



# 人力更新報告

美容及美髮業

---

# 2020

---

美容及美髮業訓練委員會

# 鳴謝

承蒙業界專家擔任焦點小組成員，抽空出席會議，對美容及美髮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，美容及美髮業訓練委員會特此鳴謝。

## 目錄

---

### 引言 1 - 2

背景  
目的

---

### 調查方法 3 - 4

概要  
焦點小組會議  
桌面研究  
資料分析  
局限

---

### 調查結果 5 - 10

影響美容及美髮業發展的因素  
未來人力需求  
培訓需求  
招聘上的挑戰

---

### 建議 11 - 12

應對培訓需求的方法

---

# 引言

## 背景

職業訓練局轄下的美容及美髮業訓練委員會（下稱「本會」）由香港特別行政區政府委任，主要職能範圍是確定業界的人力狀況和培訓需求。

本會自 2017 年採用新模式進行人力調查，以更能反映最新人力市場動態。做法是每四年為各行業進行一次全面的人力調查，期間會根據焦點小組會議和桌面研究結果，定期更新人力資訊。

時間方面，本會於 2016 年完成全面的

人力調查，而在 2018 至 2019 年間則會擬備兩份人力更新報告。第一份更新報告已於 2019 年上載於本會網頁。為籌備第二份報告，本會於 2019 年 8 月 7 日及 8 月 15 日分別舉行了「美容業」及「美髮業」焦點小組會議，就業內最新的人力狀況及訓練需求聽取業界的意見。另外，透過桌面研究，搜集 2018 年第二季至 2019 年第一季期間的業內招聘資訊，包括主要職務職位空缺、資歷要求和薪酬水平等。

本會在總結及分析焦點小組意見，並輔以桌面研究資料後，編訂了第二份美容及美髮業人力更新報告。

## 目的

編製人力更新報告是旨在：

- (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) 了解招聘上的挑戰；
- (iv) 確立新興技能；以及
- (v) 識別職務要求。

# 調查方法

## 概要

本會以焦點小組會議的討論及桌面研究的定期更新資料作補充，從而蒐集美容及美髮業更完整的人力資料，以撰寫更新報告。

## 焦點小組會議

焦點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。成員包括美容及美髮業以下類別代表：

### 美容業

- (i) 美容院、水療及健康中心
- (ii) 美容產品零售及批發公司

### 美髮業

- (iii) 髮廊
- (iv) 美髮產品批發及代理公司

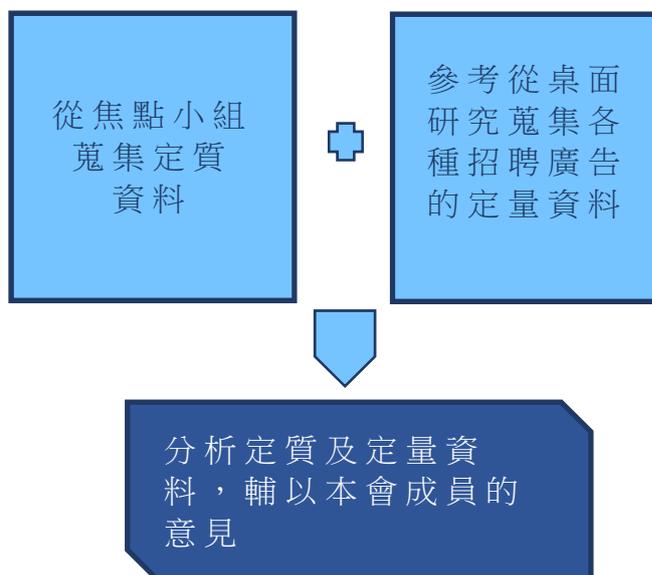
本會於 2019 年 8 月 7 日及 8 月 15 日分別舉行了「美容業」及「美髮業」的焦點小組會議，並由本會秘書處人員主持。兩個小組會議分別有九名業界代表出席，先從一般問題展開討論，再深入探究更具體的內容，以蒐集相關議題的詳細資料。會上對話並轉成文字紀錄，以便整理分析。

## 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 2018 年第二季至 2019 年第一季度期間蒐集人力資料，當中包括：招聘廣告數量、空缺職位所需能力、資歷及經驗要求和市場薪酬待遇等。研究期間，共蒐集約 4,265 宗招聘紀錄。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，數據供分析就業市場的趨勢。

## 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質資料為主，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。

就個別行業類別所得的職位空缺資料中，髮廊類別相對較少透過使用網上平台進行招聘人手，故桌面研究所蒐集的髮廊廣告數量未能全面反映業內的職位空缺情況。

# 調查結果

## 影響美容及美髮業發展的因素

焦點小組受邀進行討論，探討影響行業發展的因素及未來或會出現的轉變。

### 電子商貿及社交媒體

- ◆ 近年，隨著消費者越來越普遍透過網上平台模式購物，美容及美髮產品和服務提供者使用電子商貿及社交媒體（如 Facebook，Instagram，Whatsapp 等）亦成為行業主要的銷售及宣傳推廣的平台之一。此外，透過這平台更有效地增強與顧客的互動和溝通。以美髮業為例，部份較大型髮廊亦已設有拍攝專區及相關攝影設備，為顧客就其最新美髮造型進行拍攝及將作品上載到不同社交媒體網。透過網上平台作宣傳推廣，可吸引更多跨區及未經預約而來的客群。因此，這類網上宣傳推廣方式足以令個別髮廊維持其營運。

### 中國市場及大灣區產品趨勢

- ◆ 產品批發界表示，除了韓國產品成為市場趨勢主導外，中國市場及大灣區等城市所流行的最新美容及美髮產品趨勢變得越來越具影響力。為加強香港市場的競爭力，業界亦需要定期參考內地不同網上購物和社交平台（如小紅書、抖音、天貓或淘寶網等），了解各類較受歡迎的產品趨勢。此外，與香港市場相

比，內地市場借助網絡平台如與社交媒體紅人（關鍵意見領袖(KOL) / YouTuber）宣傳及推廣美容及美髮產品及服務的比率相對較高。

### 相關法規影響美容業營商環境

- ◆ 隨著政府有意對行業營商實務收緊相關條例或進行立法，業界表示在推出不同的新美容服務及項目時，必須小心留意是否涉及有關條例。例如，鑑於早年前曾出現一些美容服務涉及不當營業行為，為加強對消費者的保障，政府有意於 2019-20 立法年度，向立法會提交為美容業設立「強制性冷靜期」條例草案（針對預繳式消費的美容服務）。因此，若上述條例獲通過後，將有機會影響美容業的未來發展，或構成不明朗的因素。

### 零售業務受衝擊

- ◆ 受近期社會事件（修例事件及持續示威活動）影響，導致內地及海外訪港旅客大幅下跌，特別是黃金周期間，跌幅高達五成。此外，示威活動嚴重削弱消費情緒，預料零售業銷售表現短期內仍然疲弱，亦將會對零售業造成進一步打擊。根據

政府統計處公佈，10月份零售業銷售按年再度錄得顯著下跌，當中「藥物及化妝品」的銷貨價值下跌33.5%。若情況未有改善，業界預計零售界別將會出現裁員情況。

- ◆ 零售業現正面對非常嚴峻的時期。為尋找出路，有業界人士表示零售業的未來發展定位可考慮以針對本地消費客群為主。例如業界建議考慮在不同的小區域建立一些以不同消費項目主題作為發展方向，此有助提升各地區的競爭力和避免業界過分依賴旅客的消費渠道。

### 中小企美容院營商壓力

- ◆ 隨著「醫學美容」之興起，客人對各種美容服務及其產品的要求越來越高，業界在推出不同新產品或新儀器的周期亦變得越來越快。美容院往往為緊貼市場及滿足顧客的不同需求，需要不斷投資去引入各種最新的高科技美容儀器。這種情況或會對中小型美容院構成一定的財政壓力。

### 面對千禧世代僱員之挑戰

- ◆ 千禧世代（90後、接近30歲）將是本業的主要勞動力。他們在焦點小組所任的公司人數中亦佔有一定的比重。這群勞動力的優勢是學習能力較高，自小接觸數碼科技，故精通使用數碼工具（包括各種社交媒體工具）。此外，他們精力充沛，充滿好奇心。例如，他們亦對最新

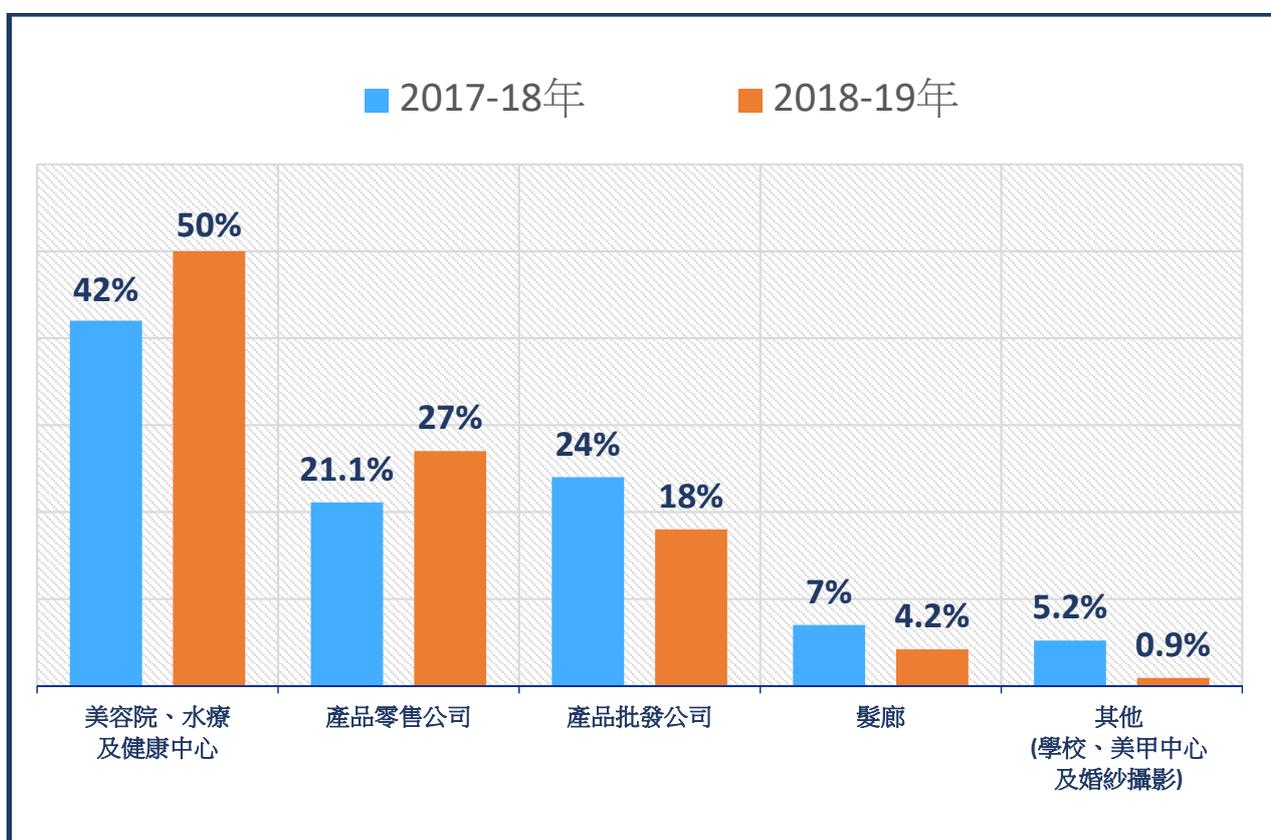
的潮流趨勢如網紅代表等有很熟悉的了解，會勇於提出新的想法。這種特質能令他們為行業注入動力。

- ◆ 隨著社會生活水平越來越高，千禧世代均在較富裕及受保護的環境下成長，他們往往不習慣從事較辛苦或長時間的工作。因此，他們亦普遍不願意投放長時間去學習行業及其產品知識及技能。例如初入職的髮型助理或會選擇以自由身聘用模式在髮廊工作，傾向只集中學習及負責一些基本工作（如基本染髮或負離子項目），而不願意進一步學習涉及較複雜程序的項目（如挑染及捲電髮芯等）。此外，千禧世代亦較重視短期回報及即時的滿足，例如他們會為較高的薪酬水平而選擇辭職。
- ◆ 除此之外，受近期社會事件影響，千禧世代多會選擇在港工作及不願意前往其他內地城市發展。

## 未來人力需求

就 2019 年美容及美髮業更新報告中，在 2017-18 年期間，桌面研究錄得 4,644 宗與美容及美髮業有關的招聘廣告數量。而在 2018-19 年期間，則共錄得 4,265 招聘廣告，共減少了 379 則廣告。與 2017-18 年相比，美容院、水療及健康中心類別的廣告數量依然最多，有 50% 的職位空缺廣告來自這個類別。下圖顯示兩個時期內的招聘廣告比較。

2017-18 年與 2018-19 年招聘廣告數量比較  
百分比（按行業類別劃分）  
（包括全職及兼職空缺）



與 2019 年更新報告相若，鑑於髮廊類別較少透過使用網上平台進行招聘人手，故桌面研究所蒐集得髮廊的廣告數量亦相對較少。在四個主要界別中，業界普遍招聘以下的主要職位：

**2018-19 年美容及美髮業首五大招聘職位  
(按行業類別劃分)**

	美容院、水療及健康中心	產品零售公司	產品批發公司	髮廊
1.	美容師	美容顧問 (櫃位)	營業／市場主任	髮型助理
2.	按摩及身體護理師	營業代表	營業代表	髮型師
3.	美容顧問	營業／市場主任	品牌／營業／市場總監／經理	不適用
4.	營業／市場主任	主管	美容顧問 (櫃位)	不適用
5.	美甲師	企業／品牌形象營業總監／經理	企業／品牌形象營業總監／經理	不適用

本會按行業趨勢和發展及預計的人力變化，向焦點小組收集意見，並探討美容及美髮業會否出現新興工作及其新工作要求。經討論後，焦點小組指出各界別的職務崗位除了需要具備及掌握多方位的技能外，並得出以下的培訓需求。

# 培訓需求

---

## 業內專業技能範疇

---

### 美容院、水療及健康中心

- ◆ 整體而言，以「醫學美容」為主的高端美容服務的發展近年漸趨穩定。相反，以傳統手法為主的美容護理療程（即是「生活美容」範疇）的市場份額及發展空間相對越來越少，特別針對瘦身或減肥的美容療程的需求有下降趨勢。雖然如此，近年消費者對「保健養生及抗衰老」為主的健康美容護理療程之需求持續增加。鑑於此類美容項目或涉及一些與中醫（例如穴位）或西醫有關的範疇，業界認為在推出這類新美容服務及項目時，必須小心留意是否干犯相關法例(如中醫藥條例)。因此，業界建議應與政府討論如何進一步釐清及確認從業員的專業資格和相關合法工作範疇。
- ◆ **健康美容知識及技能：**針對上述美容界別發展，業界鼓勵前線人員（美容師、美容顧問等）必須具備良好的健康美容護理知識（特別是保健養生及抗衰老等範疇）及最新的儀器應用技能。

### 產品零售

- ◆ **社交媒體營銷技能：**隨著越來越多消費者選擇網上選購不同美容產品，故各美容產品零售商亦紛紛使用各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。此外，電子商貿亦可為各美容產品零售商衍生了大量的商貿數據，其品牌零售商亦可作進一步數據分析。部份零售商亦開始鼓勵或要求其前線人員（例如資深美容顧問[櫃位]）在需具備良好產品知識外，亦必須對「數據分析概念」及「線上線下之銷售模式」（包括使用社交媒體的營銷技能）有一定的認識及基本應用。因此，業界建議資深前線員工應加強使用各種社交媒體營銷技能，去配合及照顧不同顧客的需求。

### 髮廊

- ◆ **電髮及染髮知識及技能：**近年，美髮業市場（主要以電髮、染髮、剪髮及造型設計為主）的發展已經達至飽和，但消費者對各種美髮服務依然有一定的需求。惟部份髮型師對不同化學產品（如電髮及染髮項目）的應用技能相對較弱，故可能令顧客的頭髮及髮質受損。因此，業界鼓勵髮型師必須加強如何正確使用不同化學產品等知識及技能。
- ◆ **頭皮護理知識及技能：**為加強業界競爭力及擴大業務範疇，一些規模較大的髮廊或美容集團漸漸開展一些新增服務。例如處理頭皮護理及針對頭髮抗衰老等問題之護理項目服務。此新增項目屬於另一類的專業範疇，其所需的知識及技能（包括產品及儀器應用）有別於傳統美髮服務類別。現時，提供此類護理療程項目的相關髮廊或美容集團，或只聘用一般營業員（稱為「頭皮

護理顧問」等)負責提供相關服務。有別於其他海外地方如澳洲及美國市場，從事相關範疇的從業員必須取得認可專業資歷(如 Trichology/ qualified trichologist)才具資格提供相關療程的服務。因此，業界建議應參考海外經驗，探討在香港增設相關認可專業資歷或課程以供相關人士修讀的可行性，提升從業員的知識及技能水平。

---

## 通用技能範疇

---

- ◆ **溝通技巧**：除擁有相關業內專業知識及技能外，前線員工(例如美容師、美容顧問[櫃位]或髮型師等)亦必須具備良好的溝通技巧，以便與顧客溝通及提供有質素的服務及專業意見。長遠來說，良好溝通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性，建立深厚的聯繫。
- ◆ **加強軟性技能及積極工作態度**：除具備良好的溝通技巧外，年青僱員亦應在職場上建立正確的工作態度，並積極主動學習，緊貼及了解行業趨勢，跟上行業的最新變化，這有助他們制定努力工作的目標，以備作職涯規劃之用。

## 招聘上的挑戰

近年，行業在招聘過程或挽留員工方面均遇到不同挑戰。例如，精通科技的千禧世代非常重視「工作與生活」的平衡和個人工作價值及期望。他們較喜歡靈活的工作環境和安排，包括工作假期和自由工作安排等。因此，針對此情況，業界表示顧主可考慮提供較吸引的薪酬待遇(包括增潤員工作假期安排及其他福利政策等)，有助挽留年青一代的員工。

美髮業遇到的招聘挑戰遠比美容業嚴峻，當中有以下主要原因：

- ◆ 行業及社會形象低(一般社會認為美髮業以手藝為主，工作性質辛苦、前景及晉升階梯欠缺清晰等)；
- ◆ 行業內互相挖角情況嚴重，造成僱主不願意投放資源為新人職或在職人士提供合適培訓及進修；及
- ◆ 行業欠缺清晰及具標準化的培訓制度。

這些因素亦令年青人對加入美髮業發展卻步。

與美髮業相比，近年在美容業出現很多內地新移民加入發展。當他們在港定居後，大部份會傾向選擇修讀及從事以技能為主的工作(如美容師、身體護理師等)。這批勞動力相對較勤力及願意學習不同工作。因此，這亦會成為業界吸引新血的新溝道。

# 建議

## 應對培訓需求的方法

因應滿足行業的發展需求，政府、教育機構和僱主必須合力制定有效策略以培訓人才和提升技能。詳情如下。

---

### 政府

---

- ◆ 政府應該協助業界建立正面形象，及釐清行業未來發展導向包括確立／確認從業員的專業資格和各職位的合法工作範疇(例如健康美容護理等)，加強推行優質美容及美髮服務。

---

### 培訓機構

---

- ◆ 培訓機構應與業界加強合作，為年輕一代提供清晰行業發展途徑和職業前景，以及行業特色等資訊，幫助他們加深了解行業的未來機會。例如業界可為年青人定期安排參觀美容院或髮廊，讓他們了解業內實際工作情況及認清其對行業的期望。培訓機構更可考慮安排工作實習機會，培養學生未來的就業能力。
- ◆ 為吸引年輕一代入行，培訓機構可考慮舉辦不同的技能項目活動，邀請各企業人士擔任評審工作。除可讓學生有機會展示其技能水平外，其僱主亦可同一時間有機會挑選合適人才。

- ◆ 此外，培訓機構亦可協助年青人建立個人資料庫，記錄他們所參與各項行業活動或工作等，以助他們日後發展事業。
- ◆ 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，協助從業員提升知識及技能，並能有效地應用於工作環境中。短期課程項目可包括傳統生活美容項目（古法線面、傳統電睫毛技巧）及胸部按摩療程等項目。另外，專業課程項目亦包括面部淋巴引流按摩、保健養生、抗衰老護理範疇等。

---

### 僱主

---

- ◆ 良好的指導有助培養僱員能力和建立自信心。僱主需掌握行業的最新前線資訊，在提供適當的指導下，這可助其有效帶領年青僱員在行業發展，讓他們更能投入，成為企業的一份子。此外，僱主亦可考慮簡化其工作程序，及為年青僱員提供清晰的行業前景及特色、快捷晉升階梯和個人事業發展等資訊，讓年青僱員明白行業實際工作情況，做好在行業的事業規劃等。
- ◆ 要挽留和培育年輕一代，管理層需要加強與年青僱員溝通。例如僱主

可用心聆聽年青僱員的真正想法及需要；了解他們所熟悉的最新潮流文化，有助融入年青僱員的世界。長遠來說，互相尊重和專業溝通是維持職場和諧的關鍵，更能推動年青僱員自我提升，持續改進。

- ◆ 僱主亦應鼓勵及資助員工按不同工作範疇持續進修，實踐終身學習。另外，僱主亦可考慮為管理層舉辦全方位工作坊，例如針對如何在委派工作時，更有效地與年青人溝通，及管理他們的工作期望。

---

## 僱員

---

- ◆ 僱員亦應主動自我增值，如行業最新知識及技能（包括產品及儀器應用、數碼媒體營銷策略、頭皮護理、電染髮範疇等）；並加強與僱主及顧客之溝通技巧和建立良好的工作態度，以提升自我競爭力。
- ◆ 僱員可善用政府的不同資助計劃，例如「過往資歷認可」、「新技能提升計劃」等資助計劃，不懈地終身學習、發展事業。