

邁向創新及科技發展(十五)：純素皮革 (下)

純素皮革源自天然植物或菌類纖維、加工後的植物及果實廢料等材料來製造，可分類為：

(A) 植物纖維皮革
從加工後的植物及果實廢料如鳳梨葉、蘋果皮、橙皮、葡萄皮、仙人掌皮等取材，例如：蘋果皮革 (Apple Leather)

從製造蘋果果汁、果醬等加工後的廢料如果渣和果皮製成。其製造工序是首先將回收的蘋果皮清潔、烘乾、磨成粉末後或與其他天然纖維混合，或通過與聚氨酯(PU)混合，跟着塗在純棉面料上，再壓制皮紋、烘乾等工序(如圖1)，製造比較耐用、環保、透氣的仿皮，觸感光滑，現時生產商正着手採用可生物降解的PU來取代一般合成PU、有機/生物色素等來令蘋果皮革更純素及環保材料。蘋果皮革特點包括：(一) 使用生物基廢棄，減少廢物處理及碳排放、(二) 原料沒有取材於動物、(三) 因性能不上動物皮革，尚未廣泛被應用、(四) 售價比動物皮革便宜。

(B) 菌類纖維——蘑菇皮革 (Mushroom Leather)

由蘑菇菌絲體 (Mycelium) 製成，現時小批量蘑菇皮革的製造過程如下：(一) 選擇合適潤濕的基材如木屑、果殼等作培養菌絲體、(二)

將基材放入所需皮革片塊形狀的塑料盆內，進行殺菌工序，令菌絲體容易生長、(三) 再將蘑菇孢子放入塑料盆內的基材來培育，菌絲體從生長到收成過程需要兩/三周、(四) 從塑料盆取出菌絲體片塊進行清潔、(五) 壓製菌絲體片塊成規定形狀、厚度、皮紋及色澤，經過染色、黏合、烘乾等工序、(六) 視覺和觸感像動物皮革。

現時培養的菌絲體的僅限於平面二維形式，無法擴展為工業化生產。芬蘭 VTT 技術研究中心發明一種新的生物技術，讓菌絲以特定大小、三維結構和厚度快速生長、以每分鐘一米 (3.3 英尺) 的速度生產連續的蘑菇皮革片塊，用作產量蘑菇皮革的先驅。蘑菇皮革的特點：

(一) 來自100%天然材料、(二) 菌絲體結構類似於動物皮革膠原蛋白結構，蘑菇皮革具有與動物皮革相似的性能、(三) 性能與動物皮革近似如拉力、透氣、柔軟、回彈性等、(四) 具有抑制細菌繁殖、(五) 售價比動物皮革便宜。

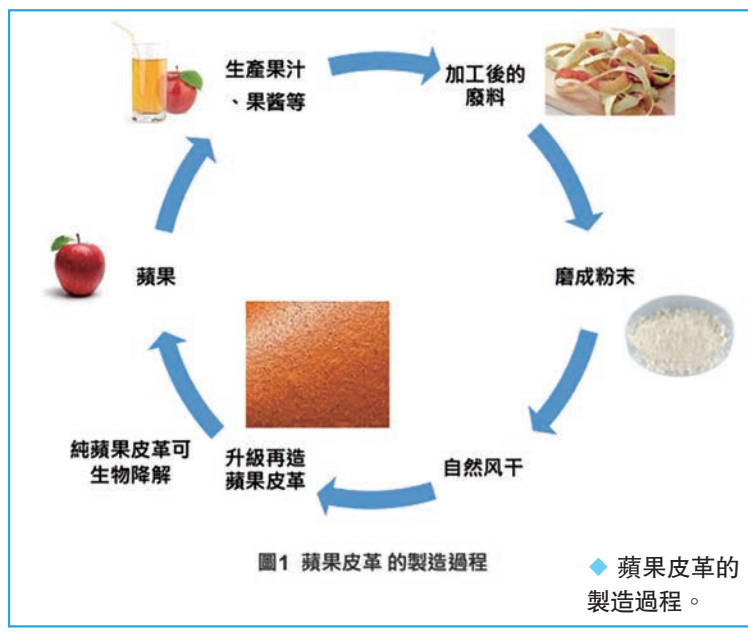


圖1 蘋果皮革的製造過程

香港紡織商會榮譽顧問何繼超博士

國際短訊

孟加拉成衣出口下滑 訂單回流中國

近兩年，孟加拉在全球服裝貿易中越來越重要，是全球第二大出口國。不過，最新公布的數據顯示，該國成衣出口正下滑。根據該國出口促進局最新發布，10月份，整體出口較去年同期下降13.64%，其中，成衣出口額下降13.93%，從去年同期的36.8億美元降至31.7億美元。據《金融快報》報道，由於擔心經濟衰退，西方消費者支出正在放緩，品牌和零售商可能會再次優先考慮中國作為供應商，以利用其完善的製造業系統優勢。

德國1至9月進口服裝額278億歐元 中國仍為最主要來源

德國聯邦統計局13日公佈數據，2023年1至9月德國進口服裝總額278億歐元，與去年同期相比下降14.1%。其中，1至9月一半以上(53.3%)的服裝進口自三個國家：中國進口額59億歐元，佔德國進口總額的21.2%；其次是孟加拉國，再次是土耳其。但同比進口金額下降了20.7%。德國1至9月出口服裝額186億歐元，同比成長了0.3%。不過超過三分之二的出口服裝(67.5%)並非產自德國，而是再出口。

斯里蘭卡服裝出口商強烈要求增加對印度出口配額

斯里蘭卡《每日鏡報》11月9日報道，在最近舉行的印度斯里蘭卡商業高峰會期間，以MAS和Brandix為代表的斯服裝企業表示，在全球主要市場需求低迷背景下，為促進服裝出口，斯主要服裝企業正將目光更多地投向印度市場，呼籲政府增加對印度服裝出口配額，以促進雙邊貿易。根據雙邊自貿協定，目前斯可向印度免稅出口服飾800萬件。由於競爭對手擁有更具優勢的市場准入安排，斯在全球服飾市場的份額正加速下降。

香港紡織商會輯

羊毛化纖 x Barney Cheng 亮相CENTRESTAGE 演繹針織時尚

羊毛化纖針織業廠商會與國際知名時裝設計師Barney Cheng (鄭兆良) 於CENTRESTAGE携手參展並舉辦時裝匯演，以慶祝商會成立60周年和Barney個人品牌創立30周年，亦向業界展示設計師與廠商會直接連結並實踐創意的全新合作模式。雖然受惡劣天氣影響，展覽需停辦一日，時裝匯演亦延期至9月10日舉行，仍無阻各界踴躍支持，包括財政司司長陳茂波、創科局副局長張曼莉和立法會主席兼商會名譽會長梁君彥。

針織服飾獲日本島精機公司贊助全成型無縫技術(WHOLE-GARMENT)，並於籌備階段使用虛擬樣品製作和數碼分身技術(digital twin technology)，透過數碼和彩現形式，將款式設計與實際尺寸呈現於真實模特兒身上，在大幅提升效率的同時，確保服飾呈現出設計師心目中的理想效果。

資料來源：香港羊毛化纖針織業廠商會

實踐綠色發展理念 打造產業核心競爭力

近年來，綠色化、低碳化已逐漸成為全球產業鏈的新標準。3年前，我國宣布二氧化碳排放力爭在2030年前達到峰值，努力爭取2060年前實現碳中和。

目前，全球已有130多個國家和地區宣布了碳中和、淨零排放等目標。積極應對氣候變遷、推動綠色低碳發展已成為各國共識。歐美積極推動綠色轉型，保護本國綠色產業發展，如歐盟設置碳邊境調節機制、提出《歐盟永續與循環紡織品戰略》，美國加緊推動《清潔競爭法案》。今年上半年，歐盟先後推出《綠色協議產業計畫》《淨零工業法》草案等，全球綠色轉型競爭進一步加速。對廣大外貿企業來說，必須主動順應國際市場情勢變化，加速推動綠色低碳轉型，開發綠色低碳產品，維持並增強國際競爭力。

申洲國際集團等一群企業積極實踐綠色創新發展概念，不斷推出高品質的綠色產品，智慧化、綠色化取得積極成效。為實現碳中和承諾，申洲集團採用國際主流清潔能源三大措施，一是場內再生能源解決方案，每年可減少碳排放6萬噸；二是場外企業購電協議，2023年可抵銷近17000噸的碳排放；三是採購能源屬性能證書，隨時補充碳排放績效。預計2030年將直接及間接碳排放總量減少42%。

寧波太平島公司表示，我國每年產生約2600萬噸的廢舊衣物，僅有不到1%被回收再利用，和生產新衣服相比，每回收利用1公斤的舊衣

物將減少3.6公斤的二氧化碳排放，節約6000公升的水資源。太平島的目標是2030年100%揭露所有碳訊息，2035年實現公司營運範圍的碳中和，2046年實現全價值鏈碳中和。

國際市場上不斷出現越來越多的減碳標準，中國紡織服裝外貿企業需要擁抱變化。積極進行雙碳工作不是企業面對國際市場的被動選擇，而是在激烈的市場競爭中打造產業核心競爭力的關鍵一環。凱賽生物透過材料變革推動產品創新，利用基因工程新技術，形成了強大的生物製造產能。該公司以玉米和玉米秸稈為原料，用於下游尼龍纖維生產，同時建造了10萬噸產能的尼龍聚合物工廠，以滿足服裝行業的「零碳」要求。

未來已來。面對世界各國不斷推出的各種減碳政策，我國紡織服飾產業將積極應對，並支持綠色貿易發展。近日，中國紡織品進出口商會聯合多家行業領軍企業發布「國際紡織服裝綠色貿易倡議」，並聯合上海碳衡科技有限公司啟動「國際紡織服裝雙碳資訊披露平台」。

該平台是全球首個紡織業全產業鏈的碳足跡資訊公示平台，涵蓋紡織服裝全產業鏈的碳足跡訊息，主要用於展示紡織服裝碳排放領域的合規企業及合規產品，並發布綠色低碳相關資訊。

資料來源：中國紡織品進出口商會

DETERMINANT 無水染色產品專門店金鐘開幕

以功能性技術及卓越品質見稱的男裝襪衫及服飾品牌 DETERMINANT，於金鐘廊 (LAB Concept) 開設全新專門店，本報到現場參觀店舖並了解該公司今年的發展方向。

零浪費的未來

DETERMINANT 獨創出突破性的「無水染色」技術，改變紡織行業依賴水資源的局面。以傳統染色技術染製一件全棉襪衫需要使用40公升清水，而無水染色技術卻能大幅節省用水，帶來更環保的選擇。該公司希望引領時尚行業的可持續發展，使命除了是製造高品質的襪衫外，尤其關注襪衫的合身度、製作工藝和原材料。該公司全方位採取環保可持續發展措施，強調在管理及保護水資源方面的可持續發展工作。

這項專利技術也配合 DETERMINANT 的可持續發展策略「360 Better」，協助品牌制定突破傳統的新標準，改寫「綠色時裝」產業的定義。該策略是

DETERMINANT 的可持續發展計劃，旨在打造一個零浪費的未來，並且通過的業務促進社會進步。該計劃推行環保製造過程和使用可持續材料；持續性發展可持續時尚，致力最大程度減少污染足跡。同時通過與業內科技先鋒企業合作，加快創新速度和優化商業模式，推動積極的改變，為環境和社區創造價值。

消費者不必承擔「綠色溢價」

專門店旁邊的產品牆展示 DETERMINANT 首個「無水染」系列，系列承諾生產過程減少用水，並融入環保概念，同時保持品牌一貫的卓越功能、設計及親民價格。品牌堅信消費者不必就環保選擇承擔「綠色溢價」，因此體現可持續發展概念的全新系列售價與 DETERMINANT 一般的襪衫、Polo 襪和 T 恤一致。另設高科技零售體驗，客人只需掃描RFID碼，便能查看產品資料，更可掃描鏡子上的二維碼輕鬆購

買產品和結帳。

未來幾年，該公司將著重關注以下5個方面：倡導節水管理、減少材料浪費、優化產品包裝、延長服裝壽命、及賦能社會流動性；並在2025年訂下以下目標：生產用水量減少3%、生產過程中的紡織品浪費少於20%、產品包裝可回收或可生物降解、服裝的使用壽命延長、提高團隊成員、製造合作夥伴以及社區的生活環境。希望可以實現業界及顧客的共同理想與美好願景，探索全面協作的可能性，不只是可持續發展道路上的起點，也將成為引領時尚行業可持續發展的啟明燈。

香港紡織商會 梅莉



真維斯躋身「亞洲品牌500強」 獲頒「亞洲十大影響力品牌」



劉偉文代表真維斯擔任大會分享嘉賓。

9月25日，以「開啟品牌價值新時代」為主題的第十八屆亞洲品牌盛典在中國香港嘉里酒店隆重舉行。真維斯憑借多年來在企業管理、模式創新和系統研發、企業社會責任 (ESG) 等方面的努力與成就，成功躋身「亞洲品牌500強」之列，並榮獲本年度「亞洲十大影響力品牌」稱號。

近年來，真維斯積極推動品牌轉型升級，發力「品牌生態圈」新模式，更注重品牌力的打造，在品牌建設、整合營銷、管理體系革新等方面均取得了突破。為實現可持續發展，真維斯與多個國家級行業協會及內地頂尖紡織服裝院校達成長期戰略合作關係，通過技術創新賦能發展，主導開發了包括工貿、零售、財務、物流等多個大型應用系統並榮獲多個行業科技獎項，進一步推動服裝智能化生產、大數據物聯網集成技術及營銷模式創新等發展。

隨着全球化的不斷深入，真維斯除在澳大利亞、新西蘭布局零售業務，還在中東、俄羅斯、尼泊爾、東帝汶、菲律賓及越南等「一帶一路」國家和地區開設線上線下門店，充分利用政策優勢帶動品牌發展。目前，真維斯已在海外開設門店超過200家。



第十八屆亞洲品牌盛典以「開啟品牌價值新時代」為主題。

真維斯在近30年的發展中，堅守初心，不忘踐行企業社會責任，在推動行業發展、扶貧濟困、抗震救災、捐資助學助教、道德工程建設等方面堅持公益慈善；連續32年攜手中國服裝協會、中國服裝設計師協會舉辦「中國真維斯杯休閒服裝設計大賽」；連續30年贊助「中國青少年發展基金會」援建希望小學及設立專項大學生助學金等項目；連續13年支持團中央西部志願者計劃等等。近年來，真維斯更是大力支持了包括「中巴兩國健陀羅藝術展」、「故宮雨花閣研究性保護項目」以及「國際儒學聯合會」傳統文化項目，助力推動中華文化走出去，傳承優秀文化，促進文明交流互鑒。

香港紡織商會 蘇文華