

紡織創新大潮流！

Hydrotech Engineering

隨著環保政策的日趨嚴格，紡織印染行業面臨着極大的挑戰，印染已經成為紡織行業高質量發展的痛點所在。高效低成本地解決紡織印染廢水問題，是實現紡織綠色可持續發展的當務之急。從目前相關處理技術現狀及行業發展前瞻性研究態勢看，印染行業綠色生態化發展正在成為趨勢。今期「紡織創新大潮流」，介紹來自意大利的先進廢水處理公司Hydrotech Engineering，如何利用最先進的半透膜和生物技術，為紡織工業上的廢水實現再循環、再利用和零排放。

Hydrotech Engineering 在印度的零排放設施

帶你看看印度如何零排放

印度市場領先

Hydrotech Engineering 於2001年創立，業務包括設計、製造、安裝和管理廢水處理設備。由於掌握了紡織污水處理的技術，該公司在世界各地都有相關業務。在印度，巴基斯坦和孟加拉國的紡織工業界，銷售額首五位的公司都在使用該公司的技術。透過他們的零排放技術，每天處理超過100,000立方米的廢水排放量，避免全部排入當地水道。本報今期介紹該公司在印度為處理廢水而建成的項目，一天可處理

零排放處理工序示意圖

流量達3,600立方米、COD 2200ppm、TDS 2000ppm。生物裝置上備有冷卻裝置、氣網、鼓風機組、沉澱池、離心機等設備，能處理柵格篩濾、均質處理等需要。至於過濾裝置方面，過濾廠房能處理多介質過濾、毛細管超過濾及多段式反滲透過濾。

經濟效益

該公司的基本工況序列分為六種，包括一）均質化和冷卻、二）泥漿活化：生物性的COD/TSS/TOC 移除；水的薄膜處理前準備工作、三）安全性預過濾(MMF 多媒介纖維或微纖維過濾)：大部份去除，超精細薄膜保護、四）超細過濾(毛細管/超細纖維)：移除所有懸浮物、五）軟化劑：以化學方法處理水以適應反滲透工序、六）多段式反滲透：完全固體移除和濃縮，以最低的能源消耗達致大量的回收。處理污水濃縮液的過程方面，Hydrotech Engineering備有多效蒸發器、納米過濾+MEE及海洋排放三種處理方式。由於該公司有效控制技術成本，成功在印度搶佔市場，與行內競爭對手相比，該公司的污水排放成本平均降低了45%，這使Hydrotech Engineering 零排放成為印度市場最具競爭力的技術。該公司的模組化銷售模式，使大小工廠都能實現零排放，目前，他們的客戶處理範圍從50到1,000立方米都有。

掃描QR Code 觀看示範片段

香港紡織商會 蘇文華

邁向創新及科技發展(三)

香港紡織及服裝業相關的香港科技公司凝聚力量

香港經濟主要依賴物流業、貿易業、金融業及旅遊業，近年隨着環球經濟不景氣，這幾個行業呈向下趨勢；香港特區政府近年來積極推動「創新及科技」，希望能夠吸引創新及科技公司在香港發展，利用香港的國際貿易及經濟的良好關係、科研人才雲集、大學及研發機構所提供的創新及科技支援、融資、高科技儀器的轉入、國際創新及科技的積極合作等等優勢，務求與國際接軌的新經濟動力，令香港經濟不再完全依賴物流業、貿易業、金融業及旅遊業等。

現在，香港科學園建基於在全球科技革新進程中，他們認為香港有其獨特優勢和地利，借助香港現時的優勢，香港科學園重點吸引香港科技公司入駐的主要五大科技領域，包括*：

1.生物醫藥

2.電子

3.綠色科技

4.資訊及通訊科技

5.物料與精密工程

經過我們的資料搜集、聯繫及調研、獲悉在香港科學園重點發展上述五大科技領域，惠及入駐的香港科技公司，而他們其中可支援香港紡織及服裝相關的科技如：

1.紡織材料如自動清潔及多功能性物料；

2.紡織助劑如防蚊、防蟎、抗菌等功能性紡織助劑；

3.生物醫藥如開發生物醫藥材料及相關感應器，應用於智慧紡織品；

4.綠色科技如解決紡織及服裝在生產過程中所產生的工業廢物、污水及污氣處理；

5.資訊及通訊科技，如提供紡織及服裝行業大數據系統建立，對智慧製造及機械人系統的開發等。

香港紡織及服裝業相關的香港科技公司在香港科學園的凝聚力量，激發了創新及科研動力，包括：

1.增加與香港大學及研發機構的科研項目的合作性，包括應用他們的科研項目成果及商品化，扶助香港經濟及就業率；

2.培養香港科研人才；

3.支援香港紡織及服裝企業的嶄新科技、產品及服務的發展，增強企業在國際市場的競爭力；

4.應用香港特區政府的「創新及科技基金」來開拓香

港自主研发的嶄新紡織及服裝相關的應用科技，令本港科技公司在研發領域上可以不斷提升；

5.增加高端人才的就業率及在香港有發揮材能的機會。

香港紡織及服裝相關的科技公司的成長及凝聚，是着重於香港特區政府對創新及科技的政策，香港及香港周邊創新及科技市場的需求而以商業行為產生的，及香港的創新及科技的基礎建設及資源（包括科技人才），香港科技公司的凝聚力量亦大大支撐了香港紡織及服裝企業在創新及科技領域上的提升！

香港紡織商會榮譽顧問 何繼超博士

*資料來源：香港科學園網址：https://www.hkstp.org/

國際短訊

疫情嚴重影響孟加拉紡織業

受到疫情影響，今年1月1日到2月21日，孟加拉從內地進口的貨物數量和價值分別下降了20.87%和8.29%，紡織企業使用的原材料46%都來自內地，因而受到嚴重影響，無法以原先從其他替代渠道進口到替代品，而當地原材料及其他相關材料加工企業卻趁機提高了產品價格。

美國服裝進口內地佔比大幅下降

2019年四季度，美國服裝進口的大部分類別

疫情下中國紡織外貿的「危」與「機」

新春伊始，就在業界剛剛為中美間簽署第一階段協定、美方降低或取消了我部分產品加徵關稅而鬆了一口氣之時，一場突如其來的新冠肺炎疫情，疊加春節假期因素，我國各行各業受到較大影響，紡織服裝出口供應鏈和產業鏈也被按下了暫停鍵。

為應對嚴峻疫情，各地實施了嚴格的交通物流和人員管控措施，導致節後外貿企業和工廠的復工復產面臨重重困難。一是「人」的問題。紡織服裝業外地農民工佔比較大，人員返回困難，各地對外來復工者大多有14天的隔離措施，且禁止疫情嚴重地區人員的進入，人員難以完全到位。企業復工有嚴格的防疫要求，防控物資缺乏，工人的生活保障和衛生檢疫也面臨挑戰。二是「物」的問題。疫情的影響導致上游原料不能及時到位，下游工廠也無法正常生產，物流、倉儲、報關、國際運輸等都受到影響，全面恢復需要一定時間。一些外貿加工廠轉型生產防疫物資，不僅擠佔部分出口產能，也更加劇了常規紡織服裝出口原材料的供應短缺。三是「錢」的問題。紡織服裝出口企業絕大多數是中小企業，流動資金短缺現象普遍，停工、訂單取消造成的直接損失巨大，防護邊境生產，防護用品和防疫措施帶來的額外成本增加可達一至兩成。四是「路」的問題。世界各國大量航班停運導致的國際貿易活動停滯，截至2月29日，針對疫情

採取入境臨時管制措施的國家和地區多達142個，人員出訪、國際展會、客戶來訪、驗貨跟單、樣品寄送、外貿洽談等受到極大影響，更遑論客戶信心。

近期，湖北以外地區疫情形勢積極向好，多個省市新增病例保持零增長，中央強調要統籌做好疫情防控和經濟社會發展工作。為穩就業、促增長，各部委密集出台政策支援外貿企業復工復產，保障全球供應鏈中有重要影響的龍頭企業和關鍵環節恢復生產供應；多地政府點對點跟蹤推進工作機制，實施多項務實舉措，助力外貿外資穩健發展。截至2月底，浙江、江蘇、山東、廣東和福建等主要紡織服裝出口地區的規模以上企業復工率均達90%以上，柯橋中國輕紡城、義烏小商品市場、常熟服裝城等大型商品交易集散地也已重新開門迎客，長三角、珠三角等區域交通聯動機制為地區間物流運輸提供保障，產業鏈和供應鏈的恢復呈現向好局面。但同時，紡織服裝業也承受雙重壓力，一是佔行業絕大多數的中小民營企業面臨資金鏈和供應鏈兩難，既想盡快復工，又擔心疫情蔓延。據工信部資料，截至2月26日，全國中小企業復工率僅32.8%，大大低於大型企業；二是復工率不等於復產率，企業雖然復工運轉，但要恢復100%的產能，仍需等待人員的全部到位和上下游供應鏈的全面恢復。

從國際市場反映看，一方面Nike、Puma等國際

談品牌

談品牌－從Supreme談起

Supreme又有新意思，今次是與Oreo合作，Oreo曲奇變成了紅色，上面壓有一個Supreme Box Logo。當初開售價是8美元一包，每包有3塊。後來在ebay上炒賣，據說最後的炒價是\$92,000美元。找資料的時候，我也不相信自己的眼睛，起初的報道是\$15,000美元，我已經不敢相信，再從不同媒體求證，竟然是\$92,000美金，折算港幣就是HK\$717,444。

談一點歷史，原來Supreme已經有26年歷史，第一間Supreme店開在1994年在紐約曼哈頓，老闆的名字是James Jebbia。雖然說Supreme是滑板仔品牌，但原來老闆對滑板也不是很懂，只是喜歡滑板人那種創新，反傳統氛圍。Supreme最為人認識的可能就是店裡那些愛理不理的店員，門外通宵排隊等待購買限量版的顧客。諷刺是，他的限量版似乎沒有停止的。

Supreme的市場定位很特別，以他的受歡迎程度，也應該是主流mainstream，但他又刻意與主流時裝文化有一段距離。以價錢來說也一點不便宜，可以與一些貴價的Designer Label相若，但他的形象又很街頭。我們很多時候形容現在的市場環境，就是很多矛盾。

社會學上有一個概念是社交距離Social Distance，意思是在日常不同的社交群組中，都有不同的親疏距離。比喻說，對子女的關懷，太親近或會變成嘮叨，對朋友的豪邁與粗疏也是一線之間。把這概念放在品牌管理也很有啟發性。比如說，顧

客服務是否一定要賓至如歸，顧客至上呢？以前念書時，Customers are kings又是否一成不變呢？現今的環境又是甚麼意思呢？我想大家都有進名店的一些經驗，有些店是令人覺得有一點壓力的。曾與一奢侈品集團的總裁有一簡短對話，他的意思是說，這種一點點壓力的感覺是刻意的，也是品牌形象的一種，就好像去觀賞藝術品時，那種小心的、喜悅與尊重。是刻意與顧客製造一個距離。在課堂，教授品牌管理，會討論品牌形象，性格，用擬人法，將品牌本身當作一個真人去想，再進一步想一想，將顧客想像成其中一個社交群組，面對這社交群組要保持一個怎樣的距離，應該是一個不錯的思考。

香港理工大學紡織及製衣學系講師 廖泳新博士 tcliuws@polyu.edu.hk

受疫情影響 中國棉產耗皆跌 棉價勢不振

2019/20年度世界棉花產消存及貿易預計

單位：萬噸						
項目	國別地區(前五位)	2018/19年度	2019/20年度	2月預計	增減	同比%
產量	全球合計	2582.3	2641.7	59.4	2.3%	
	印度	561.7	642.3	80.6	14.3%	
	中國	604.2	593.3	-10.9	-1.8%	
	美國	399.9	437.7	37.8	9.5%	
	巴西	283.0	276.5	-6.5	-2.3%	
巴基斯坦	165.5	143.7	-21.8	-13.2%		
消耗量	全球合計	2616.8	2691.2	-25.6	-1.0%	
	中國	860.0	816.5	-43.5	-5.1%	
	印度	522.5	533.4	10.9	2.1%	
	巴基斯坦	233.0	235.1	2.1	0.9%	
	孟加拉	158.9	158.9	0	0.0%	
進口	土耳其	150.2	156.8	6.6	4.4%	
	全球合計	918.9	948.2	29.3	3.2%	
	中國	209.9	185.1	-24.8	-11.8%	
	孟加拉	150.2	156.8	6.6	4.4%	
	越南	150.2	148.1	-2.1	-1.4%	
出口	巴基斯坦	62.1	91.4	29.3	47.2%	
	土耳其	76.2	89.3	13.1	17.2%	
	全球合計	900.3	948.1	47.8	5.3%	
	美國	321.4	359.2	37.8	11.8%	
	巴西	131.0	193.8	62.8	47.9%	
期末庫存	印度	76.4	78.4	2	2.6%	
	希臘	29.5	32.7	3.2	10.8%	
	貝寧	30.5	30.5	0	0.0%	
	全球合計	1741.5	1788.0	46.5	2.7%	
	中國	776.6	734.7	-41.9	-5.4%	
印度	202.8	283.3	80.5	39.7%		
巴西	266.8	276.1	9.3	3.5%		
美國	105.6	117.6	12	11.4%		
巴基斯坦	54.3	51.6	-2.7	-5.0%		

資料來源：美國農業部(USDA) (香港紡織商會整理)

據美國農業部(USDA)2月統計，2019/20年度全球棉花市場形勢，產量仍然大幅領先需求，呈供大於需情況，2019/20年度預計產量2,641.7萬噸，消耗量2,591.2萬噸，兩者大致相若。美國和印度的產量大幅回升，美棉反彈達9.5%，但巴西和巴基斯坦預計產量卻回落2.3%和13.2%。具體特徵如下：

中國產耗皆跌：作為全球第二大產棉國，本年度中國棉花產量預期593.3萬噸，較上一年度減少近2個百分點。其中收穫面積預期5,175萬畝，較上一年度(5,250萬畝)略減1.4%。單產預期114.7公斤/畝，也為近3個年度最低，主要是主產棉區新疆受天氣因素產量受損。消費量方面，受中美貿易摩擦和新冠疫情影響，本年度中國棉花消費量預期816.5萬噸，較上一年度減少5.1%，為近4個年度以來最低。

消費下降預期：期末庫存環比增加55.1萬噸，同比增加46.5萬噸，本來接近產需平衡的中性狀態又開始向累庫存傾斜。其中，消費量的減少主要來自中國和越南，USDA預計中國消費量環比減少至816.5萬噸，越南消費量減少至148.1萬噸，這其中可能包含新型肺炎疫情帶來的消費下降預期。USDA認為全球貿易也出現降溫，全球進口總額環比上月下調6.2萬至948.2萬噸，全球出口總額環比上月下調6.6萬噸至948.1萬噸。

巴西棉替補性強：巴西近幾年在棉花加工的投資擴大、設備更新、軋工水平持續提高，因此預計2020年巴西不僅棉花產量再創新高，而且等級、品質、含雜、異纖等各項指標上升，對美棉、澳棉的替代性進一步增強。2019/20年度巴西棉的產量、出口量分別為276.5萬噸、193.8萬噸，其中出口量較2018/19年度增加62.8萬噸，同比增幅達到47.94%，巴西的主要出口市場是東南亞、中國及孟加拉國等。

後市還看疫情：考慮到新型冠狀病毒肺炎爆發及其潛在後果將降低中國的消費量，USDA下調2019/20年度中國棉花消費量。短期棉價缺乏大漲基礎，需密切跟著紡企復工及疫情防治進展。外棉方面，中國疫情影響或進一步使得棉花消費承壓。

香港紡織商會 謝軒