

永續性，快速時尚的致命弱點

紡拓會 市場開發處

快速時尚為當前高度競爭市場中成功的經營方式之一，然而，快速時尚的確存在著致命弱點－「永續性」。永續性主要表現在「環境影響」及「工人福祉」兩個面向，但事實往往隱藏在「漂綠」行銷及自我感覺良好的統計數據之下（「漂綠」是指生產對環境友善的產品、服務或實踐的虛假或誤導性聲明）。根據 Olah Inc 總經理 Robert Antoshak 的說法，這正是種下快速時尚邁向消亡的根源。

您是否曾經想過，為何供應鏈中有那麼多企業喜歡談論節水問題，或者，如何使用極少能源來生產產品？然而，這些對環境友好的統計數字並不具任何背景基礎，多半是為宣揚企業而來。例如，「我們在牛仔布生產的工序中，節省了100萬加侖的水」，這看似節省了不少水，但此一數字，可能僅相當於某工廠一天用水量的一部分而已，那麼，其他時間呢？或許企業會解釋：「已經比之前的用水來的少了」。

接下來是工人的福祉。企業可能會宣稱自家工廠是世界上最安全、最乾淨的，直到工人流動性被列入檢視。雖然企業提供一個合宜的工作場所，但是提供的工資卻不足以為工人生計，這讓先前所做的努力蒙上陰影。到底該怎麼做才能達到真正的永續？

快速時尚與慢時尚的取捨

快速時尚在產品價格及款式多樣化上大大滿足了消費者的需求，並躍升成為一種便利的經商模式。然而，隨著消費者越來越關注紡織品及服裝的生產方式，不僅會提出問題，更會對產業企業的回覆抱持懷疑態度。對於成衣的製造方式及在何種條件下生產，也會用放大鏡來檢視。

曾幾何時，典型的消費者除了服裝價格外，不會問太多問題，但今非昔比了，消費者想知道更多細節，包括服裝如何製造、在何處製造，以及以何種材料製造。事實上，正是因為消費者的「追問」，促使許多企業不得不對所生產的產品與過程提出永續性主張與策略。

那麼，向消費者解答所有問題，是否就意味著我們處於快速時尚時代的尾端嗎？並非如此，因為消費者對低價產品仍有需求。同時，企業透過降低成本、增加提供消費者篩選的存貨（SKUs），以及以更精實的方式生產更多產品等方式，來達成利潤最大化的目標。

快速時尚的反面就是「慢時尚」（slow fashion），通常是以高品質的元件及高生產成本製成。類此生產通常是在美國或歐盟的主要消費市場或近岸生產，「慢時尚」一樣是小量生產，對成衣及紡織企業的成本可能很高。30多年前，時尚業移往海外設立生產中心，不僅需要足夠資本，時尚業的蓬勃發展亦需具備必要的專業技能及基礎設施。一般皆認為，無論薪資及工作條件為何，多數人並不想坐在縫紉機後面，做著車縫的辛苦工作。

永續性迫使品牌向上提升

然而，現在出現了變革的跡象。消費者越來越關心所穿的衣服是如何生產的，這樣的提問是上個世代不會做的。儘管消費者的購買考量始終與價格有關，但永續性同等重要，這也是種下快速時尚邁向消亡的原因。

消費者希望企業能公開、透明化的供應鏈及更多的永續生產，突顯出快速時尚不透明的營運模式，並成了鮮明對比。快速時尚不單要關注價格與迎合消費者需求，品牌現在也必須將永續性及透明度納入考量，甚至必須仔細評估品牌合作生產製造商的背景。

說到永續性，根本問題來了：品牌該如何達到真正的永續？尤其產品是在世界各地製造的。以美國為例，紡織成衣的生產工序為：美國棉花出口至巴基斯坦進行紡紗，然後運到中國大陸進行織造，之後運至越南加工裁剪及縫紉，最後成品運回美國出售。這條生產軌跡可是長達數萬哩遠，何況還有碳足跡的問題。究竟這樣的供應鏈要如何成為永續？這些供應鏈支撐著快速時尚的發展，同時造成了不永續的矛盾現象。在消費者越來越關注紡織成衣業傳統商業模式的同時，迫使企業朝環保永續發展，重新思考營運商業模式。

最終的結果為何？那就是「邁向變革」。紡織成衣業正不斷地改變，但並不是因為貿易戰或政治因素，而是年輕消費族群的購物率攀升，使得永續性變得可預期，當品牌永續性不足時，消費者便會改變購物的選擇方式。

永續性正慢慢在快速時尚中展開。企業該做些什麼？或者可以回過頭檢視自己，調整非永續性的全球供應鏈，找到曾經繁榮卻不復存在的紡織成衣業基礎設施；其他則可採區域性生產模式，或是採「近岸」生產，縮短供應鏈及交貨期。當然，仍然

有些企業堅持施行快速時尚的採購模式，同樣在多個國家進行多樣化採購，建立越來越精實的供應鏈，以進一步削減成本。

上述每個作法都有支持者與反對者，且意見皆具相當說服力和熱情。

新時代促使新模式的建立

《華爾街日報》上曾刊登過一篇專欄文章，主題為「創新應該在美國進行」。該篇文章作者聚焦在當今美國採購生產的實際情況，且情況可能是黯淡的。正如作者所解釋，「美國企業的離岸生產破壞了美國的製造基礎，以及開發新產品及工序的能力」。

許多美國成衣企業皆表示，倘若能找到製造商，便會回到美國再次採購。的確，除了特定幾個地點外，在美國很難找到可裁剪及縫合的成衣廠，更別說是高素質的工人。根據上述文章作者的說法，解決方案可能是採用由政府管理的國家產業政策，有助集中財務資源，並為全球化受害產業協調可用的專業技能。

在社群平臺上評論或發表上述相關言論時，就像在擁擠的劇院裡喊著「火災了」，並且吸引許多文章及評論附和。社群媒體可以成為一個強大的工具，而這樣的主題確實能夠引起共鳴，因為有些人對美國製造業的空洞化感到憤怒，但也有其他人更加關注在永續生產，甚至將問題歸咎於政府政策無法協助受全球化影響的產業進行調整。

據悉，面對紡織品及成衣回流（re-shoring）美國，是紡織成衣業目前正面臨的壓力，舊的營運模式受到挑戰，而新的模式正在建立。生活在一個瞬息萬變時代，最終產業會變怎樣尚不得而知，但產業無不努力找尋合適的生存方式，為自己開創新的未來。■