



時尚圈永遠的痛：資源浪費

旅歐自由撰稿人 陳劭汗

環保護議題向來是時尚圈除不掉的痛處，每到一個時間點，這個問題就會被放大檢視與抨擊；加上快時尚的興起，原本提供平價親民時尚單品的美意，卻成為破壞環境的惡魔之一。隨著時間演進，越來越多時尚品牌投身於環境保護的行列，致力建造 eco-friendly 的品牌形象，以不同的方式，將衣物回收再利用。不過，這樣的方式究竟是另一種刺激消費、提高盈餘的行銷手法，還是真能降低我們口中的浪費呢？

8%的優惠，是惡魔還是天使？

那天，正在 H&M 逛街購物，準備將手中已挑選好的衣物拿去結帳，前往櫃檯的途中，友人一個箭步攔下我，並問我是否要去結帳，我心想：「對啊，要不然呢？是想叫我連你的一起付，是嗎？」

他看出了我眼中的疑惑，趕緊補充解釋：「我有8%的優惠喔！你要不要用啊？」我心想：「有優惠當然一定要用啊」，於是立馬大力點頭，並附上笑容說：「好啊，謝謝你」。

結完帳後，我才回過神來問他：「現在不是折扣季，店面也沒有任何折扣的訊息，你怎麼會有這個優惠？是我錯過什麼好康的活動嗎？而且，『8%』這個數字也太令人匪夷所思，為什麼不是10%、15%，或是其他數字呢？」

他解釋道：「H&M 為了鼓勵大家將家中淘汰的舊衣物回收，如果有在店內回收衣物，就可以獲得優惠，並在下次消費時使用。所以你剛剛使用的優惠，是我上次回收衣物的獎勵」。原來如此啊！

時尚圈最為人詬病的地方就是「浪費」兩個字。產品每一季推陳出新，許多上一季買了還沒穿的衣服，在「後浪推前浪」的狀況下，消費者又要去採購新一季的衣服，加上快速時尚的推波助瀾，便宜的服飾讓消費者常常發生「衝動性消費」，導致衣櫃裡堆積了許多連吊牌都還沒剪的「舊衣物」，卻還是不斷在網路及商店購物。這樣的情況是不是也發生過在你身上呢？

被抨擊浪費、生產過多的衣物，對於時尚圈來說已不是新的議題，但卻是一個懸而未決的問題。隨著環保意識高漲，全球暖化的效應在世界上處處可見，這個時尚圈的痛處也再度被重新審視。雖然許多品牌早已推行回收舊衣物的概念，但卻只回收自家的服飾，加上沒有相關的配套措施及誘因，吸引消費者整理並回收衣物的成效並不顯著。

如今 H&M 推出的這項服務，以折扣優惠來推動回收衣物的概念，確實可以讓消費者產生到店裡回收衣物的動力，而且品牌不限，不過，有材質的限制，像是皮革、金屬物品就無法回收。

為什麼 H&M 會開始進行這樣的服務呢？

回收與重置，賦予織物新生命

在 H&M 工作的友人說，H&M 開始使用這些回收衣物，將它們的織物重組，然後製作出新的衣物，也就是說，現在店裡所看到的衣物，其中的布料可能是來自於你以前穿過的襯衫、裙子或 T 恤，完整達到「回收再利用」的效果，而不是將回收的衣物拋棄，再去購買新布料製作新衣物。如果是這樣的作法，就完全沒有任何意義了，「回收」就只是一個噱頭罷了。

除了運用舊衣物再造新衣外，H&M 亦將市場擴展至二手衣領域，並將創立新品牌 & Other Stories，並與二手衣電商平臺 Sellpy 合作，一同進攻與時尚業相背甚遠的二手衣市場。有趣的是，Sellpy 在去年（2018）年便已獲得 H&M 集團的創



H&M 積極進行衣物回收的服務

投基金，看來 H&M 早已瞄準這個市場所衍生的商機，希望在未來能將這個二手的銷售服務延伸至集團的其他品牌。至於能不能像 H&M 所計劃的一樣，在二手衣市場中再造商機，其他時尚品牌也正在默默觀察中。

這讓我想起一次很特別的購買經驗。我在 Mango 的網路上購買了一件襯衫，到貨時，襯衫上有著很大的吊牌，上面寫著「Recycled Wool」，並說明此件襯衫是由製作其他衣物剩餘的布料所製成，所以可能在衣物上產生一些色差或是小瑕疵。這樣的製作過程不但可以保護地球，也能避免消耗過多的電力與水資源，也就是除了透過回收衣物再創生命外，還可以將剩餘或是多餘的布料，重新組合再造衣物的新風貌。這也是減少資源浪費，向環境保護靠攏的好方法。

不過，這些作法真的能徹底去除時尚圈的痛處？還是只是時尚產業另闢一條提高獲利、降低成本的途徑呢？亦或是增加更多的消費與浪費呢？

在 H&M 店內，並沒有任何有關衣物回收的訊息或指示，會知道回收換折扣的消息，友人是透過

在 H&M 工作的朋友才得知的，如果能將此訊息在店內多加宣傳，多指引顧客參與此項服務，相信我一定是那位一直常常拿著舊衣物換折扣的顧客。但是，這也直接觸動了我下一次的消費動機，不是嗎？畢竟有優惠不用，也是一種浪費。只是，回收舊衣物，然後取得了消費折扣，然後再買衣服，再回收衣物，再獲取折扣，然後不斷地循環…這樣子的行為，真的可以降低浪費？還是在清除自己的衣櫃？

綠鐵箱的秘密

剛到西班牙馬德里時，常常會在路邊看到一個綠色的大鐵箱，走近一看，才發現是個回收舊衣物的箱子。這個箱子臺灣也有，沒有什麼稀奇，只是這裡是綠色且比較大而已。

直到有一天，室友因為搬家的關係，清出了許多不想帶走的衣服及鞋子，希望我能幫她把這些東西拿到一個叫「HUMANA」的店裡。我好奇問



隨處可見的衣物回收綠鐵箱



HUMANA 不定期推出優惠活動

她：「是希望我拿去店裡賣掉，然後錢歸我嗎？」

她大笑說：「這麼好的事情，我怎麼可能自己不做要你做呢？我是希望你可以幫我拿去 HUMANA 給他們就好，因為這些我都不需要了」。

我又接著問：「這家店是古著店嗎？可是就我所知，古著店不會這樣隨便回收舊衣物啊，他們都是自己挑貨然後販賣，而且這些衣服，古著店會想要嗎？」

她說：「不要問那麼多，拿去就知道了，我們家附近剛好有一家店面，找個時間拿去吧！」

於是，我挑了一個良辰吉時，把她的東西都拿去那個店面，我詢問了一下工作人員可以擺放衣物的地方，本來以為她會說：「給我就好」，沒想到她指了指後面一個綠色的大鐵箱，要我放在那兒。走近一看才發現，這不就是走在路上常看到的回收舊衣鐵箱嗎？怎麼會在這裡？

環視了一下店裡的陳設和標語「給予衣物第二個生命」，我這才恍然大悟，原來那些鐵盒裡的衣物都變成眼前的二手商品了。店裡無奇不有，從基本的襯衫、洋裝、T 恤到外套都有，還有鞋子、包款、毛皮大衣、圍巾，連襪子也有，還可以在店裡找到名牌襯衫和鞋子。

不只是回收，更是全方位協助社會

原來 HUMANA 將回收的衣物整理後，再分至各個店面販售，簡單來說，這是家連鎖二手店舖，但每家店面販售的服飾都不一樣（如果在 A 店發現一件很喜歡的衣服，但是沒有適合的尺寸，就跑去 B 店找，很抱歉，這是不可能的）。

與一般古著店不同的地方在於，HUMANA 是販售被投入至鐵箱的物品，而不是去二手市集收購後再行販賣。另一個最大不同的地方是，HUMANA 將這些舊物品，以低廉的價格販售給非洲的商店。

有 15% 的捐贈衣物直接運送至在西班牙的 HUMANA 店面，46% 則送往非洲，以低價銷售給當地店家；約有 29% 無法再次銷售的物品，販賣給織物的回收商，而約有 10% 的物品是無法回收或再次銷售，HUMANA 便會送往銷貨中心。

最終所得也非全進入了 HUMANA 的口袋，而是區分為兩部分：西班牙在地合作及全球性合作。部分利潤用在西班牙，投入教育、社工，還有建造有機農場；其他部分則與海外合作，包含教育、社群協助、打造農場，以及增加了疾病預防、人道救援與能源再生。

一個綠鐵箱中，原來還有這麼深的文化、這麼廣的意涵。除了捐贈舊衣物，到店購買衣物，還有什麼可以貢獻我們一己之力的方法，來降低在消費時所帶來的罪惡感及衍生的資源與能源浪費呢？你也可以參加打造城市農場的工作，或是成為國際義工，亦可和 HUMANA 合作，成為他們的夥伴。

現在，我們已瞭解到 HUMANA 並非只是販售二手衣物的企業，其背後還有更重要的使命與願景。雖然 HUMANA 店裡所販售的商品，價格與一般古著店差不多，但是常常會推出許多非常棒的優惠吸引消費者上門，有時候只是到店裡閒逛一下，不僅能挖到寶，幸運的話，還有隱藏式的優惠活

動，比方說，有次店員就給了一張上面列著有效期限和優惠折扣的單子，這樣的訊息在店內完全沒有張貼，是店員直接發送給顧客的驚喜。

雖然 HUMANA 並沒有像 H&M 有兌換折扣的服務，但是 HUMANA 的宗旨，是減少浪費的同時，進行在地與海外的社會回饋，而非刺激消費者再行消費新的衣物，如此循環不息。

說穿了，無論是 H&M 還是 HUMANA，都是在將過多的浪費轉為新的資源和生命，能真正減少資源浪費的前提，還是在我們每個消費者的身上，沒有過剩的消費，就不會有過多的浪費，也就不會去煩惱該如何處理這些浪費。難怪最近興起許多「斷捨離」的風潮，也開始有人推廣「極簡」的生活型態，闡述我們的生活中，東西夠用就好，不僅為家裡騰出許多空間，也減少煩惱，更能降低資源的浪費。■（圖片來源：作者提供）



除了 HUMANA 的回收點外，在馬德里也可見到其他衣物回收鐵箱