

行業概覽

在香港，僱主主要透過刊登廣告及招聘公司聘請合適員工。求職者亦依賴報章尋找合適工作。董事認為市場對技術勞工之需求增加及僱員流失率偏高等因素，導致僱主增加招聘廣告之開支，同時亦使用不同廣告媒體作招聘。由於亞洲互聯網科技日漸流行，從而出現一種嶄新招聘廣告媒體。最近多個為招聘廣告客戶及求職者而設之專門網站相繼成立，使網上求職過程變得方便快捷。

中國方面，由於缺乏招聘廣告媒介，因此外資或內地公司一直倚賴當地招聘機構招聘人手。此外，在中國之企業亦會透過職業展覽或校內招聘服務物色人才。除此以外，透過互聯網招聘人手之情況日漸普及，而與招聘有關之網站亦相繼在國內成立。

一般而言，僱主在選擇使用招聘廣告媒介之前，會考慮多項因素。該等因素包括：

- 覆蓋範圍；
- 回覆率；及
- 求職者資料庫。

僱主一般會選用最符合成本效益之方式刊登招聘廣告。目前，大部份僱主仍然視印刷媒體為刊登招聘廣告之最有效途徑。然而，董事認為由於印刷廣告之覆蓋範圍有限，而求職者在尋求適當職位空缺時須閱畢整個招聘廣告版，因此對求職者及招聘廣告客戶而言均有欠效率。董事認為隨著大中華地區之互聯網滲透率日漸上升，因此帶來一個寶貴機會，讓求職者與招聘廣告客戶可透過更有效率及更符合成本效益之媒介建立網上聯繫。

雖然在互聯網刊登廣告日漸普及，然而，董事認為印刷媒體仍然是目前最常用之刊登招聘廣告方式。預期招聘廣告客戶將繼續使用印刷媒體及互聯網刊登招

聘廣告。因此，像本集團同時採用印刷刊物及互聯網兩種媒體之廣告媒體經營者，預計可晉身成為印刷媒體支援互聯網招聘廣告業之先驅。

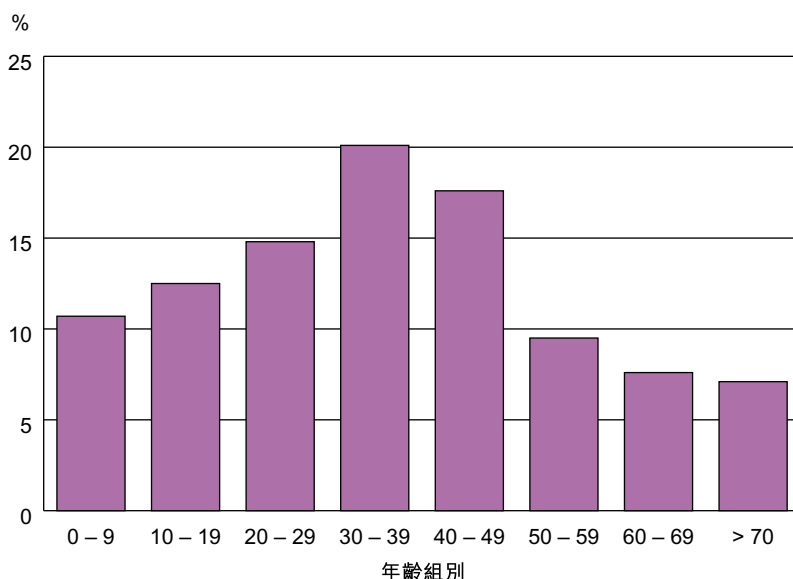
此外，香港經濟復甦及中國市場持續增長等因素，預計均可刺激對大中華有效之跨境招聘媒體之需求。

經濟與招聘廣告業

香港

香港經濟在亞洲金融風暴過後，現正開始復甦。香港政府估計二零零零年香港之本地生產總值預計增幅將會稍高於4%。董事認為，由於經濟周期、招聘需求以及招聘廣告業之發展彼此有相互關係。香港經濟於一九九八年之本地生產總值出現5.10%之負增長，而一九九九年則出現2.90%之輕微增長。同期內之失業率分別約為5.30%及6%。根據AC Nielsen進行之調查，香港報章於截至一九九九年十二月三十一日止年度之廣告總收益，增加至約86億港元，與一九九八年同期相比，增幅約26%或18億港元。

香港人口年齡分佈情況



資料來源：一九九九年十一月香港統計月報

以上圖表顯示截至一九九九年六月，香港人口之中約有62.10%正處於20至49歲之工作年齡。董事認為，有關職業及招聘資料之需求將持續增長，而招聘廣告業未來在香港將繼續發展。

現時僱主使用不同媒介，就不同性質之職位空缺進行招聘。普遍來說，各種職位空缺均會透過印刷廣告進行招聘，而白領職位空缺之招聘廣告一般會在幾份選定且設有綜合招聘廣告篇幅之中英報章刊登或依賴專業招聘機構提供招聘服務。

報章之慣常做法，是在每星期特別定出一天，例如星期五或星期六刊登招聘廣告。Recruit是自一九九二年以來，全港唯一一份免費派發，並以刊登招聘廣告為主之刊物。

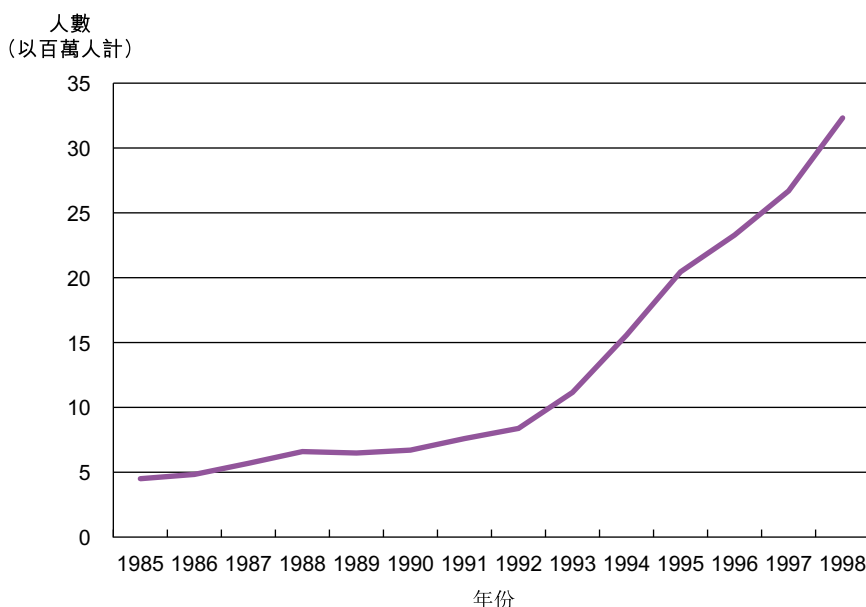
在過去兩年，利用互聯網刊登招聘廣告之僱主日漸增加，而提供有關職業及求職服務之網站數目亦與日俱增。

招聘相關網站分為多種。一般招聘網站基本上只能在職位空缺資料庫中進行職位搜索。較先進之招聘網站可幫助求職者將履歷表存放於資料庫，並按求職者指示讓若干經挑選之招聘廣告客戶能夠取閱求職者之履歷。為吸引求職者長期上網瀏覽，部份與招聘有關之網站(例如pandaplanet.com)更提供消閑資料，務求提高求職者之瀏覽興趣。

中國

中國之國內生產總值及消費水平一直維持增長。預期在未來三年，實質國內生產總值每年將約增長7.50%，而失業率則維持在約6%至7%。國內大型企業將須繼續聘請技術僱員。此外，市場預期中國加入世貿將可吸引更多外資公司到中國設立辦事處，繼而需要招聘更多當地僱員。

中國城鎮私人企業之受聘及自僱人數

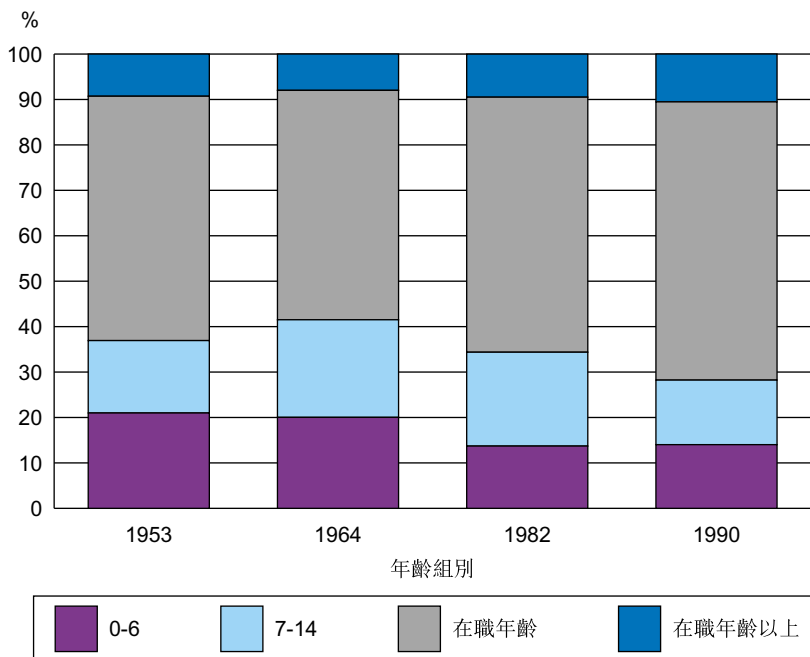


資料來源：中國統計年鑑1986-1999

根據中國統計年鑑刊登之統計數字，城鎮私人企業之受聘及自僱人數由一九九零年之6,700,000人，增加至一九九八年之32,320,000人，在同期之複合增長年率約為25.19%。過去數年，隨著更多私人及外資企業紛紛在中國成立，招聘需求亦相繼增加。這種情況刺激中國招聘廣告業之發展。

以下圖表顯示過去四十年來中國人口之年齡分佈情況：

中國人口年齡分佈情況



資料來源：中國統計年鑑1986-1999

在九十年代，中國總人口中約60.60%處於工作年齡。在一九六四年，只有約49.40%人口屬相同之工作年齡組別。此項趨勢顯示中國人口之轉變。人口轉變加上中國國內生產總值之增長，預期將刺激對具效力之發佈職業資訊媒體之需求，並預計將加快中國招聘廣告業之未來發展。

傳統上中國之外資企業採用不同方式招聘當地職員：在當地報章刊登招聘廣告、轉介、在專上院校及大學進行校內招聘及透過外企服務公司進行招聘。外企服務公司於一九八零年代初期成立，目的是協助外資公司招聘初級職員，最近更進軍行政人員招聘市場。在大多數情況下，外資企業須就每位僱員向外企服務公司繳付月費，而外企服務公司則為本地僱員安排國家提供之福利。

欲聘請大學畢業生之公司都會進行校內招聘。根據MarkIntel於一九九九年編製之報告，目前中國約有60%至70%之跨國公司，均會為其中國業務推行正式之大學招聘計劃。

中國之印刷招聘廣告媒介市場比較分散。中國有不少報章設有小型之招聘廣告版。最近，中國逐漸出現以當地華人互聯網使用者為對象之招聘網站。董事相信互聯網提供一個寶貴機會，讓印刷媒體拓展領域。

互聯網

董事相信互聯網科技將招聘廣告業帶進另一個新里程，而現時愈來愈多公司採用互聯網進行招聘，較傳統印刷媒體及職業介紹所提供之服務更具效率。根據Forrester Research之研究，美國之互聯網招聘廣告支出預計將由一九九八年約1.05億美元，增加至二零零三年約17億美元。

根據美國研究公司Computer Economics之研究結果，於網上刊載之履歷表將由一九九四年約25,000份，增加至二零零零年約7,650,000份。董事相信，由於毋須翻閱報章上之招聘廣告，求職者會認為在網上求職效率更佳。

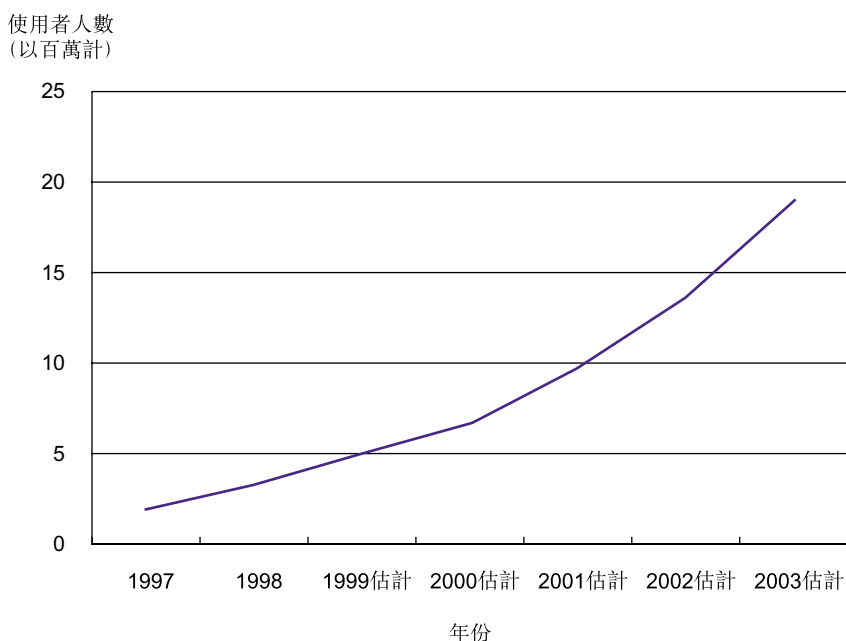
透過互聯網進行招聘，可更快捷地覓出及挑選求職者，減省時間及開支。因此，招聘廣告客戶均樂於用互聯網配合傳統刊登招聘廣告之方式。董事相信美國之網上招聘趨勢十分普及，隨著亞太區愈來愈多公司擬物色既合乎成本效益又有效率之另類招聘方式，此趨勢將逐步轉移到亞太區。為配合上述需要，以亞洲為主之招聘網站現正日漸增加。

此外，過往求職者透過傳統媒體甚難獲得有關世界其他地區之招聘資料，現時透過互聯網即垂手可得。董事認為，隨著更多求職者及招聘廣告客戶明瞭互聯網對招聘過程帶來之效益，將會造就網上招聘廣告市場。

大中華

International Data Corporation估計大中華之互聯網個人使用者總數，將由一九九九年約4,800,000人增加至二零零三年約19,100,000人，複合增長年率約為59%。由於大中華在互聯網使用方面日漸普及，預期不同行業之公司將逐漸增加在網上進行招聘之比例。

大中華之互聯網使用者人數



資料來源：International Data Corporation

根據中國互聯網信息中心之資料，一九九八年中國之互聯網用戶人數約有2,100,000人，而於一九九九年年底之數字則上升至約8,900,000人，增長年率約為400%，顯示出中國屬於互聯網滲透率激增之地區。儘管如此，由於中國很多人仍然未能利用互聯網取用資料，因此整體而言，互聯網滲透率仍然偏低。由於市場預期中國將加入世貿，因此預計在可見將來互聯網之使用量將會大幅增長。鑑於中國政府現時積極推行「科教興國」政策，因此預期擁有私人電腦之市民人數將會增加，而使用互聯網之滲透率亦預計因而上升。

雖然中國之互聯網滲透率仍然偏低，但董事相信中國大專及大學畢業生透過互聯網尋找工作之情況日漸普及。根據一項獨立之市場研究，現時中國有三分之二之互聯網使用者，是年齡介乎20至30歲、持有大學學位及收入居中國總人口收入最高之10%之人士。由於大部份互聯網使用者均處於在職年齡，並繼續有尋找工作之需要，因此預計中國之僱主為招攬高質素人材，對網上招聘廣告之需求將日漸增加。