



人力更新報告

美容及美髮業

2019

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，對本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，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 4 - 11

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 12 - 13

應對培訓需求
紓緩人力短缺

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。

為了提高成效，本會於 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。新的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上研究結果，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 2018 至 2019 年間將會擬備兩份人力更新報告。本會於 2018 年 7 月 5 日舉行美容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。另外透過桌上研究，搜集 2017 年第二季至 2018 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會議意見，並輔以桌面研究資料後，編訂了首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) 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

本會以焦點小組會議及桌面研究的定期更新作補充，從而蒐集美容及美髮業更完整的人力資料。本更新報告僅涵蓋焦點小組討論及桌面研究之結果。

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兩大行業類別的代表：

美容業

- (i) 美容院、水療及健康中心
- (ii) 美容及美髮產品零售公司
- (iii) 美容及美髮產品批發公司

美髮業

- (iv) 髮廊

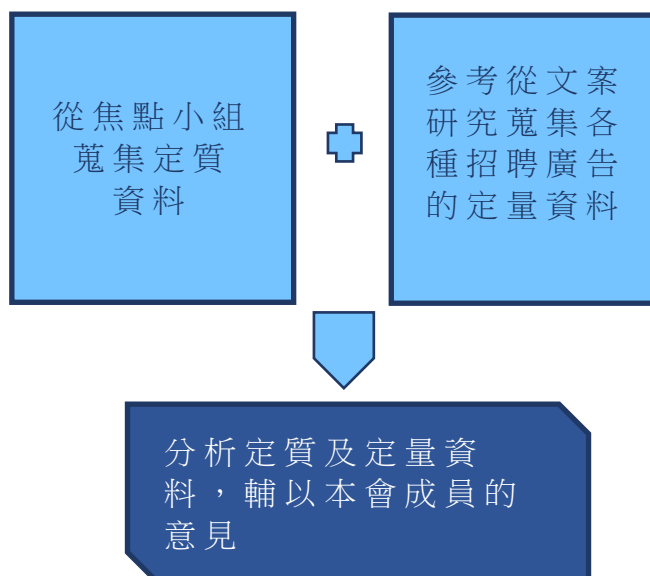
本會透過委任的顧問公司，於 2018 年 7 月 5 日進行了 1.5 小時的焦點小組會議。會議均有九名業界代表出席，由經驗豐富的顧問公司人員主持，先從一般問題展開討論，再探究更具體的內容，以蒐集相關議題的詳細資料。會上對話重將轉成文字紀錄，以便整理分析。

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 2017 年第二季至 2018 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 4,644 宗招聘紀錄。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，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、商業社交網站領英[LinkedIn]的推薦及招聘活動。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，並用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

本會首先列出影響業界發展的若干因素，然後於焦點小組提問，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。

美容及美髮業是香港主要服務業之一，以針對日常民生需求為主，屬勞動密集型的工作，故大部份工作較難以用科技取代。除產品批發代理市場的發展已經達至飽和外，其他美容及美髮業界別大致有穩定的發展。但惟店鋪租金上漲及人手短缺等問題持續，或會令整體發展構成一定的障礙。然而，為緊貼社會及資訊科技發展的步伐，以及配合政府未來的政策，業界仍不時為日後可能面對的挑戰和契機早作準備。

科技

運用大數據作推廣宣傳趨勢

◆ 隨著電子商貿的蓬勃發展，業界為保持競爭力，其營運及宣傳推廣的模式亦隨之而作出轉變。以宣傳推廣為例，使用社交媒體（如

Facebook，Instagram，WhatsApp等）已成趨勢並發揮了重要的平台作用。不論屬產品、知名品牌或各種美容及美髮服務界別，業界不僅能將不同相關資訊（當中亦包括髮型師為顧客提供各美髮服務的作品）在網上作出廣泛推廣及宣傳，更有效地增強與顧客的互動和溝通。此外，這類網上宣傳推廣及互動的方式亦可吸引更多顧客前往實體店參觀或消費，長遠有助業務進一步發展。

◆ 電子商貿亦衍生了大量電子商貿數據，有助業界持續拓展其業務。換句話說，在大數據分析協助下，業界能根據顧客的各項購買歷史（包括日期時間、頻率、金額及購買模式等）進一步了解顧客的不同喜好，並可透過網上或社交媒體推出廣告，針對性地作出更快捷及準確的不同推銷服務，以提升顧客的體驗，並鼓勵他們再次前往購買／消費。

- ◆ 智能手機普及後，產品零售公司亦漸漸廣泛使用手機應用程式或相關數位行銷工具（例如快速響應矩陣圖碼，即 QR 碼）增加顧客對其產品／服務的認識。顧客可透過掃描產品／服務旁的 QR 碼，清楚了解產品／服務的不同相關的資訊（包括文字、圖像或店鋪網站等）。除可提升與客戶之間的互動外，亦有助減輕實體店的人手壓力等問題。

改善管理及營運模式

- ◆ 就管理及營運方面，業界（特別以中及大型規模為主要的公司類別）普遍開始應用不同資訊科技系統（例如網上預約系統、客戶關係管理系統、人力資源管理系統以及網上電子學習平台（e-learning）等）以協助監察及管理日常運作，以及簡化工作流程等。雖然資訊科技能有助改善日常運作安排，但針對提供各種美容療程服務時，最終仍然依賴人手應付。因此，人力資源仍存在強大的需求，業界未來依然面對前線人手不足的情況。

公共政策及法規

相關法規導致美容業營商環境的改變

- ◆ 隨著日新月異的科技發展，美容業近年亦引進了各種高科技儀器及不同高端產品的美容服務（部份被視為「醫學美容」範疇），增加了消費者對醫學美容所涉及的安全及健康意識，療程存在的風險及監管等議題。而因以往亦曾出現不同嚴重程度的醫療事故，故政府有意加強及

制訂相關條例並建議立法，加強保障公眾人士的安全及健康。以下是有機會涉及與本行業有關的相關條例：

類別一：行業

各項條例	相關重點
商品說明條例	針對產品及服務的失實陳述，以及多種不良營銷手法
強制性冷靜期	冷靜期時限－針對預繳式消費的美容服務
加強管制人對人促銷電話	透過人與人直接溝通，向顧客推廣產品或服務的促銷電話

類別二：營商實務

各項條例	相關重點
醫療儀器規管條例－優化方案	於美容用途上的醫療儀器使用及其表列制度
藥劑業及毒藥條例	在進行美容紋身時使用局部麻醉劑
私營醫療機構規管條例草案	在日間治療中心／診所的持牌人要求（只限於美容院與醫生合作的安排）
醫生註冊條例	美容服務是否涉及醫療程序
中醫藥條例	美容服務是否觸犯中醫藥條例

各項條例	相關重點
按摩院條例	推拿場所規管及發牌安排－〔獲豁免〕在美容／美髮服務場所提供按摩推拿療程

鑑於部份條例的詳情仍在討論及諮詢當中，故對美容業未來發展或會構成不明朗的因素。

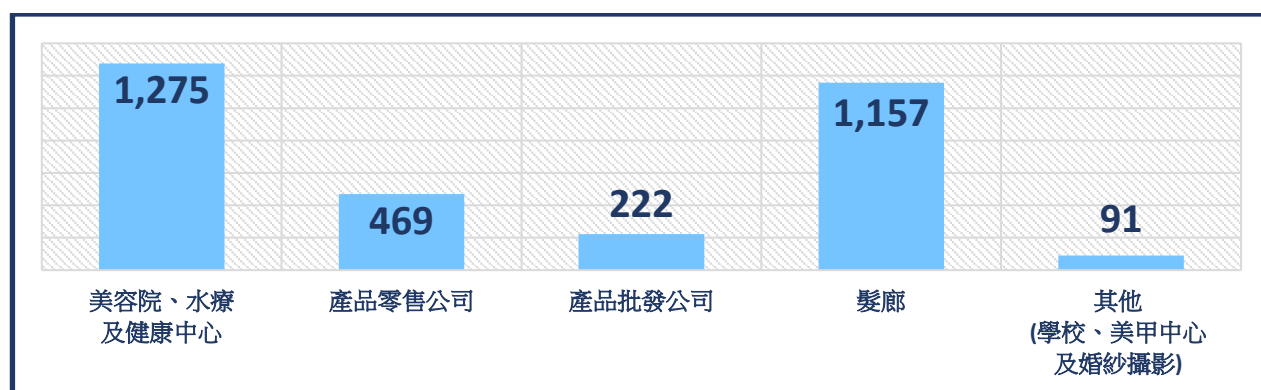
新開通機建項目推動零售業增長

- ◆ 隨著廣深港高鐵和港珠澳大橋已經通車，零售界別預期項目開通後會吸引更多內地旅客來港消費，可為業界帶來正面影響。但另一方面，以現時的人力短缺情況來看，擔心未能有足夠人手應付未來額外的市場需求。

未來人力需求

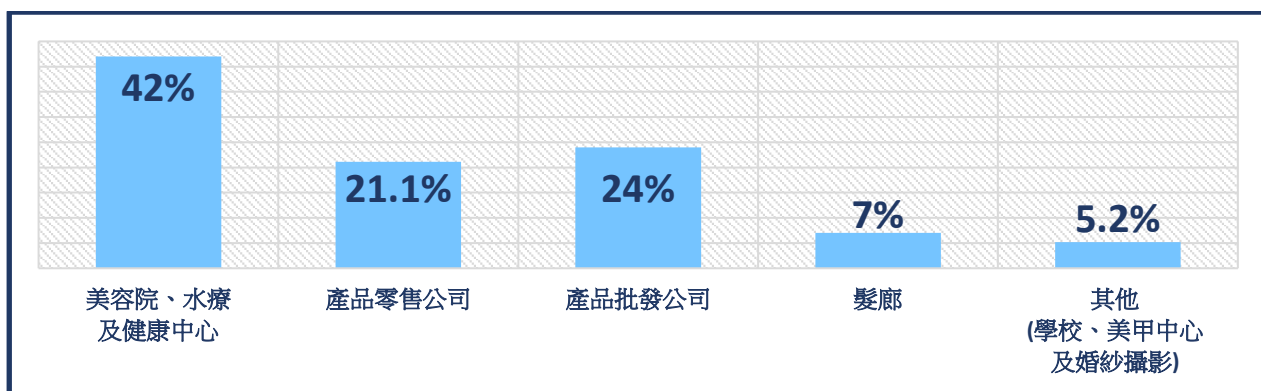
本會於 2016 年進行了全面人力調查，調查顯示僱主預期 2017 年的人力需求持審慎態度，但人力狀況亦維持穩定。下圖顯示 2016 年業內的職位空缺情況。

美容及美髮業
2016 年人力調查錄得空缺數目
(按行業類別劃分)



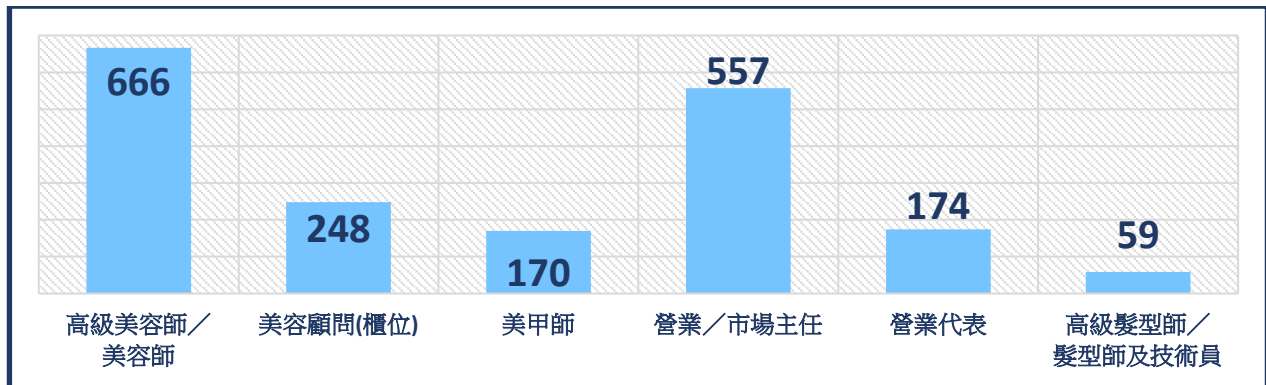
隨著消費者對美容及美髮服務需求殷切，本會亦於 2017 年第二季至 2018 年第一季期間進行了桌面研究，錄得與美容及美髮業有關的招聘廣告數量。在不同行業類別中，當中以美容院、水療及健康中心類別的廣告數量最多，有 42% 的職位空缺廣告來自這個類別。下圖顯示從桌面研究所得的招聘廣告數量百分比。

2017 年第二季至 2018 年第一季
美容及美髮業招聘廣告數量百分比(按行業類別劃分)
(包括全職及兼職空缺)



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與 2016 年人力調查相比亦相對較少。業界普遍招聘以下的主要職位，而其廣告數量表列如下。

**2017 年第二季至 2018 年第一季
美容及美髮業主要職位的招聘廣告數量**



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

美容界別

美容院、水療及健康中心

- ◆ 觀察所見，以傳統手法為主的美容護理療程（即是「生活美容」範疇）的市場份額近年有被醫學美容等的高端服務漸漸取代的趨勢。一方面是因為租金成本持續高企，驅使美容院引入各種高端儀器及產品去取代傳統美容療程以提升收費。另一方面是越來越多的消費者傾向及更注重見效快、效果明顯的醫學美容服務，透過科技去提升皮膚質素。雖然不少美容護理療程都以儀器取代人手並可縮短療程時間，但仍需要人手及技術去操作各種儀器。因此，預計對美容師及美容顧問等前線人員的需求仍然殷切。

產品零售

- ◆ 產品零售界別保持穩定增長。業界可透過科技應用（例如手機應用程式或相關數位行銷工具等）去增加顧客對其產品／服務的認識，從而紓緩實體店人手的壓力。雖然如此，預計產品零售界別的人力需求（例如美容顧問（櫃位）等職位）仍會相應增加。

產品批發

- ◆ 雖然產品批發代理市場的發展近年已經接近飽和階段，但從業員（特別是營業代表）除擁有針對客戶服務及企業與企業之間的行銷策略

（business to business）能力外，亦必須具備多項能力。例如針對奢侈品的銷售策略及執行市場推廣及懂得運用各種社交媒體工具協助統籌等，以保持競爭力。

美髮界別

髮廊

- ◆ 與美容業相比，美髮業的工作性質更屬勞動密集型，尤其不能以科技取代人手，而其人手短缺的問題亦更加嚴峻。由於業界長期面對人手不足（特別是髮型助理職位），未能應付消費者對不同美髮服務的需求，往往令業界整體發展構成一定的障礙。然而髮型師及技術員等前線人員仍有一定的需求。

男士理髮店

- ◆ 受世界趨勢所影響及近年更多男士開始十分著重儀容，「男士傳統理髮」（包括傳統剃鬚、修臉、鬍子造型、掏耳朵及剪髮（使用電剪推剪法技巧）等服務）的需求亦相對增加。此類客群的消費能力相對較高，而這些男士理髮店大部份亦以中高檔為主。由於男士傳統理髮的要求有別於其他美髮服務如電髮、染髮等，故業界預計依然需要聘用擁有男士傳統理髮技能的人員負責有關職務。

整體而言，美容及美髮業均有面對人手嚴重短缺情況，僱員（特別是前線人

員) 流失率持續偏高。儘管各業界類別使用各種不同方法務求挽留人才及吸引新人入行，但暫未能有效地改善情況。

培訓需求

根據上述行業趨勢及發展，以及預計的人力變化，焦點小組詳細分析業界要求僱員所具備的各項技能。

資訊科技技能

- ◆ 由於資訊科技的迅速發展為業界帶來龐大的數據資訊，對大數據分析及應用的需求也越來越廣泛。業界需要相關具有數據分析及電腦化系統操作的人才，並建議政府及有關當局牽頭協助推動大數據的應用。除為企業提供財政支援外，亦可提供相關以大數據顧問的支援服務平台，此有助業界有效地分享應用大數據的經驗及進一步了解其最新發展。

產品知識及儀器應用技能

- ◆ 針對日趨普及的各種高科技儀器及高端產品的美容服務，美容業界認為需要為前線員工提供足夠相關的培訓課程。除有助提升他們的所需的技術及相關專業知識以配合行業發展外，亦需加強他們對安全、專業操守，以及自我規管的意識等資訊的認知，有助提高整體行業的服務質素。
- ◆ 鑑於消費者對各種美容產品或相關

服務的要求亦越來越高，零售業界表示前線員工（例如營業代表）也必須具備良好的產品知識去應付顧客的不同查詢及要求。

品牌推廣策略技能

- ◆ 在產品批發方面，儘管從業員已擁有執行市場推廣（包括網上推廣、內容行銷等）的能力，但仍缺乏針對奢侈品的銷售策略能力的人才，故應提供緊貼市場的相關培訓課程，協助業界就其企業的發展步伐和方向作出適當的調節，維持其競爭力。

招聘上的挑戰

業界普遍認為現時的人力情況未能滿足目前及將來美容及美髮業的市場需求。他們均表示在招聘人手的過程時遇到以下挑戰：

社會對行業的認受性

- ◆ 儘管政府已為美容及美髮業推出「香港資歷架構」，亦提供了不同認可資歷（包括過往資歷認可），但現時社會大眾對其資歷架構制度認知度及認受性不足。即使從業員已獲取資歷架構認可資歷，其社會地位及專業身份地位仍然不被廣泛認可，故影響了年輕一代選擇加入美容及美髮業發展。

行業形象

- ◆ 一般社會大眾認為美容及美髮業的主要職位大致以手藝技能為主，故相比其他行業的工作性質較為辛苦，令年輕人卻步。而他們亦受以往行業的一些負面形象影響，故普遍父母均抗拒其子女加入美容及美髮業發展。

行業前景不明

- ◆ 年輕一代亦對美容及美髮業界前景、晉升階梯以及個人事業發展等情況不太瞭解，亦是年輕人對於投身美容及美髮業躊躇卻步的重要原因。

工作內容與期望不符

- ◆ 業界認為現時市場上所提供的美容及美髮課程，部份未能讓中學生清楚明白現實行業及職場的工作情況。年輕一代對加入業界發展的期

望（包括所學的知識、技能的應用及工作崗位）與職場實質工作性質有所落差及誤解，故往往在職場工作時出現挫敗感和感到失望，以致很多新入職者（特別是前線員工）在入行短時間後離職，造成流失率偏高的情況。

就業出路選擇多

- ◆ 業界面對的另一個招聘挑戰是來自現時年輕人在完成香港中學文憑考試後，除可選擇繼續升學外，市場上亦提供不同培訓計劃可供選擇，令就業出路更廣，投身美容及美髮行業可能不是他們的首選。

建議

應對培訓需求

因應美容及美髮業未來發展的趨勢，政府、教育院校和僱主須合力為業內僱員和學生提供適切培訓，詳情如下。

政府

政府應牽頭協助美容及美髮業重塑正面形象，提升整體從業員專業地位的認受性，從而吸引年輕一代人加入美容及美髮業發展，當中包括：

- ◆ 鼓勵各大專院校開辦相關認可文憑及學士學位課程，培養專業人才。
- ◆ 舉辦本地及國際性技能大賽，並向行業提供財政支援，鼓勵他們參與，提升行業形象。

教育院校

- ◆ 隨著行業急速發展，教育院校應與業界加強合作，因應行業實際需要和現實工作情況設計切合市場需要的相關課程，並適當修訂現有課程內容，教授最新行業知識及技能。
- ◆ 配合業界更廣泛應用大數據的趨勢，提供數據分析培訓。
- ◆ 加強數碼媒體宣傳及針對奢侈品的銷售策略訓練。

- ◆ 提供更多實習及實踐機會，確保畢業生能清楚明瞭他們對業界期望及實際工作要求。
- ◆ 建議引入新科技的教學應用，提升學生在學習上的投入感及引起他們對行業產生興趣，從而增加投身美容及美髮業的機會。
- ◆ 教育院校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美容及美髮行業。

僱主

- ◆ 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。
- ◆ 面對人才短缺，僱主加入學生工作實習計劃為年青人提供不同實習工作機會，讓他們進一步了解實際工作要求及性質。

僱員

- ◆ 僱員亦應自我增值行業最新知識及技能（包括產品、儀器應用、數碼

媒體宣傳及其銷售策略等)，加強競爭力。

- ◆ 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」等資助計劃等，不懈地終身學習、發展事業。

紓緩人力短缺

針對業內人力短缺的問題，業界代表提出了以下建議：

政府

提升社會對行業認知及認受性

- ◆ 確立／確認從業員的專業資格和各職位的合法／合理工作範疇。
- ◆ 協助推動及提升美容及美髮業從業員的社會地位及認受程度。例如透過發起一些廣告運動，積極宣傳及推廣美容及美髮行業，包括發展前景、晉升階梯及正確資訊予社會大眾。
- ◆ 加強宣傳「香港資歷架構」，喚起大眾和各持份者的注意，加強及提升資歷的認受性。

仿效其他國家安排工作假期

- ◆ 香港可考慮參考其他國家的工作假期模式，為參與香港工作假期計劃的年青人在港提供各種工作機會。除可令他們認識不同行業，包括本

港美容及美髮業最新的發展及加強交流外，如工作假期參加者在香港期間有意投身美容及美髮業，亦可短暫協助紓緩業內人手不足等問題。

僱主

吸引更多不同人士入行

- ◆ 為進一步吸引不同界別人士加入本行業發展，業界可考慮聘請一些中年人士、轉職人士或家庭主婦，為他們提供較有彈性形式的職位安排，協助填補長期人手短缺職位的可行性。
- ◆ 提供較理想的工作環境，挽留人才，亦有助提升行業的正面形象。