

[illegible]

鳴謝

媒體及傳訊業訓練委員會（下稱「本會」）特此鳴謝焦點小組成員抽空對媒體及傳訊業的人力情況提供寶貴意見。他們的真知灼見，連同本會委員之意見及建議，令本報告的調查結果更具參考價值。

目錄

引言 1

背景
目的

調查方法 2

概要
焦點小組會議
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 17

加強切合業界需要及實務導向的培訓
培育跨學科及複合型能力
推廣負責任使用人工智能
將 ESG 元素融入業界培訓
加強跨文化及內地市場之認識
促進持續學習及技能提升
支援靈活就業模式及職業發展
促進持份者協作
支持人才吸納及行業發展

引言

背景

職業訓練局（VTC）轄下的媒體及傳訊業訓練委員會（下稱「本會」）負責評估業界的人力需求、研究人力供求情況，以及就職業專才教育（VPET）的發展提出建議，以配合業界的培訓需要。

為更有效掌握業界人力發展情況，本會每四年進行一次全面人力調查，並於其間進行兩次以質性研究為主的人力更新工作。本次人力更新工作乃承接2023年完成的人力調查而進行。

本人力更新報告包括：

(a) 業界專家焦點小組提供的見解，主題涵蓋行業最新發展、勞動力需求、招聘困難、培訓需求，以及應對行業挑戰的建議；及

(b) 對主要招聘平台的招聘資料進行的桌面研究及分析。

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及紓緩人力短缺問題。

調查方法

概要

本人力更新報告透過焦點小組會議所蒐集的意見，了解媒體及傳訊業的最新發展，並進行桌面研究，分析主要招聘平台所得的招聘廣告，以作補充。

焦點小組會議

焦點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. 電台及電視台之新聞及資訊部

數碼／新媒體業

4. 數碼／新媒體

廣告與公共關係業

5. 公共關係服務供應商
6. 廣告公司、代理及其他廣告服務
7. 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

8. 製作公司

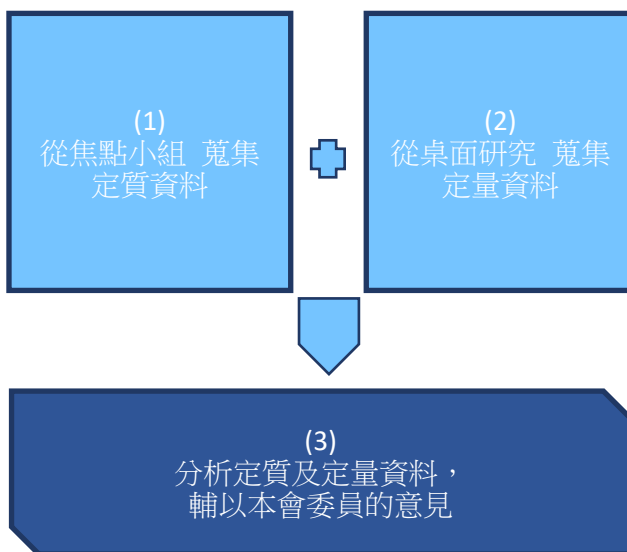
本會分別於 2026 年 2 月 11 日、13 日和 26 日進行焦點小組會議。會上討論已作錄音並轉成文字記錄，以便整理分析。

桌面研究

桌面研究蒐集 2025 年 1 月至 2025 年 12 月期間的人力資料。本會開發了招聘資訊系統，從各大招聘網站蒐集相關資料。研究期間共蒐集了約 19,581 則招聘紀錄，其後將資料與《香港標準行業分類》的相關公司列表進行比對，刪除重複紀錄，作為反映就業市場趨勢的參考。

資料分析

資料分析按以下三個步驟進行：



局限

是次人力更新旨在提供人力趨勢分析，以焦點小組所提供的資訊及建議為主要定質資料，並非全面之人力調查。而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，例如透過獵頭公司所招募之管理層職位。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焦點小組討論結果之補充，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

自疫情後經濟逐步復甦以來，媒體及傳訊業經歷了顯著轉型，數碼生態系統的發展趨勢日益明顯，並逐步融入各個業務範疇。

雖然業界於過往數年已逐漸轉向數碼平台，但現時的发展已超越單純「數碼優先」(Digital-first)的模式，演變成以內容為主導，並根據不同平台特性及受眾行為制定策略的生態系統。隨着媒體接觸點日趨分散，「單一創意適用於所有渠道」的做法已不合時宜，取而代之的是更具針對性及高度客製化的內容策略。

人工智能廣泛融入業務流程

人工智能(AI)已成為推動媒體及傳訊業轉型的重要力量，其應用已由早期試驗階段迅速發展至廣泛融入日常工作流程。

目前，人工智能已普遍應用於：

- 內容創作及開發；
- 數據分析及報告編製；

- 推廣活動優化；以及
- 工作流程自動化。

此外，人工智能代理(AI Agents)及自動化工作流程等較先進的應用，亦開始改變企業處理例行工作及內部運作的方式。

業界指出，雖然部分例行及執行性工作已逐漸由人工智能支援甚至取代，但人類在創意思維、專業判斷及策略制定方面的價值仍然不可或缺，尤其在故事構思、持份者溝通及決策等範疇更為重要。

內容、體驗與商貿活動進一步融合

另一項重要發展趨勢是內容創作、體驗式互動及商貿活動之間的融合日益加深。

企業愈來愈重視透過線上及線下渠道提供具互動性及可量度成效的體驗，以加強與目標受眾之間的聯繫。隨着實體活動全面恢復，市場對沉浸式及互動體驗的需求亦顯著增加。

與此同時，傳訊活動與商貿活動之間的關係日趨密切，例如吸納客戶、提高品牌參與度及銷售轉化等。數碼平台已不再僅是內容發布渠道，而是兼具交易功能的平台，逐漸模糊市場推廣與電子商貿之間的界線。

傳訊工作趨向數據導向及重視成效

隨着企業愈來愈重視可量度成果，傳訊策略正逐步朝**數據導向及成效導向**方向發展。

數據分析已廣泛應用於：

- 了解受眾行為；
- 優化推廣活動表現；及
- 評估投資回報。

業界普遍由以曝光率為主的評估模式，轉向重視互動率、轉化率及商業效益等成果指標。

因此，市場推廣、品牌管理及銷售職能之間的整合程度日益提高，從業員亦需要具備更強的分析能力及成果導向思維。

體驗式及活動導向推廣需求增加

隨着實體活動恢復正常，市場對**體驗式營銷及活動推廣**的需求明顯增加。

企業投放更多資源於：

- 大型活動及贊助項目；
- 讓受眾直接參與的體驗式推廣活動；以及
- 產品試用、期間限定活動（Pop-up Activities）等實體推廣項目。

相關發展主要受以下因素推動：

- 品牌期望透過實體互動重新與消費者建立聯繫；
- 更重視人流、參與率及銷售轉化等量化成果；以及
- 政府及市場積極推動盛事經濟發展

活動已不再局限於獨立推廣項目，而是與數碼推廣策略互相配合，形成全渠道（**Omnichannel**）**傳訊模式**。活動前的網上宣傳、活動期間的實體體驗，以及活動後的內容推廣已成為整體策略的重要部分。

因此，活動推廣的角色正由傳統的支援功能，逐漸演變成**品牌互動及客戶拓展策略**的重要組成部分。

中國內地市場融合及跨境影響力持續提升

粵港澳大灣區（大灣區）的持續發展，以及與中國內地市場日益緊密的融合，正持續改變媒體及傳訊業的營運模式。

業界愈來愈重視：

- 透過合適的平台及內容形式接觸中國內地受眾；
- 協助中國內地企業拓展國際市場；以及
- 支援具有中國內地背景的新來港人士的傳訊需要。

中國內地數碼平台（如小紅書及微信）在傳訊策略中的重要性日益提升，並帶來新的內容形式及互動模式。

因此，品牌推廣、公共關係及旅遊相關行業對**跨文化理解、市場知識及平台運作認識**的需求亦持續增加。

ESG 逐漸成為業界基本要求

環境、社會及管治（ESG）已逐漸成為企業傳訊、品牌管理及營運執行的重要考慮因素。

相關要求已逐步反映於：

- 標書及項目要求；
- 持份者溝通及品牌定位；以及
- 推廣活動設計及活動策劃工作。

例如企業需要在活動執行過程中採用環保措施、推行負責任採購，或確保相關傳訊內容符合 ESG 目標。

雖然 ESG 對業界的影響目前仍未如科技發展般深遠，但已逐步成為影響企業營運及傳訊策略的重要基本要求。

焦點小組反映的主要人力發展趨勢

焦點小組參與者來自媒體及傳訊業不同界別。綜合各界別的意見後，研究發現業界在人力需求方面呈現若干共同趨勢，反映行業在數碼轉型、人工智能應用、跨境業務發展及市場環境變化下，對人才的能力要求正持續轉變：

人工智能應用已成為基本能力要求

焦點小組普遍認為，運用人工智能（AI）工具的能力已逐漸成為不同職位的基本要求。

從業員普遍需要：

- 運用人工智能工具提升工作效率；
- 將人工智能融入日常工作流程；

- 確保人工智能產出的內容準確及切合實際需要。

與此同時，在內容質素控制、道德操守及策略制定等範疇，人類的專業判斷及監督仍然不可或缺。業界認為，人工智能應作為輔助工具，以協助提升工作效率，而非完全取代人類的專業判斷。

數碼及內容創作技能需求的轉變

業界對數碼技能的需求持續演變，其中對內容創作能力的重視程度日益提高。

業界期望從業員能夠：

- 為不同平台及媒介製作和調整內容；
- 處理短篇及實時傳訊；
- 因應不同平台生態及發展趨勢迅速作出回應。

短片內容、社交媒體內容及即時互動已成為傳訊策略的重要組成部分。因此，從業員需要具備更高的靈活性，以及跨範疇工作的能力，以配合市場及平台環境持續轉變的需要。

軟技能的重要性

僱主普遍認為，軟技能是新入職從業員最主要的能力缺口。

業界較為關注的範疇包括：

- 解難能力及批判性思維；
- 溝通及協作能力；
- 主動性及責任感

業界指出，人工智能於技術性工作之應用日益增加，但從業員在分析及判斷形勢、作出決策，以及與不同持份者有效協作方面的能力仍然十分重要，亦難以被人工智能所取代。

新入職人才特質的轉變

焦點小組成員指出，新入職人才的特質正逐漸出現轉變。僱主反映在招聘及人才管理方面面對以下挑戰：

- 初級員工流動率偏高；
- 抗逆力及適應能力有待提升；
- 較傾向依賴指導，獨立思考能力仍有進步空間。

雖然年輕從業員普遍較熟悉數碼工具及各類數碼平台的應用，但業界認為仍有需要進一步加強其職場適應能力及將知識應用於實際工作的能力，以更有效配合業界發展需要。

人力需求

桌面研究

於 2025 年 1 月至 12 月期間，研究於主要招聘平台共蒐集了 19,581 則與媒體及傳訊業相關的招聘廣告。資料顯示，約 76% 的招聘廣告來自企業傳訊、市場推廣及相關職能，其餘則來自廣告公司、公共關係服務機構、媒體機構及數碼平台等。因此，在分析研究結果時，應考慮有關分布情況對個別職位及技能需求所產生的影響。（各界別招聘廣告分布詳見附錄）。

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（2025 年）	五大招聘職位（2022 年）
1. 市場主任	1. 市場主任
2. 市場經理	2. 市場專員
3. 市場專員／市場專家	3. 市場經理
4. 設計師	4. 設計師
5. 市場助理	5. 助理市場經理
佔所有招聘廣告 50.6%	佔所有招聘廣告 51.0%

表 2 顯示根據招聘廣告分析所得的 2025 年熱門技能需求，反映媒體及傳訊業的人力需求正持續轉變。研究結果顯示，「內容製作及跨平台內容創作」已成為最受重視的技能，在 78.8% 的招聘廣告中出現；其次為「社交媒體及平台營運」（56.6%）以及「數據分析能力」（56.0%）。有關結果反映業界對兼具創意執行及數據分析能力的人才需求持續增加，以配合平台化及成效導向的營運模式。此外，人工智能及自動化能力（36.4%）以及客戶互動及關係管理能力（37.1%）的需求亦顯著提升，反映企業對能夠支援科技驅動工作流程及管理整合客戶體驗的人才需求日益增加。有關結果亦進一步印證業界正積極尋求兼具市場推廣、數據分析及科技應用能力的複合型人才。

表 2 需求殷切的技能

	需求殷切的技能 (2025)	佔職位總數 百分比	主要含意	與 2022 年 比較
1.	內容製作及跨平台內容創作	78.8%	內容創作已成為大部分職位的核心要求，尤其是短片及跨平台內容製作。	新興主要技能需求（過往較少強調）
2.	社交媒體及平台營運	56.6%	熟悉平台特性的內容創作及平台管理能力，已成為市場推廣及傳訊工作的基本要求。	維持高需求水平
3.	數據分析能力	56.0%	數據驅動決策，包括數據追蹤、報告分析及活動優化，已廣泛應用於不同職位。	重要性持續提升
4.	客戶關係及互動管理能力	37.1%	客戶旅程管理及個人化互動等能力愈來愈受到重視。	由廣泛互動轉向系統化管理
5.	人工智能及自動化應用	36.4%	人工智能工具及自動化技術已逐步融入日常工作流程。	新興重點技能

註：有關百分比根據招聘廣告關鍵字分析計算。透過與 2022 年之比較以反映業界對技能要求的重點轉變，由一般能力描述逐步轉向較具系統性及技術性的技能要求。

焦點小組

焦點小組討論結果顯示，媒體及傳訊業的人力需求正朝着更多元化、複合化及因應應用場景而發展的方向轉變，反映在媒體生態及業務模式持續快速演變的背景下，業界對人才能力的要求亦不斷提升。

雖然不同界別及職位對人才要求或有不同，業界普遍對若干核心能力均有需求。而焦點小組的討論顯示，多項明顯及新興趨勢正持續影響業界的人力需求。

人力需求的主要趨勢

對複合型及跨學科人才的需求增加

業界指出，業界對具備跨職能能力的複合型人才需求持續上升，尤其是能夠同時兼顧市場推廣、數據分析及業務發展範疇的人才。

僱主愈來愈重視從業員是否能夠：

- 整合市場推廣、內容創作及數據分析能力；
- 同時理解業務目標及用戶行為；
- 將業務需求轉化為可執行的數碼或科技方案。

特別是在人工智能應用及數據驅動項目方面，業界需要具備跨範疇能力的人才，以支援由策劃至執行的整體傳訊策略。

有關發展反映業界正由過往高度專門化的工作模式，逐步轉向需要具備多元技能及跨職能協作能力的人才。

對平台專屬內容及社交媒體專才的需求增加

隨着媒體使用習慣日趨分散，業界對熟悉不同平台生態的人才需求持續增加。

相比一般數碼營銷知識，企業更重視從業員是否能夠：

- 掌握個別平台(例如 Instagram、TikTok 及小紅書)的演算法及用戶行為；
- 因應不同平台特色調整內容形式及訊息表達方式；
- 高效率製作短片及其他短篇內容。

有關需求在以下範疇尤其明顯：

- 品牌市場推廣團隊；
- 數碼營銷公司；
- 公共關係及社交媒體服務機構。

將品牌訊息有效轉化為符合平台特色的內容，已成為人才競爭力的重要指標。

對體驗式營銷及活動推廣人才的需求增加

體驗式營銷及活動導向推廣日益受到重視，帶動業界對活動策劃、推廣執行及整合營銷人才的需求。

僱主期望相關從業員具備以下能力：

- 統籌及執行整個活動流程；
- 設計及舉辦體驗式推廣活動；
- 整合線上及線下互動渠道；
- 協調持份者、供應商及合作夥伴；
- 評估活動參與度及商業成效。

在公共關係及活動策劃公司中，相關職位已由傳統活動管理工作，逐漸擴展至涵蓋：

- 活動執行；
- 內容創作及散佈；
- 與網紅合作。

有關發展反映市場愈來愈重視**整合營銷及可量度的受眾互動成果**，而非單純舉辦活動。

然而，焦點小組亦指出以下挑戰：

- 同時具備**執行及策略能力**的人才供應不足；
- 因市場需求波動而愈來愈依賴自由工作者及項目制人力資源；
- **ESG** 要求增加活動策劃及執行工作的複雜性。

上述挑戰或會影響項目質素、營運效率，以及體驗式營銷項目的擴展能力。

對中國內地市場及跨境能力的需求增加

隨着粵港澳大灣區融合發展持續深化，業界對熟悉中國內地市場及數碼平台

的人才需求顯著增加。

僱主期望有關人才能夠：

- 熟悉中國內地社交媒體平台及內容生態；
- 有效接觸及理解中國內地受眾；
- 具備跨文化溝通及適應能力。

另一方面，業界亦需要人才支援：

- 中國內地企業拓展國際市場；
- 香港品牌接觸中國內地旅客及新來港人士。

因此，**兼具本地及跨境視野**的人才，特別是在市場推廣及公共關係範疇，愈來愈受到業界重視。

新興人力需求趨勢

人工智能相關職位及工作流程專才逐步湧現

隨着人工智能技術愈趨普及，業界開始出現與**人工智能工作流程設計及推行**相關的新職位需求。

部分企業已開始聘請能夠：

- 設計及推行人工智能驅動流程（例如 AI Agents）；
- 管理及整理人工智能應用所需數據；
- 發掘及開發自動化應用場景的人才。

這些職位主要負責設計及推行人工智能工作流程及自動化系統，惟目前仍處於發展初期，尚未形成統一的職位名稱。

雖然相關職位仍屬新興範疇，但有關趨勢反映未來業界對**人工智能應用人才**的需求，將不再局限於基本工具操

作層面，而是延伸至人工智能系統及流程規劃與管理等較高階範疇。

一站式內容製作職位逐漸增加

除了平台知識外，部分內容創作職位亦逐漸演變為涵蓋整個製作流程的一站式工作模式，尤其常見於社交媒體及短片內容製作範疇。

有關從業員通常需要獨立負責：

- 創意構思及內容編寫；
- 拍攝及影片剪輯；
- 內容發布及後續優化。

此類職位普遍見於：

- 社交媒體團隊；
- 網紅營銷項目；
- 知識產權（IP）及內容主導的推廣活動。

有關發展反映社交平台對內容製作速度及靈活性的要求日益提高。

自由工作者及彈性人才的使用日趨普遍

業界指出，企業愈來愈依賴自由工作者及項目制人才，以配合靈活及項目導向的工作模式。此趨勢在創意製作、內容開發及活動推廣等範疇尤其明顯，並預期將持續成為業界人力結構的重要發展方向。

培訓需求

焦點小組的討論結果顯示，媒體及傳訊業的培訓需求正隨着科技發展、業務模式轉變，以及 ESG 等新營運要求逐步融入業界而迅速演變。

業界對人才培育的重點已由過往較着重個別職能技能，逐漸轉向培養涵蓋科技、數據及人文知識的綜合能力。焦點小組歸納出以下主要培訓需求。

人工智能應用、自動化及負責任使用

人工智能技術廣泛應用，促使業界對實際應用人工智能的培訓需求顯著增加。

業界期望從業員能夠：

- 將人工智能工具融入日常工作流程；
- 透過自動化處理例行工作以提升工作效率；
- 利用人工智能進行內容創作、數據分析及優化推廣活動。

除基本應用外，業界亦愈來愈重視以下範疇的培訓：

- 提示詞（Prompt）設計及工作流程整合；
- 人工智能驅動流程及自動化系統的開發；
- 人工智能產出內容的評估及驗證。

此外，培訓內容亦應涵蓋人工智能的道德及負責任使用，包括資料私隱、數據準確性及合規要求等議題，確保人工智能能夠作為輔助工具支援工作，而非取代專業判斷。

數據分析及成效導向能力

隨着業界愈來愈重視可量度成果，**數據素養**已成為不同職位的重要能力要求。

培訓可涵蓋以下範疇：

- 分析及解讀推廣活動及受眾數據；
- 運用數據洞察支援決策及優化工作表現；
- 使用數據分析工具及儀表板（Dashboard）。

此外，業界亦認為有需要進一步加強從業員將數據轉化為能**實際應用價值之商業資訊**的能力。

平台導向的市場推廣及內容創作能力

隨着媒體平台日趨多元化及分散化，業界認為培訓應聚焦於**不同平台的特性及實際操作技能**，而非限於一般數碼知識。

從業員應具備以下能力：

- 了解不同平台的運作機制及演算法；
- 因應不同平台用戶特性制定內容策略；
- 管理不同形式內容（例如短片及

社交媒體帖文)的高頻率製作工作。

相關培訓範疇包括：

- 社交媒體內容策略及規劃；
- 短片拍攝及剪輯；
- 網紅及社群管理；
- 將內容創作與電子商務及客戶互動策略結合。

有關需求反映業界正逐步由傳統傳訊模式轉向以內容主導、並以平台為中心的傳訊策略。

ESG 的應用及傳訊能力

隨着 ESG 日益受到業界重視，業界對如何在**媒體及傳訊工作中實際應用 ESG** 的培訓需求持續增加。

業界指出，**ESG** 已逐步融入以下範疇：

- 企業傳訊及品牌管理；
- 推廣活動策劃及訊息設計；
- 推廣活動設計及執行；
- 持份者溝通及合作夥伴關係。

培訓內容可涵蓋以下方向：

ESG 的實際應用

從業員需要了解如何將 ESG 元素融入日常工作，包括：

- 在活動及推廣項目中實踐可持續發展理念
- 採用符合環保及社會責任原則的營運模式；
- 滿足標書及項目中的 ESG 要求。

ESG 傳訊及內容發展

傳訊從業員愈來愈需要具備以下能力：

- 將 ESG 措施轉化為具說服力及可信度的內容；
- 有效向持份者傳達企業可持續發展工作的成果；
- 避免誇大或誤導性的 ESG 宣傳。

培訓宜透過**案例分析及內容創作練習**，加強從業員在相關範疇的實務能力。

持份者溝通及協作

ESG 相關工作往往涉及與非政府組織、社區夥伴及監管機構等持份者合作，因此從業員需要具備良好的溝通及協調能力。

ESG 標準及問責意識

雖然初入職從業員未必需要掌握深入的專業知識，但仍應具備：

- ESG 基本理念及要求的認識；
- 了解企業傳訊中所涉及的責任及風險；
- 了解 ESG 與企業聲譽之間的關係。

業界強調，**ESG** 應作為**專業實務的一部分**，而非獨立處理的工作範疇。

體驗式營銷及活動相關能力

培訓課程亦應涵蓋與**體驗式營銷及活動推廣**相關的能力，特別包括：

- 活動策劃及項目管理；
- 活動與數碼及內容策略的整合；
- 持份者及供應商協調；
- 透過社交媒體記錄及延伸活動內容

的影響力。

此外，培訓亦應涵蓋 **ESG 在活動執行中的實際應用**，例如可持續物料運用、負責任採購，以及符合客戶相關要求等。

跨學科及綜合能力發展

隨着業界對複合型人才需求增加，培訓課程應加強**市場推廣、數據分析及科技範疇**之間的跨職能協作能力。

從業員應具備以下能力：

- 了解推廣活動由策劃至執行的整體流程；
- 與不同職能團隊（例如市場推廣、資訊科技及數據分析團隊）合作；
- 將科技方案融入傳訊策略。

業界尤其重視培養具備**協調能力**的人才，能夠有效連繫業務需求與技術方案，以及創意構思與實際執行之間的溝通協調。

語言及跨文化能力

隨着跨境合作增加，以及與中國內地市場的聯繫日益緊密，業界對相關能力的需求持續上升，包括：

- 英語、廣東話及普通話等雙語或三語溝通能力；
- 跨文化理解及敏感度；
- 因應不同文化背景調整傳訊內容的能力。

培訓亦應協助從業員：

- 有效與不同背景的受眾溝通；
- 掌握不同文化環境下的內容表達及

傳訊技巧。

有關能力對支援區域融合及國際化傳訊工作尤為重要。

專業及基礎能力

焦點小組亦強調加強**核心專業能力**的重要性，尤其是針對新入職從業員。

培訓內容應涵蓋：

- 解難能力及批判性思維；
- 溝通及人際關係技巧；
- 跨部門協作能力。

此外，從業員亦應具備：

- 研究及資訊處理能力；
- 適應能力及持續學習能力。

業界建議採用較具**彈性及模組化**的培訓模式，讓從業員能夠配合工作需要持續提升專業知識及技能。

招聘挑戰及可行建議

初級人才流動率高

初級員工頻繁轉職及任職年期較短，是不少僱主面對的主要挑戰之一。此情況於廣告代理及公共關係等工作節奏較快、項目導向較強的工作環境尤為明顯。

人員流動頻繁不但影響團隊穩定性，亦增加企業在培訓及督導新員工方面所需投放的資源。為應對有關情況，焦點小組建議企業加強**員工參與及人才保留策略**，包括提供更清晰的事業發展路徑、建立有系統的師友計劃，以及提供更具彈性的工作安排，以配合年輕一代從業員的期望。

人工智能應用與批判性思維能力的落差

另一項主要挑戰來自**個人能力與實際工作要求之間的落差**，尤其是在人工智能日益普及的環境下。

雖然不少求職者已懂得運用人工智能工具製作，如文字內容及圖像等。但僱主指出，部分從業員在評估及判斷人工智能生成內容時，仍欠缺必要的**批判性思維及獨立判斷能力**。

有關能力落差或會影響工作效率及成果質素，尤其是在需要獨立思考、與持份者有效溝通，以及即時作出決策的工作崗位。

本會建議，企業在招聘及培訓過程中應更重視求職者的**分析推理能力及決策能力**，並加強培養從業員把人工智能作為輔助工具的能力，而非依賴其取代專業判斷。

複合型及跨學科人才短缺

業界正面對**兼具市場推廣、數據分析、科技應用及業務知識等綜合能力**人才不足的問題。

隨着傳訊策略日益數據化及科技化，企業需要能夠銜接業務目標與技術應用的人才。然而，此類複合型人才在本地市場仍相對有限。

缺乏相關人才或會減慢企業數碼轉型進程、降低跨部門協作效率，並限制企業運用數據分析及人工智能支援決策的能力。

為回應有關需求，本會建議進一步發展**跨學科培訓**，並鼓勵從業員及早了解跨職能工作範疇，以培養兼備技術及業務能力的人才。

平台專門知識及應用能力不足

儘管從業員普遍具備基本數碼知識，僱主仍指出業界在**平台專門知識及實際應用能力**方面存在不足，尤其是在社交媒體內容及短篇製作範疇。

企業所需的人才不僅要熟悉數碼工具，更須了解不同平台的運作特性，包括用戶行為、內容形式及演算法驅動的互動機制。然而，部分從業員對相關平台的認識仍未足以制定具成效的平台策略。

本會建議培訓機構加強以**平台應用為本的實務教學**，並透過真實個案及業界合作項目，提升從業員的實戰經驗。

中國內地市場及跨境能力缺口

中國內地市場的重要性持續提升，帶動業界對具備**跨境工作能力**人才的需求，包括了解中國內地數碼平台、受眾行為及文化背景的人才。

雖然部分企業能夠聘請具中國內地背景的人才，但在語言能力、本地化內容製作及理解本地市場特性等方面仍面對挑戰。另一方面，本地從業員對中國內地數碼生態及市場運作的接觸和認識亦相對有限。

焦點小組建議加強**跨文化認知、語言能力及中國內地平台知識**等方面的培訓，同時鼓勵更多大灣區交流及合作機會，以提升從業員的跨境工作能力。

依賴自由工作者及彈性人力資源

焦點小組指出，業界愈來愈依賴**自由工作者及項目制人才**，尤其在創意設計、內容製作及活動推廣等範疇更為普遍。

有關趨勢一方面源於企業希望提升營運彈性及控制成本，另一方面亦反映部分從業員傾向選擇較具自主性及非傳統的職業發展模式。雖然自由工作模式有助企業靈活調配資源及獲取專業技能，但亦可能帶來團隊整合、知識傳承及保持工作質素等方面的挑戰。

為應對有關情況，企業可考慮採用更具彈性的**混合人力資源模式**，例如建立穩定的自由工作者合作網絡，以及為相關人才提供適當的培訓及融入團隊的機會，以提升整體協作效率及工作質素。

建議

媒體及傳訊業的人力需求正因人工智能應用、平台生態轉變、跨境業務發展及 ESG 要求等因素而持續演變。為應對相關挑戰，**教育機構、僱主、從業員及政府需加強協作**，共同推動人才培育及行業發展。

加強切合業界需要及實務導向的培訓

培訓機構應**優化課程內容**，以**配合業界需要**，並加強實務應用及真實個案之學習元素。

培訓內容可涵蓋：

- 人工智能工具於內容創作、數據分析及工作流程自動化方面的應用；
- 數據分析及成效評估能力；
- 平台導向的市場推廣知識及內容創作技巧；
- **ESG** 在傳訊及推廣工作中的實際應用。

此外，培訓課程應進一步加強**專題項目學習及實習安排**，以提升學生的職場適應能力及實務經驗。

培育跨學科及複合型能力

因應業界對複合型人才的需求持續增加，培訓課程應加強**跨學科能力培養**，協助人才掌握市場推廣、數據分析及科技應用等相關知識。

學生及從業員應具備以下能力：

- 了解推廣活動由策劃至執行的整體流程；

- 運用數碼工具解決業務問題；
- 分析數據並轉化為具實際應用價值的策略建議。

推廣負責任使用人工智能

隨着人工智能及數碼工具日趨普及，業界有需要加強推廣負責任及**合乎道德地使用人工智能**。重點範疇包括：

- 資料私隱及保密要求；
- 傳訊及內容創作中的道德考量；
- 人工智能生成內容的準確性及問責性。

將 ESG 元素融入業界培訓

ESG 已逐漸成為企業傳訊、品牌策略及營運管理的重要考量因素。

培訓機構及企業可：

- 加深從業員對 **ESG** 理念及要求的認識；
- 推廣 **ESG** 在推廣活動及項目中的實務應用；
- 提升從業員傳達 **ESG** 相關訊息的能力。

加強跨文化及大灣區相關能力

隨着中國內地及國際市場聯繫日益緊密，業界對相關能力的需求持續增加。重點包括：

- 認識中國內地數碼平台及受眾特性；
- 提升語言能力及溝通技巧；
- 加強跨文化理解及敏感度。

透過與大灣區企業合作，可進一步增加從業員對相關市場的認識及實務體驗。

促進持續學習及技能提升

科技發展迅速，從業員需要持續更新知識及技能，以配合行業發展。

企業及培訓機構可：

- 提供具彈性及模組化的培訓課程；
- 為在職從業員提供短期課程及工作坊；
- 鼓勵自主學習及持續進修。

培訓安排應兼顧工作需要，讓從業員能夠在工作期間持續提升技能。

支援靈活就業模式及職業發展

自由工作及彈性工作模式日趨普及，業界需要以更靈活的方式規劃人力資源發展。

企業可考慮：

- 因應業務需要採用彈性人力資源安排；
- 提供清晰的職業發展路徑；

- 加強知識傳承及團隊協作。

培訓機構亦可為自由工作者提供有助提升**專業技術、業務管理及自我管理能力**的培訓課程。

促進持份者協作

應對人力挑戰，有賴以下各單位緊密合作及共同參與：

- 培訓機構
- 企業／僱主
- 業界組織
- 政府

合作方向可包括：

- 共同發展培訓課程；
- 舉辦業界分享會及工作坊；
- 擴展實習及職場體驗機會。

透過持續協作，可確保培訓內容與業界發展方向保持一致。

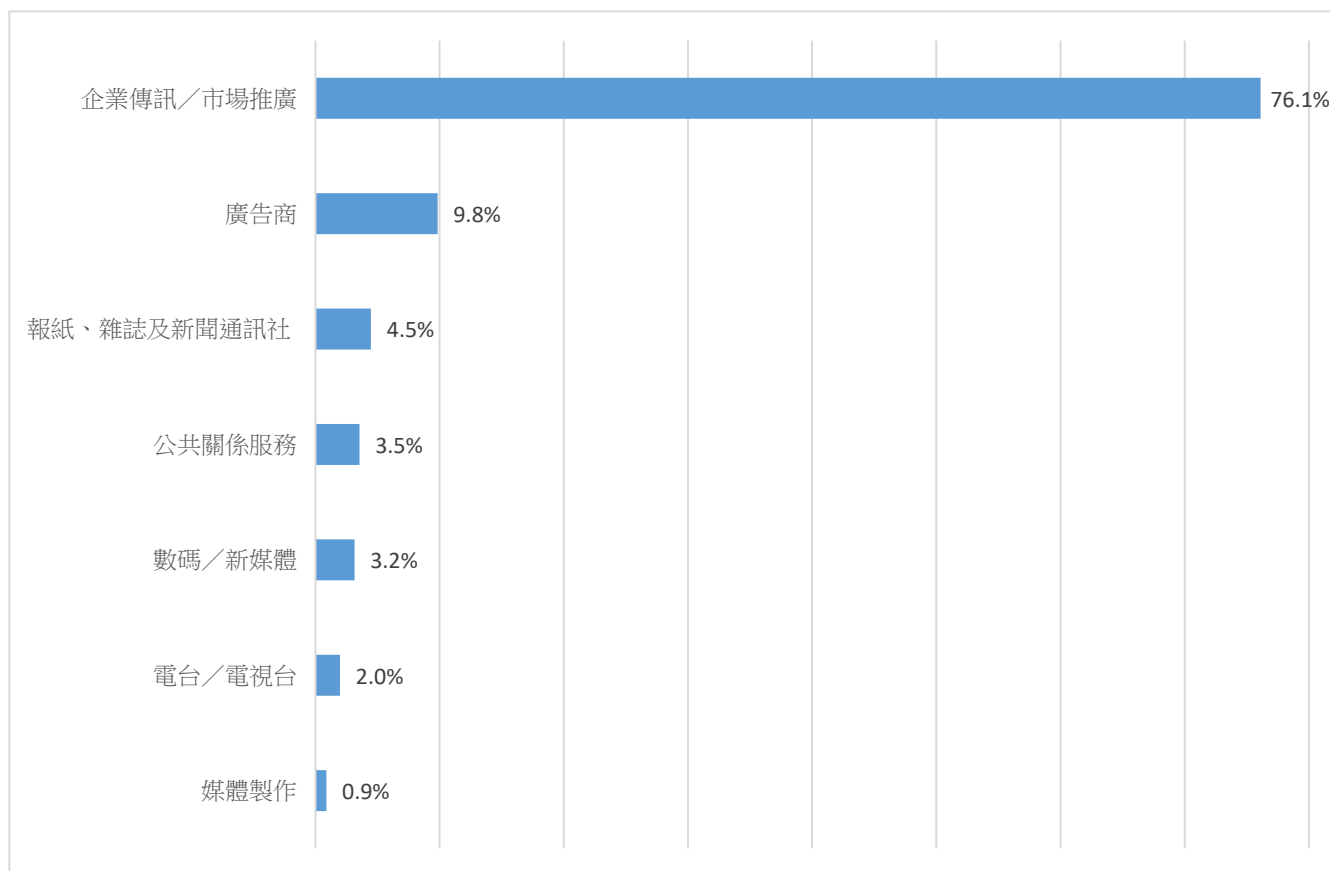
支持人才吸納及行業發展

為提升媒體及傳訊業的吸引力，以及建立可持續的人才供應，建議如下：

- 協助年輕人建立對行業發展機會的正確認識；
- 展示多元化的職業發展路徑及技能提升機會；
- 支持有助吸引年輕人才投身業界的相關計劃及活動。

政府亦可透過支援培訓發展、促進業界協作及推動長遠人力規劃，協助媒體及傳訊業持續發展及培育人才。

附錄：2025 年各界別招聘廣告分布情況



註：大部分招聘廣告集中於企業傳訊及市場推廣相關職能，因此在解讀整體調查結果時，應考慮有關分布對職位及技能需求分析的影響。