

邁向創新及科技發展(十六)：防床蟲紡織品(上)

這幾年，人們經歷新冠病毒，生活過得好辛苦！沒想到現在，又來了一隻床蟲。去年10月初，法國及英國先後有出現嚴重床蟲問題，情況最近蔓延至南韓及日本，至近日逐漸受本港市民關注，對蟲患表示擔心。

紡織品藏床蟲

床蟲畏光，通常會躲藏在紡織品如：床舖、沙發的縫隙中、衣櫃(內裝很多衣服)、地毯、窗簾、床墊等。床蟲以吸食人類與溫血動物的血液為生，有臭腺，分泌物有特殊氣味。每一繁殖時節生卵二百多個，1年繁殖3代或3代以上。床蟲平均壽命為7至12個月，床蟲生命力特強，即使床蟲沒能吸食血液超過數個月以上，也不影響其生存，由於床蟲怕光，晝伏夜出。

床蟲通常會被人類體溫、二氧化碳、振動、汗水和氣味所吸引。床蟲是人類「滋擾害蟲」之一。被床蟲叮咬後，人體出現紅腫、搔癢等症狀，可能引發蜂窩性組織炎，會幹擾睡眠，對人們日常生活和工作有不良的影響。床蟲在

住宅、旅館、餐飲、學校、幼兒園及長者院社、海、陸等航運輸系統和其他人們流動地方等都有床蟲出沒的現象。許多人將床蟲與不衛生的環境聯繫在一起，就像蟑螂等害蟲一樣。

防床蟲紡織劑 (Anti-bed bug Textile Additive)

助劑，可應用於紡織染整廠內常用面料浸軋 (Fabric Pad-Dry-Cure System) 系統及紗線、成衣及配件，例如襪子生產工廠常用的浸泡系統 (Soaking System)，產品銷往美、歐、東南亞及本港。

助劑，可應用於紡織染整廠內常用面料浸軋 (Fabric Pad-Dry-Cure System) 系統及紗線、成衣及配件，例如襪子生產工廠常用的浸泡系統 (Soaking System)，產品銷往美、歐、東南亞及本港。

香港紡織商會榮譽顧問何繼超博士



國際短訊

2023年駐孟加拉對美服飾出口下降25%

《金融快報》報道，由於全球經濟放緩和美元升息影響，美國消費需求收縮，零售商店庫存過剩，導致孟加拉對其最大出口市場美國的服裝出口在2023年下降了25%以上，出口總額為72.8億(美元)。

土耳其紡織業迎來「寒冬」

土耳其是全球最大的紡織品出口國之一，但2023年以來，紡織業出口額大幅下降，產能利用率至少下降三成，一些小規模紗線生產商甚至已經完全停產。土耳其70%的成衣和服飾製品主要銷往歐盟和英國。其中許多歐洲知名品牌的原物料供應和加工服務都來自土耳其。然而數據顯示，今年前6個月，土耳其對歐盟的紡織品和原物料出口較去年同期下降22.5%。

線上銷售成長超過實體店 意服裝店舖5年內減少9,000家

意大利商會聯合會 (Unioncamere) 及其下屬的資料管理機構 (InfoCamere) 表示，新冠疫情、民眾消費習慣變化和通貨膨脹為服飾店帶來了考驗。過去5年裏，意大利服飾店數量減少了9,000多家，截至2023年9月30日，服飾店數量略高於7.8萬家。這一動態也反映出意在線商務的強勁成長，越來越多的意大利人選擇在平台上進行購物。

香港紡織商會輯

回收再用的迷思

中國現在不單單是紡織品生產大國，而且是紡織品消費大國。根據海關統計，2023年我國紡織品服飾出口2,936億美元。美國的服裝市場估計一年有3100多億美元，而中國內地的服裝市場估計有2870多億美元，相比不遠。

我國是世界的人口大國，我們必然是廢棄紡織品大國，不容忽視。中國紡織品有三個最大：既是最大生產國，最大消費國，也是最大廢棄紡織品生產國。估計廢棄紡織品的數量每年超過2,600萬噸(以14億人口計算，估計每人每年產生約18.6公斤廢紡)。香港的情況也差不多，每人每年生產19.2公斤的廢棄物衣物。香港產生廢棄物衣物的數量，大概約144,000噸一年，不到6%廢紡得到回收。和香港差不多的新加坡，每年產生189,000噸廢紡，只有4%被回收。這些廢棄紡織品一般都是送去堆填區填埋，或是去焚化爐「化」掉，轉廢為能

(waste to energy)。

長遠來講，為了降低二氧化碳排放，廢紡的出路還是要回收再用，盡量不送去焚燒爐。到底我們能回收再用多少廢紡？

回收再用 (waste to resources 轉廢為資源) 是商業行為，政府不適宜去做，所以目前很多城市政府都沒有計劃去回收再用廢棄紡織品。大部分的回收工作都是以大型的品牌去做，作為履行ESG內的社會責任。作為國際品牌公司，非常重視公司的公共形象，而且這些公司的採購量很大，生產他們商品的工廠有很多「邊角料」，這些工業廢料都是乾淨的，容易分類收集，所以下游的回用開發很容易。

以香港為例，我們一天可以收到400噸廢紡，只有一小部分的工業廢棄物受到重視，因為物料種類比較簡單，容易收集。但是這些廢料回收只佔全部廢棄紡織品的一小部分，棄置的佔了每天400噸的大部分，這才是問題。

若認真去想想，我們不難發現，我們產生的廢舊衣物，大都洗得乾乾淨淨，後來發現已經有破爛才丟進垃圾桶的。另外有很多都是捨不得丟的，這些狀況良好的衣物，我們都願意給NGO收集，讓他們送給有需要的人。這些廢棄物衣物的材料都是可以再用的，衛生的，即是說香港每天有幾百噸可以回收再用的廢紡是可以利用的。只是我們沒有途徑去收集、分類、處理，再生產成為可以回用的東西而已。回收技術，世界各地的技術都大同小異，差異只在經驗和服務。總言之，回收，分類，收集，再生的技術問題不大。

我們需要解決的是「回用」的應用開發，商業模式，和市場定位。直白點說，如何賺錢。

且看一下耐克 (Nike) 的一些回收回用案例。耐克有很多生產運動鞋留下的邊角料，經過分類後粉碎成EVA粒，PUR粒，橡膠粒，裝成25公斤一袋的Nike Grind「回收料」。耐克是Nike Grind的供應商，供應給廠商生產一些很實用的產品。以下是一些用Nike Grind的生產商：Arlee用Nike Grind來

生產狗玩具。Amorim生產吸音物料和軟墊物料。Future Foam生產鋪地毯的地板墊料。Hero Flooring生產互扣式軟墊。JessUp生產許多不同應用的防滑帶。Mondo生產運動場的跑道，包括2020年東京奧運場地的跑道。Nike生產自己品牌的Nike Strength舉重用的負載。PlayTop生產兒童遊樂場的安全鋪墊。

耐克的定位是一家回收料的供應商，提供破碎的PUR，橡膠，EVA等膠粒給生產不同吸聲墊，防水墊，跑道，防滑帶的廠家，耐克不搞產品開發，它只是一個膠粒供應商。定位非常重要，耐克主力回收再造「橡膠性」的破碎膠粒。公司接到訂單才叫加工廠生產破碎料，不需要庫存，是小本大利的生意。

現在流行養寵物，毛孩非常珍貴，小小的衣服一套可以賣高價錢。有些廠商看準商機，買些製衣廠的剩餘物資來生產寵物衣服，都是一盤生意。「回收再用」的應用開發就是創業，商機無限。

我們再看PET的回收，粉碎PET塑膠瓶和抽粒的工藝比較簡單，加工費比較低。不過PET新料賣9,000元人民幣，再生料只能賣5,000元港幣。這個問題是最根本的難題。PET塑膠瓶廢膠解決不了出路，才抽絲做紡織纖維，PET，讓紡織業解決他們的廢膠再生料出路問題。那麼，從廢棄物再生的PET，去那裏推銷？廢膠膠粒的PET有排山倒海的數量，廢紡的PET只是一點點，市場價格由廢膠市場主導。那麼廢紡再生的PET生意算盤能打得大聲嗎？

「再生材料」必須能夠取代另一些材料，才有市場。我們必須把材料改性，把廢紡再生後，再升級



來自 Nike Grind 網站

為另一隻新材料，而且是有獨特性能的新材料，才可以增值。市面上的「塑木」(plastic timber) 是再生PP加木粉造出來的。用耐克Nike Grind造的產品都是增值產品，「再生」不是「負擔」，而是把有缺陷的(已經用過的)材料增值，造成高價值的東西。

我們不要忘記，現在大部分的廢紡都是棄置的，要回收再用，需要很多人參與，我們一天有400噸廢紡，可能需要幾百家中微企共同努力，各自開發一些創新應用，若每家每天都能消耗一噸廢紡的話，未來有三十年的路走，路漫長但機會無限，將來的成功是屬於他們的。我們建議政府帶頭投資綠色經濟，更要重視「綠色轉型」，扶持綠色中小微企的力度應該與先進製造和創新科技看齊。讀者若對於以上提到的各種問題有任何的看法，可以與筆者聯繫，我們可以共商尋求解決的辦法。電郵：kwchenghk@yahoo.com

資料提供：香港紡織商會會董鄭君威博士

新加坡的廢棄衣物回收箱



2023年中國紡織服裝貿易回顧與展望

受國際需求不振、地緣政治、全球供應鏈調整加速、產業轉移等因素影響，2023年，我國紡織服裝出口整體放緩，出口市場走勢分化，結構性新亮點持續凸顯。

根據中國海關統計，2023年，我國紡織服飾累計出口2,936.4億美元，年減8.1%，但仍比疫情前的2019年成長10.5%。其中紗線出口137.1億美元，年減8.6%；布料出口642億美元，下降8.5%；紡織製成品出口566億美元，下降8.1%；服裝出口1591.4億美元，下降7.8%。

出口金額的減少主要由價格下降所帶動。2023年，我國紗線出口數量成長10%，單價下降16.9%；布料出口數量成長1.1%，單價下降9.5%；梭織服裝出口數量微降1.8%，單價下降5.5%；針織服飾出口數量微降0.9%，單價下降7.8%。原因一是2022年價格漲幅較大；二是市場低迷，價格敏感度顯著增強；三是國內PPI持續負成長，原物料價格回落；四是人民幣匯率貶值幅度較大；五是跨國電商出口拉低整體價格。

對四大市場出口全面下降。2023年，我國對東協出口紡織服裝498億美元，年減9.1%；美國出口470.9億美元，下降11.1%；對歐盟出口380.1億美元，下降17.6%；對日本出口170.8億美元，下降14.2%億美元，下降17.6%。原因一是歐盟日本經濟低迷，而美國雖然消費仍有韌性，但由於去庫存持續時間較長也導致進口放緩；二是發達市場「去中國化」加速；三是由於終端市場衰退，東協等主要服裝供應國也面臨缺訂單壓力，對中國紗線布料等中間產品需求減少。

中亞和俄羅斯市場成為拉動出口的重要動力。2023年，吉爾吉斯、哈薩克和俄羅斯成為我國第

五、七、九大單一國別出口市場，我國對哈薩克斯坦出口增幅高達57.4%，主要原因是俄烏衝突後，大量西方品牌退出俄羅斯，形成較多市場空白。

跨境電商出口增勢迅猛。2023年，中國跨境電商出口成長19.6%。根據估算，跨國電商出口約佔我國紡織服裝出口總額的20%，佔我服裝出口比例更是高達30%左右(僅Shein一家企業2023年全年營收即達320-330億美元)。在傳統貿易持續轉移到海外的同時，以「小單快反、彈性生產」為特色的跨境電商拉動我國出口的重要性進一步凸顯。

中國佔主要已開發國家市佔率普遍下滑。2023年，中國佔美國紡織服裝進口份額為26.9%，年減1.1個百分點；佔歐盟份額為30.1%，減少2.5個百分點；佔日本份額為53.4%，減少3.2個百分點。

展望2024年，從正面看，美國經濟雖然下行可能性大，但隨着庫存消化進入尾聲，進口需求可望回升；歐盟和日本經濟成長預測值均有望反彈；我國產業鏈優勢也將對跨境電商出口提供支撐。從負面因素來看，一是俄羅斯和中亞市場由於需求不穩、基數較高，出口勢頭難保持；二是對發達國家的直接出口將加速轉移，對發展中國家的中間產品出口，也可能遭遇來自終端市場的限制；三是人民幣匯率、「紅海危機」等導致的運力、運價等問題，對出口接單、利潤及貨物出運都可能帶來一定影響。面對重重挑戰，我國紡織服裝出口產業應穩步開展全球布局，增強外貿創新動能，提升核心競爭優勢，實現外貿高品質發展。

資料來源：中國紡織品進出口商會

今年起每年舉辦「香港時裝設計周」

特區政府宣布由今年起，每年舉辦「香港時裝設計周」，打造成亞洲時裝設計盛事，讓香港時裝設計品牌享譽亞洲以至國際。此外，2024/25年度將分別向「電影發展基金」及「創意智優計劃」注資約14億元港幣及29億元港幣，支持電影、藝術、設計等項目。立法會紡織及製衣界議員陳祖恒表示，「香港時裝設計周」是業界期待已久、爭取已久的大事，他非常高興預算案繼續積極推展「時裝周」，期望「盛事統籌協調組」能與業界及不同持份者攜手，完善「時裝周」相關場地、餐飲、旅客入境等配套工作，將「時裝周」打造成國際化和盛事化的本港旗艦時裝及旅遊盛事。

100億「新型工業加速計劃」支持創科

特區政府公布新一份財政預算案，宣布今年內推出100億元港幣的「新型工業加速計劃」，為從事先進製造等企業，以公司出2元港幣，政府配對1元港幣的形式，為每家企業提供最多2億元港幣資助，而申請企業須在港投資不少於2億元港幣。除配對資助外，參與加速計劃的企業亦可在「研究人才庫」下獲資助聘用研究人才，以及在「科技人才入境計劃」下以先導形式，聘用少量非本地技術人員，以提速在港建立及營運先進製造設施。政府預計加速計劃將吸引50至100家從事相關產業領域的企業，在香港投資不少於200億元港幣。

港1月出口貿易上升33.6% 高於市場預估

政府統計處發表的對外商品貿易統計數字顯示，2024年1月份本港整體出口和進口貨值均錄得按年升幅，分別上升33.6%和21.7%，出口高於市場預估的22.4%，而進口則略低於預的22.8%。政府發言人表示，2024年1月商品出口貨值在去年非常低的比較基數下躍升，部分受農曆新年的時間影響。因此待有2月份數據後，將兩者合併分析將能更有效評估實際情況。1月輸往內地的出口大幅上升。輸往美國的出口顯著上升，轉往歐盟的出口則下跌。輸往大部分其他主要亞洲市場的出口錄得上升。

香港紡織商會輯

香港消息