

人工智慧應用於紡織業

紡織業是一個勞動密集型行業，人工智慧和物聯網等技術有助於簡化資料處理、預測分析、開發智慧服裝，高效地承擔大量工作。許多行業已經使用人工智慧來實現數碼化（Digitization）並獲得業務增長，紡織業也不例外，如下介紹：

（a）織物缺陷檢驗

檢測布料的瑕疵，確保能生產高質素的面料。一直以來，企業多依賴以肉眼目測的方式檢查紡織品的瑕疵，然而檢測效果參差，效率頗低，人工智慧技術有助於織物的缺陷（瑕疵）檢測，減少人為錯誤，提高生產效率。

（b）人工智慧在時裝設計、製造、供應鏈及銷售店的應用

1. 時裝設計

通過人工智慧參與時裝設計，每一件時裝都是獨一無二的設計，也能提升時裝行業的專業化及附加值，人工智慧可以根據需求預測新時裝市場信息趨勢，減少預測誤差，令設計的成果符合當下的潮流走勢。

2. 時裝製造和供應鏈

人工智慧可代替工人完成工作，減少聘用工人數量及

人為錯誤，人工智慧縫製機器，可以精確地縫合服裝組件，還可以檢測面料或配件中的瑕疵，保證產品素質。

3. 時裝銷售

智慧化時裝零售營運對策及解決方案，透過追查零售商店的顧客流量或記錄顧客的購物個別方式，觀察及分析顧客在採購時裝的行為及要求等，了解顧客的偏好，以改善零售服務模式及範圍，來迎合即時快反應的顧客採購時裝的行為及要求等。

4. 時裝「試穿」鏡子

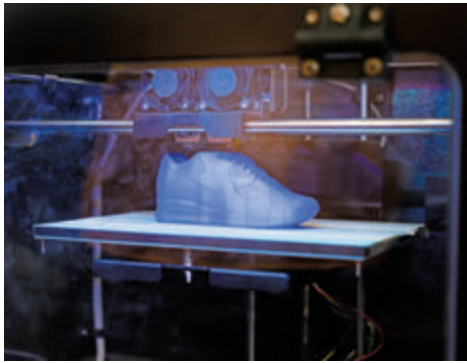
時裝零售店使用具人工智慧技術的智慧鏡子，即使顧客沒有將衣服實際放在自己身上搭配，可通過3D試衣鏡前，預視衣服的外觀，不用穿著及脫衣，只要選擇屏幕上這款，簡單的揮揮手旋轉屏幕上的按鈕，便可以輕鬆換衣，簡化及滿足顧客購物體驗，縮短顧客購物時間。

5. 時裝搜索

現時市場有不少手機的應用程式，都具有人工智慧圖像搜索系統，消費者可以使用手機的相機功能，拍攝時裝並線上搜索該時裝。

（c）智能服裝

未來的紡織業將利用人工智慧來開發更多的創新，比



● 人工智慧可代替工人完成工作，智慧縫製機器，可以精確地縫合服裝組件。

如智慧服裝，智慧服裝具感測器和電子集成技術於一身，如通過人工智慧實現以及低功耗藍牙、邊緣計算、雲資料、超低功耗等技術，令智慧紡織服裝可監控和傳達穿戴者的資訊，監測穿戴者的健康狀況包括血壓、心率、汗液、體溫等資料。

（由於版位問題，紡織報僅刊登本文主要內容。全文、個案分析、英文專有名詞及文章參考資料來源請參閱紡織報網站。）

香港紡織商會榮譽顧問何繼超博士

談 品 牌

10月28日，

Facebook 改名 meta，老闆 Mark Zuckerberg 將把重點放在元宇宙（Metaverse）。據說，Mark Zuckerberg 認為十年內這世界將進入元宇宙世代。根據《維基百科》描述，元宇宙是一個未來持久化和去中心化的線上三維虛擬環境。簡單來說，

就是透過VR眼鏡或手機進入另外一個超虛幻的虛擬世界，你可以在另外一個世界買房、買車，進行跟現實世界一樣的日常生活方式。

我自己對品牌的基本思考是基於兩個概念，一個是 Identity（身份），一個是 symbols（符號表徵）。簡單說，時裝及品牌就如不同的符號，我們是利用市場上的時裝及品牌作為符號來建構、創造我們不同的身份。這觀念看似很理論，但也解釋了為何一生中我們會不斷購買不同的衣服和品牌。因為我們的身份不斷轉變，而每一個轉變的身份，也就是不同的衣服和品牌（符號）。比如說，剛入職場的學生、一個剛成家的朋友、一位剛退休的人士。身份不一樣，對生活對自己形象的要求也不一樣，自然地所以購買的衣服及品牌都會不一樣。

隨著網絡的盛行，品牌與衣服已經變得虛擬化。市場上早已經有虛擬的偶像，例如 Miquela、Shudu。早陣子，因為疫情的關係很多品牌將推廣的重點放在網絡上。前陣子有機會與騰訊的同事做了一次交流，在他們的王牌線上遊戲《王者榮耀》，玩家可以在自己的不同角色購買不同的品牌，不同的服裝；而線下在同樣品牌的實體店，如玩家喜歡也可購買同樣的服飾給自己。

隨著元宇宙的普及，網絡世界的空間將會是無限。想像未來的世代，每個人在元宇宙將會有不同的身份（Identity）。想像我們現在聽到很多網紅，他們的線上與線下身份的落差，而在不同的社交媒體，甚至在同一個社交媒體，她們都可以用不同的身份去表達。而這些虛擬的身份很有可能比現實中的真實身份更加重要。沿着這想法，人們會在虛擬世界會有更多花費在品牌、服裝上。可能有一天，一件在虛擬世界賣的 Levi's 會比一件真的 Levi's 服裝更貴。

貨幣有虛擬（如 Bitcoin）、藝術品有虛擬（如 NFT），虛擬品牌將會是又一顛覆傳統營銷理論的一個思考。

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

從元宇宙 Metaverse 談起

韓國將投8000億韓元開發纖維產業

據韓國《NEWSIS》11月11日報道，韓國政府為構築堅實的纖維產業鏈，將加大對環保、尖端纖維材料及工藝技術開發的投資，並製定纖維時尚數碼化轉型戰略。政府將於未來7年間投入6300億韓元策劃「纖維極限全球競爭力強化技術開發項目」，同時投入1800億韓元推進「纖維時尚碳中和技術開發項目」。

越南紡織業因疫情缺勞動力遭遇停擺危機

越南勞動關係研究中心對紡織、皮鞋行業256家企業的調研結果顯示，近60%工人因間歇性停工而收入下降，62%工人因持續停工而無經濟來源，77%工人精神狀態消極。目前收入不足和恐慌心理已致紡織、皮鞋企業員工身心俱疲，胡志明市、平陽省、同奈省已有上百萬勞工返鄉，處疫後生產恢復階段的越南紡織、皮鞋行業或因勞動力短缺遭遇停擺危機。

印度最低支持價格繼續上調 明年棉花產量或大增

印度的最低支持價格對所有作物的種植有著重要影響，棉花 MSP 在單產正常的情况下，能夠為棉農提供50%的成本補貼。2020/21年度，印度 MSP 為5825盧比/公擔，高於上年度的5515盧比/公擔，一旦籽棉價格低於 MSP，印度棉花公司就以 MSP 價格收購籽棉。2021/22年度，印度棉花產量預計達到4300-4400萬包（每包170公斤），遠高於本年度的3600萬包，這將使印度棉花出口供應量大大增加，可能超過1000萬包。時隔數年之後，美棉出口可能再次遭遇來自印度棉的挑戰。 香港紡織商會輯

FASHION PORT 時尚·海港 帶領香港設計師亮相上海時裝周

疫情大流行不僅改變了我們的生活步調，也為時尚界帶來前所未有的衝擊。去年疫情嚴峻之時，多項國際時尚盛事被迫取消、延期或改為線上舉行。踏入後疫情時代，首項獲得香港特別行政區政府「專業服務協進支援計劃（PASS）」贊助的時尚企劃，以實體形式回歸，由 Fashion Farm Foundation 主辦的時尚企劃「FASHION PORT 時尚·海港」，於10月8至12日就帶領了20個香港時裝品牌衝出香港，參與2022春夏上海時裝周，向內地和國際時尚業界一眾潮流先鋒，展現香港時裝的創意力量。

上海向來是中國時尚潮流的集中地，隨着內地消費力提升，上海時裝周作為內地時尚界的重要盛事，在國際上亦漸具影響力，這為香港設計師提供了非常好的平台，向內地以至全球時尚界展示佳作，將香港設計帶到國際時尚舞台。

資料來源：Fashion Farm Foundation



進博會參展港商漸增 貿發局到場了解

作為世界上第一個以進口為主題的國家級展會「中國國際進口博覽會」（進博會（CIIE）），今年11月5至10日第四屆舉辦，由中國商務部和上海市人民政府主辦。利豐母公司馮氏集團亮相服務貿易展區，呈現在數碼化轉型與創新方面的最新探索成果；而羅氏針織聯乘品牌 hoopla 參加「香港貿發局（HKTDC）香港服務業展館」，介紹如何協助企業提升品牌形象，拓展內地市場發展。香港駐上海經濟貿易署蔡主任、香港貿發局管理層呂先生亦到場了解香港服務貿易詳情。

香港紡織商會輯



披荊斬棘 穩步前行——前十月中國紡織服裝外貿運行情況和趨勢展望

今年以來，海外疫情一波三折，世界經濟艱難復甦，面對多重不利因素的影響，我國紡織服裝外貿行業積極發揮穩定強韌的供應鏈產業鏈優勢，實現一定增長，呈現穩中向好的局面。在宏觀數字增長的同時，企業主體面臨的風險挑戰增大，出口依然存在諸多不確定、不穩定和不均衡因素。

據中國海關統計，1-10月，中國紡織服裝累計出口2623.4億美元，同比增長7.4%，比2019年同期增長16.8%。紡織服裝累計進口234.4億美元，同比增長22.6%，比2019年同期增長14.6%。紡織服裝進出口均創歷史同期最高水平。

雖然去年曾強力拉動我出口增長的口罩、防護服、醫用手套等防疫物資前十月出口222億美元，同比大幅下降67%、淨減少444億美元，但「東方不亮西方亮」，內地常規紡織服裝產品強勢復甦，前十月累計出口2401.5億美元，同比猛增35%、淨增623億美元，彌補了防疫物資下降的缺口，支撐我紡織服裝整體出口實現穩定增長。

內地紡織服裝進出口規模在防疫物資出口大幅下降的情況下仍能創出新高，主要原因一是在美國財政刺激計劃帶動下國際消費需求補償性爆發，「一年買兩年的衣服」；二是緬甸、印度、越南等周邊低成本國

家受政局動盪、疫情反覆影響，部分訂單接連回流到中國；三是中國完整的產業鍊和「快速反應」供應鏈優勢，有能力及時應對貿易格局變化，快速調整產能、抓住市場機遇。

如不出意外，接下來的11月和12月出口至少保持在2019年同期水平的話，中國全年紡織服裝出口首次突破3千億美元大關將毫無懸念。

美國迎來假期消費熱潮，空運成補貨應急之策。牛津經濟研究院11月的報告顯示，雖然通脹和貨物短缺現象存在，但這絲毫沒有抑制美國消費者過節的購物熱情，美國消費者良好的消費基本面以及要彌補去年因社

交距離造成的遺憾，今年或成為自1999年以來最強勁的假期消費季。由於海運集裝箱短缺和積壓導致從中國到美國西海岸的運費同比飆升339%，為了避免在假期前運輸陷入困境，採購商選擇高價空運重要的假期商品，繞過擁擠的港口來補充庫存。

越南疫情逐步緩解，在美市場份額不斷提高。受疫情影響，越南從今年7月開始多次實施「三就地」隔離政策。10月起，南部地區解封，服裝工廠逐步恢復生產。樂觀估計，2022年越南製造產能將逐步恢復正常，屆時越南在美市場份額將進一步提升。越南紡織協會預測，2021年全年越南紡織品出口額將達到380億美元，同時提出2022年430-435億美元紡織品出口目標。即便在疫情的影響下，近兩年越南在美國市場的份額仍然增長。今年1-9月，中國服裝在美市場份額為28.2%，比2019年同期下降3.6個百分點；越南服裝在美市場份額為15.1%，比2019年同期增長0.4個百分點。

拉開限電情況緩解，對企業影響仍存。今年9月，在能源短缺和能耗雙控政策的影響下，浙江、江蘇、廣東、福建等多個省份接連發布限電通知，讓不少紡織服裝企業都受到了不同程度的影響。10月下旬以來，山東、河南、江蘇、福建、廣東等地拉開限電舉措全面放鬆直至取消，企業生產狀況有所緩解。但是煤價大漲、電廠虧損，電力供應對企業生產的影響還在持續：一方面全球大宗商品價格暴漲，導致近期電價上漲，直接增加了紡織服裝企業的生產成本；另一方面雖然限電情況有所好轉，但整體來看，今年各省錯峰限產力度和範圍都比往年更大、更嚴格。

當前，國際新冠肺炎疫情起伏不定，世界經濟艱難復甦，廣大外貿企業仍面臨國際需求恢復不穩、海運物流不暢、原材料價格較高、要素成本上升等挑戰，需長遠布局、積極應對。有理由相信，在國家穩外貿政策的強力支持下，在出口企業共同努力下，紡織服裝外貿必將披荊斬棘、創新轉型，迎來新的發展契機。

資料來源：中國紡織品進出口商會

創樣中心
SDC
Sample Development Centre

主要贊助機構

CREATEHK

主辦機構

製衣業訓練局
CLOTHING INDUSTRY
TRAINING AUTHORITY

為香港時裝設計師提供服裝造辦服務

舉辦時裝製作技巧研討會及工作坊

查詢

☎ 蔡小姐 2263 6343 | 張小姐 2263 6378

✉ samplecentre@cita.org.hk

🌐 samplecentre.cita.org.hk

📘 SampleDevelopmentCentre

📺 sdccita

📷 SDCCita

📍 Sample Development Centre (SDC)

免費聲明

香港特別行政區政府僅為本項目提供資助，除此之外並無參與項目。在本刊物/活動內（或由項目小組成員）表達的任何意見、研究成果、結論或建議，均不代表香港特別行政區政府、商務及經濟發展局通訊及創意產業科、創意香港、創意智優計劃秘書處或創意智優計劃審核委員會的觀點。

九龍灣製衣業訓練局9樓

服務時間：上午9時至下午6時

(星期六、日及公眾假期除外)

了解更多