

國際短訊

巴西上半年棉花對華出口成長超10倍

今年上半年，巴西棉花對華出口額年增了1000%，從9,600萬(美元，下同)增至10億。巴西全國棉花出口商協會日前宣布，巴西棉花在2023/24收穫季總計生產棉花370萬噸，其中60%供出口，巴西棉花出口量首次超過美國，成為全球棉花出口第一大國。目前，巴西棉花的主要出口市場包括中國、越南、孟加拉、土耳其和巴基斯坦等國。

越南紡織品服裝單月出口額首度突破40億美元

根據海關總局統計，7月越南紡織品服裝出口額近43億，年增12%，創2022年8月以來新高；1至7月，累計出口紡織品服飾近240億，年增約6%。現越南向113個國家和地區出售紡織品和服裝，主要市場為美國、歐盟、日本、韓國和中國，年內出口額目標為440億。

2024美將成印第一大貿易夥伴

全球貿易研究倡議(GTRI)智庫最近發布的一份報告稱，美國是印度今年上半年的第一大貿易夥伴，印度對美出口額達416億，年增10.5%。2023-2024財年，中國內地是印度最大的貿易夥伴。2024年上半年，印度與中國的貿易逆差達416億，創歷史新高，對中國的出口額達85億。在此期間，中國內地的商品出口年增5.41%，達到2,305.1億。商品進口也較去年同期成長了5.47%，達到3,453億。2024年上半年，印度的紡織品、織物、紗線、纖維和地毯出口額也比去年同期成長了7.89%，達到77.2億。棉紗出口較去年同期成長6.92%，達到18.3億。2024年上半年，服裝出口年增2.42%，達82.5億。

香港紡織商會輯

NAMI 可持續染料 為紡織業界提供豐富持久的新色彩

紡織品印染是全球水污染的第二大原因。隨著紡織業對可持續發展的重視，行業對植物基染料代替合成染料的需求也日益增加。然而，傳統的植物基染料在紡織品上的色彩不均，色牢度也較差，難以應用於時尚服裝中。其中，從植物萃取的靛青(indigo)，其萃取度不大於1%，而靛藍(indigotin)的含量也不超過20%。雖然從蓼藍(Persicaria tinctoria)葉提取的「日本藍」靛青染料能在牛仔布上呈現出美麗的色彩，但蓼藍葉需要至少一年才能收成。

納米及先進材料研發院(NAMI)透過使用豐富的胺基酸材料，通過生物合成和基因工程技術，調控構成染料分子的合成酶的形成，進而篩選高產的菌株，培養及發酵生物合成的靛青染料。

相比於從植物萃取的靛青，NAMI的生物合成靛青染料的靛藍含量至少1.5倍；並可透過控制生物合成的代謝物及反應條件，調控其染料色調接近「日本藍」。另一方面，NAMI的靛青染料5天到1周的時間即可收成，生產時間更短，產量更高。

以NAMI靛青染色的織物的色彩均勻，色差值(代表色均度的Delta E值)在1.0以內；水洗色牢度和摩擦度達到ISO 105標準的4至5級，亦不會引起皮膚刺激和致敏反應，符合ISO 10993標準。這種新型可持續的生物合成染料另外具有鮮豔的紅色和黃色，並提供優越的染色效果。



靛紅(indirubin)作為靛青的副產物，可以賦予靛青染料特殊色調。NAMI通過控制合成反應的途徑，調整靛紅與靛藍的在靛青染料中的比例，使染料具備更豐富且獨特的色彩。此外，由於靛紅也是一種高產值的抗癌抗菌的分子，NAMI這項技術研究也具備更多元的發展方向。

NAMI新型可持續染料，無論在高端或永續時尚服裝中，都具有巨大的市場發展潛力。我們正在尋求業界的合作夥伴，期待不久的將來，NAMI的可持續染料將取代低效能的傳統植物基染料，為紡織業界提供更豐富持久的新色彩。

納米及先進材料研發院

提升聚碳酸丙二酯性能 開拓紡織應用

在全球暖化的大環境逼迫下，固碳途徑是一個當前熱門研究議題。除了透過多種樹和繁殖藻類這些生物方法來吸收固定環境中的二氧化碳，把能源和其他工業活動中產生的大量高濃度二氧化碳變成生產原材料也是理想的固碳途徑。由東京大學科學家於1969年用二氧化碳和環氧物在催化劑的作用下成功合成了聚碳酸丙二酯(PCPC)是一個成功事例，從此吸引了眾多科學家在這個領域的探索。

PCPC無毒，且具有生物相容性及可生物降解等優點，目前已經進入工業化生產發展階段，市場前景樂觀，尤其在食品包裝領域中已經開始應用。不過，PCPC的低熱穩定性對其應用範圍仍有一定限制。紡織行業非常渴求既可生物降解又安全的低碳甚至減碳材料用於紡紗、織布，以至塗層及填充物。

香港紡織及成衣研發中心於2022年成功申請創新科技基金，進行PCPC在紡織行業應用的研究，開發提升PCPC的熱穩定性及機械性能，讓這種材料可以應用於紡織製衣業。目前為止，研究團隊通過與聚合物的混合和交聯修飾分子結構等技術，成功將PCPC的熱穩定性提升至接近PLA的水平，製成PCPC纖維，並進行染色和紡紗，開拓了其在紡織產品領域應用的空間。

PCPC的生物降解性質使其成為可持續發展的選擇。在紡織品的整個生命週期中，PCPC的生物降解特性有助減少對環境的影響。PCPC在紡織行業中的應用前景廣闊，不僅可以改善現有紡織品的性能，還可以推動環保和可持續發展。

香港紡織及成衣研發中心 總監(項目發展)姚磊博士

「BUD專項基金」全新「電商易」正式啟動 支援港企發展內地電子商務業務

工業貿易署署長黃少珠(右一)、香港生產力局局長丘應樺(右二)和香港生產力局總裁畢文(左一)於啟動儀式合照。



商務及經濟發展局局長丘應樺在「BUD專項基金」- 電商易啟動儀式致辭。

內地電子商貿市場迅速發展，為協助中小企業積極把握內地電商市場帶來的機遇，香港特別行政區政府宣布在「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」(「BUD專項基金」)下推出電商易，支援企業透過發展電商業務拓展內地市場。

生產力局於7月15日舉行電商易啟動儀式，商務及經濟發展局局長丘應樺在電商易啟動儀式致辭時表示，全球電商業務發展迅速，而內地電商市場發展尤其蓬勃，政府推出電商易，讓企業靈活運用最多100萬港元資助推行電商項目，進一步支援它們拓展潛力巨大的內銷市場。他鼓勵業界好好利用措施，積極把握內地電商市場帶來的機遇，拓展業務版圖。

生產力局作為「BUD專項基金」的執行機構，首席營運總監林芷君女士補充，傳統產業例如進出口及批發零售業於推動業務升級轉型或會面對較大挑戰。她鼓勵中小企業可運用100萬港元資助推行電商項目，相信新措施有助緩解中小企業資本不足的問題，有助推動進出口貿易。

電商易資助範疇

有別於「BUD專項基金」的一般申請，全新推出的電商易項目下各細項包括建立網上銷售平台、廣告投放、流動應用程式、建立/優化公司網頁及執行其他電商相關措施，以上措施均不設個別資助比例上

限，可為企業提供更更具針對性的支援。電商易的資助會繼續以配對形式發放予獲資助企業，獲資助企業可選擇申領首期撥款，每個項目資助上限為100萬港元。

請即申請把握商機

有關「BUD專項基金」- 電商易的詳情，可瀏覽www.bud.hkpc.org。如有任何查詢請致電2788 6088與生產力局「BUD專項基金」執行機構聯絡。電商易現已全年接受申請，協助企業把握內地電商商機。

除電商易外，企業可繼續經一般申請或申請易途徑申請「BUD專項基金」的資助，以促進其在內地和其他已與香港簽署自由貿易協定及/或促進和保護投資協定的市場的業務發展。每家企業在「BUD專項基金」下的累計資助上限將維持於700萬港元。

「BUD專項基金」於2012年推出，現時的資助地域範圍已擴大至39個經濟體，批出的總資助額超過51億港元，受惠企業超過5,600家。除管理「BUD專項基金」外，生產力局亦管理多項政府資助計劃，而轄下的「中小企資援組」致力協助中小企配對合適的政府資助計劃，過去數年接觸本地中小企，解答申請上的疑問。團隊會提供免費一對一諮詢服務，鼓勵中小企善用政府資助升級轉型，全方位協助企業持續發展。

出口企穩 供應鏈加速重組

今年以來，隨著全球補庫存需求復甦，我國紡織服裝出口規模呈現止跌回穩勢頭。前7個月，我國紡織服裝累計出口1700.4億美元，同比增長1.3%，較去年全年8.1%的出口降幅明顯回穩。前7月累計出口比疫情前的2019年同期增長14.7%，為歷史第二高出口水平。主要有以下特點：

一是從大類商品看，紡織品出口形勢好於服裝。前7個月，紡織品出口809.2億美元，同比增長3.4%。紡織品項下三大類商品(紗線、面料和製成品)中，比重最高的面料出口388.7億美元，增長4%，製成品出口338.9億美元，增長3.8%，紗線出口81.7億美元，下降1.1%。服裝出口891.2億美元，同比微降0.6%。其中針織服裝出口404.6億美元，增長3.6%，梭織服裝出口372.4億美元，下降4.5%，針織勢頭好於梭織。

二是從出口市場看，走勢明顯分化。前7個月，對第一大市場東盟出口311億美元，增長8.9%，勢頭良好，其中對越南出口增長10.6%，對柬埔寨出口增長34.1%。對第二大市場美國出口278.3億美元，增長5.3%，明顯回升；對第三大市場歐盟出口230.9億美元，微增0.3%，基本企穩；對第四大市場日本出口86.9億美元，下降8.8%，仍然疲軟。此外，主要市場中，對孟加拉國出口增長18.8%，對哈薩克斯坦出口大增37.1%。

三是從出口價格看，呈量增價跌態勢。前7個月，面料出口單價下降2.9%，數量增長7.1%，金額增長4%；梭織服裝出口單價下降15.1%，數量增長12.5%，金額下降4.5%；針織服裝出口單價下降7.7%，數量增長12.3%，金額增長3.6%。

四是跨境電商對出口的支持作用進一步增強。據中國海關總署統計，今年上半年，我國跨境電商進出口1.22萬億元，增長10.5%。據中國紡織品進出口商會測算，今年上半年，跨境電商占我國服裝出口比重高達40-45%左右。我國紡織服裝尤其是服裝出口中跨境電商的拉動作用增強，也意味著傳統貿易出口加速向海外低成本國家轉移，本土出口進一步下滑。

五是全球補庫存勢頭明顯，市場回穩。據不完全統計，今年上半年，全球紡織服裝整體進口同比下降2.5%，比去年全年14%左右的降幅大幅回穩。其中美國上半年進口下降2.2%，歐盟進口下降6.4%，日本進口下降7.4%。從出口國情況看，今年上半年，越南紡織服裝出口增長5.8%，柬埔寨出口增長18.2%，印度出口增長4.5%，表現均優於中國。

六是中國在國際市場份額下降勢頭有所回穩。上半年，中國在美國紡織服裝進口市場份額25.9%，同比回升0.8個百分點；在歐盟份額27.5%，微降0.4個百分點；在日本份額51.7%，減少1.6個百分點。

展望四季度出口，有利和不利因素並存。一方面，國際市場需求有望走出去年低谷，國際通脹企穩回落，市場購買力和信心有所提高。發達市場需求的回升，也可以間接拉動中間品對東盟、南亞等地區出口。另一方面，雖然美國進口環節訂單回升，但終端需求仍較前幾年偏弱。人民幣匯率升值過快及劇烈波動，對出口企業接單不利。此外，近期海運價格的上漲也對出口形成瓶頸。最後，國際貿易環境不確定性增強，也將加速全球供應鏈的轉移和重組。

資料來源：中國紡織品進出口商會