至兩名前線人員，既可舒緩工作量，亦能更靈活部署人手。

薪酬和福利是吸引和挽留人才的關鍵，機構訂立的薪酬待遇應符合行業普遍水平。建立良好的公司文化，例如作息均衡、工作自主、明確分工，亦有助員工投入工作。

### 把見習生納入工作團隊

面對人才短缺，僱主參與見習生計劃將獲益不少。見習計劃讓僱主有機會試用不同人選，再決定聘用適任人才。見習生亦能充當額外人手，支援團隊的恆常工作。他們能透過真實工作經驗，更深入了解行業，在畢業後加入團隊。

### 為業界人力發展出力

本會鼓勵僱主透過以下方式支援業界長遠的人力發展：

- (i) 與培訓機構推展更多合作計劃，培育新血；
- (ii) 向院校提出課程設計的建議，協助培訓更多能夠即時投入工作的畢業生；以及
- (iii) 參與職業訓練局(VTC)的人力調查和聚焦小組，提供來自業界的寶貴意見。

僱主可善用政府撥款，引入新科技，以提升人力成本效益。

## 支持員工學習

僱主普遍認同，投資人才發展屬人力資本開支。不過，許多僱主在投資僱員專業發展時，往往需要顧及其他工作的優次，並受預算所限。儘管個人長遠的發展，乃屬員工個人規劃，機構積極推動僱員持續專業發展，對機構成長至關重要。科技發展日新月異，本會認為僱主更需支持員工持續進修。

---

## 僱員

---

### 開放思維 樂於學習

僱員應能透過不同網上渠道自學，並以開放思維與世界各地人士合作，互相學習。僱員亦須掌握新科技，並注意人工智能為行業和工作機會帶來的影響。

### 自由工作者的事業和生涯規劃

自由工作與多樣化的工作模式可能成為新的模式，為個人帶來各種機遇。然而，年輕的自由工作者仍需發展事業，訂立生涯規劃目標，推動自己不斷提升技能並學習新能力，保持在業內的競爭力。

### 善用政府資助

僱員可善用政府各項資助計劃，例如持續進修基金，實踐終身學習。