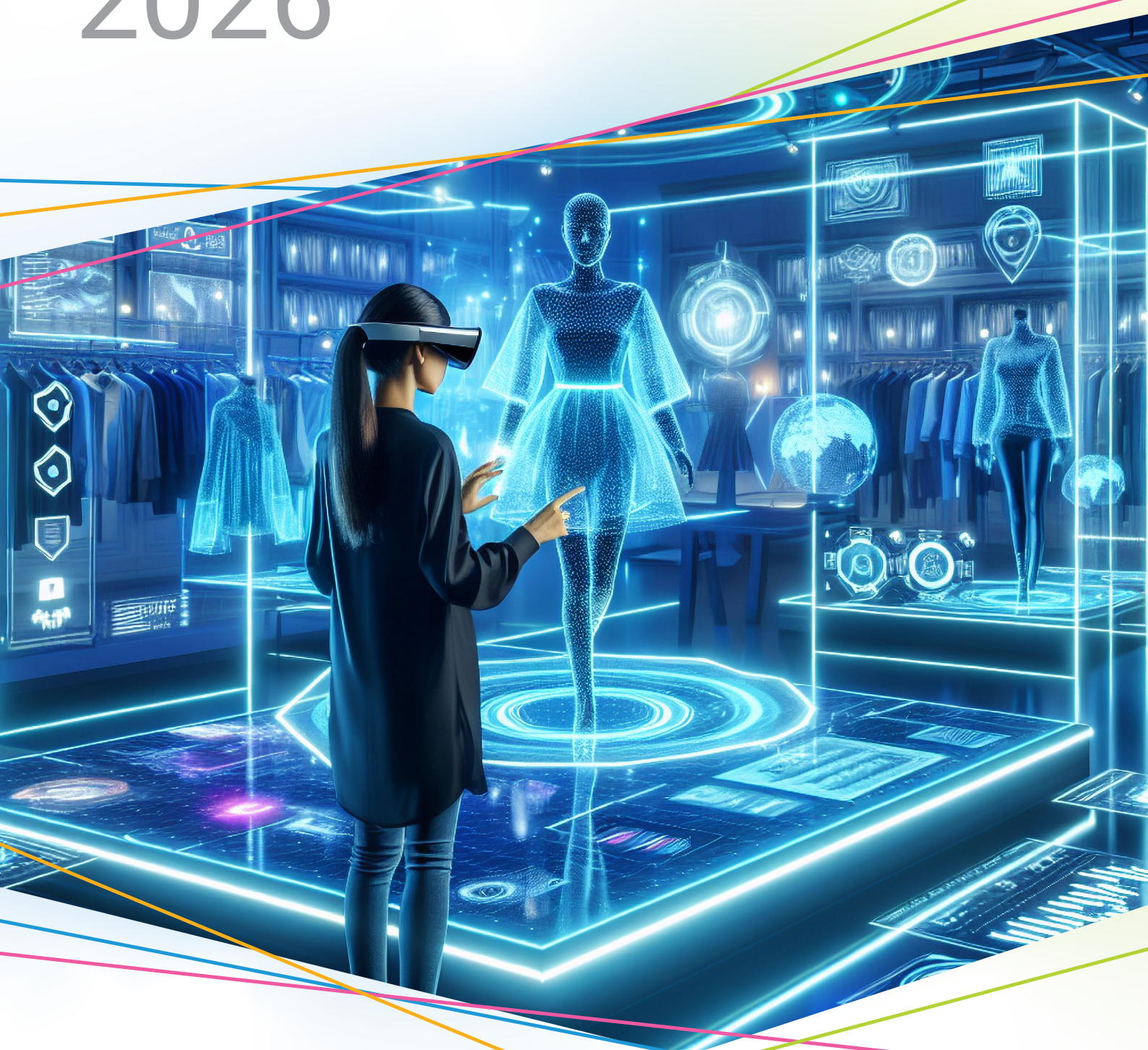


人力更新報告
時裝及紡織業
2026



鳴謝

承蒙焦點小組成員撥冗對時裝及紡織業人力情況提供寶貴意見，亦特別鳴謝求職招聘平台 CPJobs 及 CTgoodjobs 提供旗下的職位空缺資料庫作參考。本更新報告已記載焦點小組成員的意見，同時收錄主要招聘網站的資訊，時裝及紡織業訓練委員會特此致謝。

目錄

引言	1
背景 目的	
調查方法	3
概要 焦點小組會議 桌面研究 資料分析 局限	
調查結果	4
時裝及紡織業最新趨勢及發展 人力需求 培訓需求 招聘上的挑戰	
建議	13
加強對本地行業發展的支援 促進跨行業合作和交流 深化大灣區合作和國際連通 提升數據分析和社交媒體技能 加強對循環經濟和可持續發展的認識 吸引及挽留業內年輕人才 培養具多元技能及積極熱誠的人才	

引言

背景

時裝及紡織業訓練委員會(下稱「本會」)隸屬職業訓練局(VTC)，負責確定時裝及紡織業的人力需求，評估人力供應是否符合市場所需，並向VTC提供發展業內職業專才教育(VPET)設施的建議，以滿足評估所得的培訓需求。

為反映時裝及紡織業的人力狀況變化，

本會每四年進行一次全面的人力調查，蒐集定量資料，並輔以兩份人力更新報告，聚焦最新趨勢及行業人力情況，以及透過焦點小組會議和桌面研究提供定質分析。

繼2024年發表全面的人力調查後，本會於2026年進行首份人力更新報告。

2026 年人力更新報告包括：

- (a) 透過焦點小組會議蒐集業界專家意見，以了解時裝及紡織業的最新發展、人力和培訓需求、招聘困難及行業應對挑戰的措施；以及
- (b) 進行桌面研究，分析與時裝及紡織業相關的招聘廣告。

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) 識別招聘上的挑戰；以及
- (iv) 提出建議措施，應對培訓需求及紓緩人力短缺問題。

調查方法

概要

本更新報告透過焦點小組會議所蒐集的意見，以定質方式描述時裝及紡織業的近期發展，並進行桌面研究，分析主要招聘網站所得的招聘廣告，以作補充。

焦點小組會議

焦點小組來自以下時裝及紡織業類別的行業專家組成：

- (i) 製造類別的紡織／成衣／配飾相關公司
- (ii) 貿易及服務類別的布料、棉花、紡織纖維、紗線進出口公司
- (iii) 貿易及服務類別的服裝進出口公司
- (iv) 時裝設計類別
- (v) 時裝市場推廣／媒體類別
- (vi) 網上時裝店
- (vii) 時裝連鎖店
- (viii) 促進時尚創意發展的機構
- (ix) 促進時尚和紡織業技術發展的機構。

本會於 2025 年 12 月 18 日召開焦點小組會議，成員深入探討本會所訂出的議

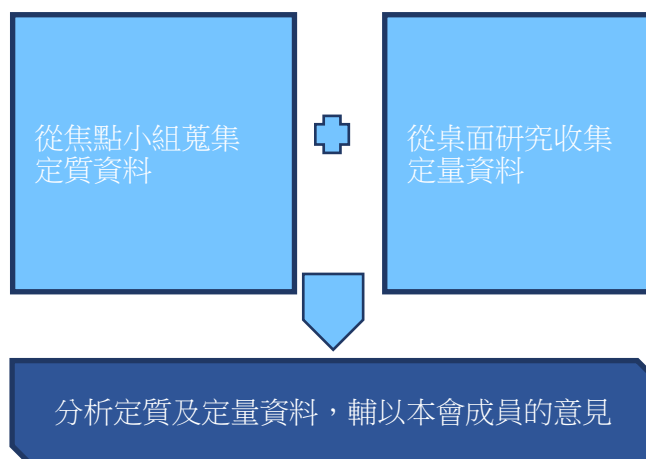
題。會上討論內容已作錄音並轉成文字記錄，以便整理分析。

桌面研究

透過就業資訊系統，桌面研究蒐集了 2024 年第四季至 2025 年第三季期間主要招聘網站的相關招聘數據，再將所得數據與《香港標準行業分類》內的時裝及紡織業相關公司列表比對，刪除重複紀錄後，得出研究期間蒐集共約 2,404 個招聘紀錄，用作就業市場趨勢的參考資料。

資料分析

資料分析按以下三個步驟進行：



局限

是次人力更新並非全面的人力調查，故焦點小組會議的結果及建議以定質資料為主，本報告聚焦於人力趨勢的分析。

招聘廣告資料來自主要招聘網站及勞工

處，並未涵蓋其他招聘途徑，例如透過獵頭公司招募管理層職位或同業轉介。由於資料屬某時段內蒐集所得，並無參照任何過往數據，故桌面研究僅供參考，補充焦點小組會議所得的結果。

調查結果

時裝及紡織業最新趨勢及發展

經濟環境

隨著全球經濟及商業市場重拾增長和發展動力，在地緣政治不穩、全球供應鏈重組、市場需求及消費者行為轉變，以及科技迅速發展等因素影響下，香港時裝及紡織業正經歷重大轉型。

中東衝突及能源供應受阻

自 2026 年 2 月以來，美國與以色列對伊朗的戰事令物流受阻及海運成本上升，對香港紡織業造成影響。儘管香港對以色列的直接貿易有限，但廣泛地區不穩影響出口規劃，並為全球供應鏈帶來不確定性；不過，目前有關影響仍屬可控，無需過度憂慮。

關稅影響

美國加徵關稅在全球經濟及政治環境中引發顯著動盪及不確定性。相關措施加劇國際緊張局勢並擾亂供應鏈網絡，對國際貿易體系構成前所未有的壓力，導致貿易量及整體產量下降，供應鏈被迫重組，加上關稅轉嫁效應顯著，令生產商及消費者的成本上升。在此國際貿易環境下，香港服裝出口貨值由 2024 年的 492.98 億港元跌至 2025 年的 429.71 億港元¹。

¹ 政府統計處 ([政府統計處：商品貿易](#))

消費者行為轉變

由於消費者持續重新評估其購買決定、更重視產品的價值，並更審慎地分配預算以促進身心健康及支持長遠目標，其消費行為和偏好的轉變已重塑對時裝產品的需求。網上市場及電商平台迅速擴張，讓消費者幾乎能不受限制地接觸到大量商品，使購買決定更為靈活，並導致時裝產品不再是消費者開支的首要項目。此外，全渠道零售及電子商貿正推動香港時裝及紡織業由傳統製造模式，轉型至高速、科技驅動、可持續及高度整合的供應鏈體系。此轉變有助加快時裝產品的供應，繼而促使消費者更頻繁地進行網上購物，並採取更偏向追隨潮流的消費行為。

與 2020 年至 2022 年疫情期間相比，香港衣物、鞋類及有關製品的零售銷貨價值總額在 2023 年至 2025 年的三年期間呈增長趨勢²。然而，在全球經濟環境及消費者偏好轉變的情況下，時裝零售銷售的上行趨勢開始放緩。奢侈品方面，報告³預測在經歷艱難的 2025 年後，其全球零售銷售市場將出現溫和改善。

儘管全球市場持續面對不明朗因素和挑戰，但紡織與成衣製造商及貿易公司一直探索各項策略，例如重新評估供應鏈及優化生產流程，務求把挑戰轉化為機遇。時裝品牌及零售連鎖公司正運用數據及人工智能分析來識別並吸引目標顧客，並利用社交媒體平台擴大推廣效益，

推動銷售增長。整體營商環境複雜多變，因此具備靈活應變的能力對業界至關重要。香港人才具備競爭力與靈活應變能力，加上深厚的國際視野與語言優勢，將為時裝及紡織業帶來更多機遇，推動行業踏入新一輪上升週期。

政策

「十五五」規劃

「十五五」規劃為包括時裝及紡織業在內的各行業確立策略方向，重點推動數碼化及智能製造、以綠色轉型促進可持續發展、先進物料創新，以及提升供應鏈韌性。隨著「十五五」規劃於今年正式啟動，香港應透過把握國家機遇與發揮國際優勢，加強其在國家「雙循環」策略中作為「超級聯繫人」及「超級增值人」的角色。這些指導方針亦提供清晰並具前瞻性的藍圖，推動時裝及紡織業邁向高質、以創新主導及可持續增長的模式，從而提升其在全球市場的長遠競爭力。

「十五五」規劃支持香港建設高增值供應鏈服務中心，為在內地設有生產基地的成衣製造商及貿易公司創造機遇，促使其專注於原材料貿易、與可持續發展相關的採購、增值物流服務及數碼供應鏈解決方案。

² 政府統計處 ([政府統計處：零售業](#))

³ The State of Fashion 2026: When the rules change，麥肯錫公司 ([https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion/#/](https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion/))

《施政報告》

根據《2025 年施政報告》，政府將在未來數年專注打造香港成為亞洲時裝設計中心。借助舉辦文化節慶活動、旅遊項目及各項盛事，時裝零售市場可望受惠於預期訪港旅客增加。這些措施為時裝及紡織業帶來跨行業合作、創新及拓展的機會，進一步提升香港作為文化藝術交流中心及亞洲時裝設計中心的領先地位。

本地行業發展

香港作為亞洲時裝設計中心

政府在《施政報告》中推出一系列廣泛的政策措施，以發展香港作為「中外文化藝術交流中心」的策略性定位。憑藉中西文化交融的獨特優勢、強大的全球網絡，以及持續擴展的大型文化藝術設施組合，香港能夠吸引本地及海外業界人士舉辦和參與大型文化創意活動。時裝是向世界展示香港中西合璧的文化、傳承及工藝的有效平台，業界持份者可更積極支持及推動文化融合。透過藝術文化交流的合作項目和活動，時裝及紡織業有望進一步發展。

在政府積極推動文化及創意產業發展的支持下，香港時裝設計周自 2024 年起每年舉行，並以「香港時裝薈」作為品牌。香港時裝設計周是一項旗艦計劃，涵蓋多項時裝設計活動，以發展香港的時裝及紡織設計品牌，並鞏固其作為舉辦大型文化創意活動首選地點的角色。

香港時裝薈為本地及海外時裝設計師和品牌提供平台，讓他們有機會展示其作品、分享知識和交流文化，並尋求零售及商業合作。這些措施有助吸引來自亞洲及各地的國際品牌及人才來港發展。

透過與國際市場及「一帶一路」沿線國家的合作及推廣，本地時裝及紡織業將與國際時裝機構及品牌建立更緊密夥伴關係，從而推動行業發展，進一步提升香港的競爭力，並鞏固其作為亞洲時裝及紡織中心的樞紐地位。

大灣區市場

粵港澳大灣區為香港時裝及紡織業帶來龐大的增長機遇。憑藉區內迅速的經濟發展、強大的區域連通性，以及相近的文化和人口特質，大灣區為香港時裝品牌及設計師拓展業務並提升區內影響力提供有利條件。

業界可與大灣區內持份者合作制定市場推廣策略，以推廣時裝活動及展覽，展示區內人才，並塑造具凝聚力的時尚形象。

大灣區電子商貿的迅速發展亦成為香港品牌接觸更廣泛受眾的重要渠道，既能提供大灣區消費者所期望的便利及速度，亦有助提升品牌在區內的知名度。

鑑於大灣區的跨境合作及經濟增長持續加快，業界可透過增加實習機會、項目參與及行業合作，向學生、時裝設計師及年輕專才推廣區內時裝事業的發展潛力。隨著區內時裝產業生態不斷擴展，有志投身業界的人才可望開拓更廣泛的事業

發展路徑並獲得實際經驗。與大灣區日益緊密融合，正是香港時裝及紡織業的未來趨勢。

人工智能應用

人工智能的發展及應用，已改變香港時裝及紡織業的研發、設計、生產、零售及市場推廣等各個範疇。業界應要了解並接受由人工智能推動的技術變革，此趨勢正加速行業轉型至數碼時尚及智能製造。

人工智能工具可簡化設計流程，並以兼具創意及實用的方式為時裝設計師提供支援。透過分析顧客數據（如身體尺寸、購買紀錄及風格偏好），設計師可為個人消費者或小眾市場量身定制產品。人工智能輔助設計工具亦可提供不同的設計變化、紙樣調整及配色組合，促進設計師與科技之間的創意協作。採用人工智能技術有助設計師更靈活應對現代時裝的複雜性，從而激發創意，讓他們探索更多新可能，同時更迅速回應市場需求。

此外，人工智能亦正在改變時裝及紡織業在發展過程中的研發、生產及供應鏈管理格局。人工智能促進物料創新，協助發掘及開發具備更佳性能的新型布料，例如更耐用、更舒適及更具可持續發展的特性。

智能製造技術在人工智能應用的支持下，透過數據分析、自動化物料補充、實時庫存追蹤、預測性維修及品質控制，優化物料採購及生產流程，從而實現靈活及高效的營運。與此同時，人工智能透過更準確的需求預測、優化庫存水平及精

簡物流運作，加強供應鏈管理。這些能力有助減少過度生產、庫存相關浪費及配送成本，同時讓企業更迅速回應市場需求及趨勢。

由人工智能驅動的演算法分析大量顧客數據（如購物行為、偏好及人口特徵），為顧客提供個人化產品推薦及穿搭建議。擴增實境結合人工智能提供的沉浸式體驗，加上由人工智能驅動的聊天機械人提供的顧客支援與互動，進一步提升顧客參與度及整體滿意度。對市場推廣人員而言，人工智能工具有助快速製作符合顧客偏好及新興趨勢的目標導向宣傳內容。以數據為本的宣傳活動能令推廣工作更切合目標顧客需要，並提高識別潛在市場範疇的能力，使時裝品牌能更有效接觸目標顧客，同時應對消費者快速且難以預測的需求。

循環及可持續時尚

在消費者環保意識不斷提升及對環境責任日益重視的推動下，香港的循環及可持續時尚發展動力顯著增強。隨著社會越來越關注時裝及紡織業對環境的影響，尤其是針對紡織廢料、碳排放及不道德生產方式等問題，促使消費者要求業界提高透明度及可持續發展水平。就時裝設計產品而言，除了考慮質素、耐用性及不過時的設計外，消費者亦將可持續性視為一項附加價值，並會對其購買決定產生正面影響。

為此，時裝品牌及製造商正逐步轉向循環模式，著重資源效益、減少浪費及延長產品壽命。這種轉變體現在採用可持續物料及相關實踐，例如使用環保和可持

續物料、推行循環再造和升級再造計劃，以及推廣服裝修補和轉售，以支持循環消費模式。同時，上述轉變亦促使業界探索創新方案，並整合先進數碼科技，以監測物料流向、優化庫存使用，並提升不同生產階段的可追溯性。

此外，香港作為紡織及服裝的全球採購樞紐，一直鼓勵業界持份者把可持續發展策略配合國際監管要求及消費者期望。整體而言，上述措施反映產業結構正重新調整，邁向更負責任的時裝產業生態，突顯循環模式及可持續實踐在香港時裝及紡織業發展中的重要性。

人力需求

桌面研究

本會在 2024 年第四季至 2025 年第三季期間進行桌面研究，以蒐集時裝及紡織業的網上招聘廣告。在此期間，合共錄得 2,404 則招聘廣告。招聘廣告數量最多的職務類別如下：

1. 採購	44%
2. 市場推廣／營業	19%
3. 時裝設計	7%
4. 產品開發	6%
5. 技術支援	5%

從蒐集的招聘廣告中識別出的主要熱門技能載列如下，反映時裝及紡織業僱主傾向招聘同時具備行業專業技能及通用技能的從業員：

1. 品質控制	11%
2. 技術規格 ⁴	6%
3. 產品生命週期管理	6%
4. 數碼營銷	5%
5. 社交媒體	5%

⁴ 技術規格：著色；染色；面料參數；面料特性；面料規格

焦點小組

焦點小組根據近期行業趨勢，指出勞動力需求預期出現的變化。

技術設計師 — 隨著時裝品牌及製造商加速推動數碼產品開發及智能製造，香港時裝及紡織業對技術設計師的需求持續上升。僱主尋求能夠運用 3D 時裝軟件及相關應用程式的專業人士，以準確落實服裝的設計與開發、將 2D 紙樣轉化為 3D 虛擬樣辦，並優化生產流程。技術設計師在將創意概念轉化為可投入生產的技術規格方面扮演關鍵角色，並透過虛擬打樣技術精簡樣辦製作流程。技術設計師同時擔當支援角色，使創意設計師能專注於概念發展與創新設計。

可持續發展專業人士 — 現今，將可持續發展融入核心業務策略變得至關重要。隨着業界對可持續發展的重視日益提升，市場對能整合環境、社會及企業管治的可持續發展專業人士需求不斷增加，以減少浪費、降低碳排放及提高能源效益。他們的職責亦包括落實循環經濟原則和確保供應鏈符合道德標準，並透過與研究、開發、營運及市場推廣等不同部門合作，將可持續實踐融入創意及生產生命週期的各個階段。

培訓需求

根據行業趨勢和發展，加上焦點小組的意見，時裝及紡織業所需的技能載列如下：

數碼知識與能力和工藝技術

現時，數碼科技和人工智能工具已廣泛應用於多項工作，包括消費者數據分析、趨勢預測，以及透過紙樣編輯、3D 服裝製作和智能推薦提升設計效率。這些技術使設計師和成衣製造商能夠迅速應對不斷變化的市場需求，及時把握商機，並根據個別顧客偏好提供量身定制的個人化選項。在數碼時代長大的新一代設計師應緊貼最新的設計科技，從而在新格局下推動創新並茁壯成長；而經驗豐富的設計師則應善用設計軟件及工具的功能，進一步提升其創意設計。

工藝講求藝術感、直覺及觸感體驗，這些都是機器難以完全複製的要素。儘管快時尚的風潮興起，但消費者對體現精湛工藝的時裝產品需求仍有所增加。消費者重視具備獨特設計、真實感及卓越品質的時裝產品。對時裝設計師而言，精湛的工藝與創意理念及設計工具的運用相輔相成，從而創造出能引起消費者共鳴、具備獨特風格，並在潮流更迭中仍保持價值的時裝產品。

數據分析及人工智能應用

隨著消費者偏好迅速轉變，即時洞察市場趨勢、消費者行為、生產營運及庫存管理變得至關重要。善用先進數據分析的設計師及時裝品牌從業員能更精準識別顧客的消費習慣趨勢，從而更有效地調

整產品及市場推廣策略。透過在數據分析中推動人工智能的應用，製造業從業員可進一步精簡生產營運，包括供應鏈優化及需求預測，進而減少浪費並提高效率。對時裝及紡織業的市場推廣人員而言，掌握並採用數據主導的模式不僅可以加強與顧客互動及提升滿意度，亦有助企業制定個人化推廣活動，從而有效接觸目標客群，最終帶動銷售增長。此外，數據分析透過整合不同的數據來源，使物料及生產方式得以進行嚴謹的評估。研發從業員應持续提升其數據分析及人工智能應用的能力，以改善數據質素、推動創新並支持可持續實踐。

社交媒體管理及敘事能力

精通社交媒體管理技能（特別是進階影片製作及直播技術等領域），有助從業員製作優質及具說服力的內容，並在不同平台上發布。這不但促進與現今以數碼渠道為主的消費者進行有意義的交流，亦能加強社群之間的互動。透過運用社交媒體平台的分析工具，從業員可監察各項表現指標，並根據實時數據及消費者回饋優化市場推廣策略，最終將瀏覽量、點擊率及按讚次數轉化為具體商機及銷售成果。

此外，從業員應培養具感染力的敘事能力，將文化脈絡、工藝技術及創新元素融合，建構具真實感的品牌故事，從而啟發並打動受眾。憑藉社交媒體、影片內容及

體驗式活動，這些故事有助建立情感聯繫、加強品牌真實感，並在重視個人化及深度互動的市場中提升消費者忠誠度。

循環時尚及可持續發展知識

從業員應具備可持續發展及循環時尚的基本知識，包括循環設計原則、負責任採購、道德生產及生命週期思維。透過培養這些能力，從業員可達到國際標準及監管要求，從而為重視透明度、可持續發展和道德生產的全球市場提供更佳服務。此外，具備可持續發展思維及解決問題能力的從業員，可推動設計、品牌管理及產品開發等關鍵領域的創新。

鑑於許多地區仍處於採用循環模式及可持續實踐的早期階段，擁有優秀可持續發展人才的香港公司可提供具價值的服務，包括諮詢、設計方案及負責任生產支援，從而擴大香港在全球的影響力，並推動行業長期增長。

品牌管理能力

在消費者行為轉變和電子商貿迅速發展的推動下，主打全球主要消費市場的國際時裝品牌正重整其營運模式。有鑑於此，時裝品牌管理公司現提供多元化服務，涵蓋零售營運、市場情報和策略，以及業務基礎建設與職能支援，讓時裝品牌能夠迅速應對不斷變化的市場動態。擁有優秀管理能力的從業員具備充分優勢，將更有利於在品牌管理和零售公司中進一步發展其事業。

協作與溝通能力

隨著愈來愈多推動文化藝術交流的活動及項目展開，跨行業合作因此得以促進。從業員除了要掌握技術及專業知識外，亦應具備跨行業共創能力，能協調不同持份者並實現共同成果。協作能力對從業員而言愈趨重要，既有助於在公司內與跨職能團隊協同工作，亦有利於與不同行業機構建立合作夥伴關係。

除了創意與設計思維，良好的溝通能力對從業人員亦尤為重要，有助其應對複雜的商業環境變化，並能以嶄新角度分析問題，從而制定獨特的解決方案。

招聘上的挑戰

勞動人口老化及技能短缺

香港人口老化，加上新入行的年輕人有限，導致勞工供應出現結構性收縮。時裝及紡織業深受影響，並面對雙重挑戰：現有勞動人口老化，以及新技術人才（例如成衣技術員及品質控制專員）嚴重短缺。製造職位尤其面對招聘困難，令技能缺口擴大，並對行業的營運能力及未來發展構成威脅。

行業形象及事業發展路徑不清晰

行業深受形象及觀感問題所影響，尤其在年輕一代中更為明顯。與以設計為主的職業相比，製造和貿易相關職位往往被視為缺乏創新及吸引力。此情況更因社會普遍對行業營運、具體職務及晉升途徑缺乏了解，令問題進一步加劇。在缺乏清晰且具體的事業發展路徑的情況下，業界在吸引及挽留新人才方面難以與其他行業競爭。

工作價值觀轉變及難以挽留人才

現今社會更重視工作與生活平衡、彈性工作安排及即時的工作滿足感，而非對公司的長期忠誠，這與業界部分一貫的要求存在落差。此外，需要出差或派駐中國內地或東南亞生產基地的職位，尤其不受歡迎。這種價值觀的轉變導致流失率高企，亦令企業難以招募並挽留推動創新及可持續發展所需的專業人才。

建議

為配合行業的未來發展，政府、培訓機構及僱主需要在以下範疇為僱員和學生提供合適的培訓機會：

加強對本地行業發展的支援

政府應出資為香港各行業（包括時裝及紡織業）建立一個全面及集中的數據平台。若能取得具參考價值及最新的數據（包括市場資訊及消費者行為分析），設計師、時裝品牌、製造商及零售商等行業持份者可更有效地作出明智的策略決策、提升產品開發能力，並迅速應對市場變化。

此外，政府應進一步精簡現有資助計劃的申請程序，例如簡化文件要求，以減輕申請企業的行政負擔，並使企業更容易獲得財政支援，從而支持時裝及紡織業的發展。

促進跨行業合作和交流

為鞏固香港作為中外文化藝術交流中心及亞洲領先時裝及紡織中心的地位，政府應加強支持在香港舉辦更多大型盛事，以及由時裝帶動的跨行業活動及計劃。業界應推動與珠寶、鐘錶及眼鏡等時裝相關行業的合作，以擴展時裝及紡織業的創意空間及客群，並發揮協同效應。透過攜手合作，這些行業亦可促進文化藝術交流，豐富香港的整體創意生態。

深化大灣區合作和國際連通

培訓機構應加強與大灣區對口機構的合作，並舉辦聯合項目、培訓課程及各類活動，為區內學生提供更多機會，以便交流創新意念、拓展技能及了解市場需求。

時裝及紡織公司應善用政府推出的「大灣區青年就業計劃」，透過安排年輕人才到大灣區內地城市工作，支持其事業發展。

憑藉香港在品牌培育、知識產權、供應鏈解決方案方面的優勢，以及作為連接內地與全球市場的橋樑角色，時裝及紡織公司和設計師應拓展業務版圖，並加強區域網絡及合作夥伴關係。香港可作為連接內地生產系統與國際資本、人才及消費市場的「超級聯繫人」。在從業員推動深化大灣區合作和全球連通的支持下，香港可進一步鞏固其作為設計、品牌建立、知識產權管理及綜合物流平台的角色，同時協調大灣區及其他地區的生產布局和市場擴展。

提升數據分析和社交媒體技能

培訓機構應開設行業專屬數據分析及人工智能實務應用的培訓課程，並將相關技能融入實際營運流程中。除了介紹人工智能驅動的設計工具和基本

分析技能外，培訓內容亦可延伸至人工智能輔助的趨勢預測、需求預測、樣版及尺寸優化、品質控制自動化等人工智能應用主題，以進一步提升在職資深從業員的技能，並增強其數碼能力。

針對目標市場範疇量身定制的影片製作、直播及數碼敘事等進階社交媒體培訓和市場推廣策略，有助提升從業員在不同社交媒體平台製作和發布高影響力內容的能力。對新入職及在職從業員而言，社交媒體和敘事能力對於其應對業內不同領域、保持競爭力和推動事業發展至關重要。

加強對循環經濟和可持續發展的認識

為提升香港競爭力，時裝及紡織公司與從業員應加強對可持續及循環時尚原則的理解和應用。能夠將環保設計、負責任物料採購、循環產品開發及減廢策略等實踐融入日常營運的公司穩佔優勢，更有利於推動創新並滿足全球日益增長的期望。從業員亦應掌握可持續物料研究、低影響製造及產品生命週期管理等方面的核心知識，以便在設計、開發及生產等職能範疇中更有效地開展工作。

吸引及挽留業內年輕人才

時裝及紡織公司(尤其是國際企業)應提供更多非本地實習機會，讓學生親身體驗不同國家及文化，加深他們對全球時裝趨勢及消費者行為的認識。

各家公司亦應推動業內不同類別(例如設計公司、貿易公司、紡織製造商及研發團隊)的合作項目，以豐富學生的跨企業合作經驗。

此外，公司可推出全面的見習管理人員計劃，讓新入行的人才在一段時間內輪調不同崗位，從而接觸多個範疇，例如品牌理念、生產與零售營運、採購與市場推廣，並可按個人興趣靈活發展技能，在相關領域累積經驗。

培養具多元技能及積極熱誠的人才

從業員應保持積極的工作態度，展現對行業的熱誠，並持續以堅韌態度主動學習新知識及技能以實踐終身學習，同時不斷累積工作經驗以促進事業發展。他們亦必須具備全球視野及國際經驗，並保持開放態度，以拓展視野、發掘機會，並在香港以外地區尋求事業發展。此外，從業員亦應培養社交媒體管理和協作能力等多元技能，從而提升其市場競爭力。