

## 2019 年環保議題趨勢

台灣亞太產業分析專業協進會 100 年認證產業顧問

閻潔

### 一、前言

2018 年是永續發展的標誌性年份，包括像 Burberry 和 Chanel 等精品品牌將皮草從商品中移除，關於微塑料有更深入的討論，且有更多創新聚焦於服裝生產的循環性。本文參考整理自《Sourcing Journal》期刊，分析 2019 年的主要環保議題趨勢。

### 二、2019 年主要環保議題趨勢

#### (一) 遏制氣候變遷

全球時尚議程的執行長兼總裁 Eva Kruse 表示，如何因應氣候變遷將成為 2019 年和未來時尚行業的「核心焦點」，永續發展學會每年夏天都會在丹麥舉辦哥本哈根時裝高峰會。Kruse 表示，如果時裝業保持目前的發展趨勢，預計到 2020 年，紡織品生產的碳排放量將增加 60% 以上，氣候變遷會對人類和地球構成「前所未有的威脅」。「時尚品牌在減緩全球暖化有著至關重要的作用。」她補充，「時裝業是世界上最強大的行業之一，我們必須攜手合作，一起發展成為保護我們這一行和地球的力量。」

企業將繼續採用有科學根據的品項來減少碳排放，並將全球暖化限制在正負 2°C，永續服裝聯盟 (SAC) 臨時執行長 Amina Razvi 同意前述做法，該聯盟是一家位於舊金山的組織，其成員中包括大品牌 Gap、H&M、Nike、Target 和 Walmart 等等。她表示，「氣候變遷是我們最緊迫的挑戰，在 2019 年，企業將加強努力因應全球暖化。」時裝業是溫室氣體密集度最高的行業之一，綠色和平組織 Detox 活動項目的負責人 Kirsten Brodde 說，服裝供應鏈上的每家公司都需要自問：「你是否也成了問題的一部分，亦或是解決了問題？」

#### (二) 屏棄原始塑料

帕森設計學院 (Parsons School of Design at The New School) 的建築環境學院副院長 Timo Rissanen 表示，尚未開發的化石燃料就讓它留在地底。「一次性塑料是化石燃料使用的管道，我們該將之關閉。」他說，「以廢物變能源的為幌子，焚化爐也是化石燃料的另一條管道，有

參雜部分一次性塑料，我們也應該將其停止。」儘管如此，實際上石化聚酯在未來幾年仍是服裝製造的主宰，仍待發展可回收和可被生物分解的植物性替代品來推翻它。「眼下急需達成這項任務，而且這些纖維還得有與石化系材料（如聚酯）相同的性能。」Rissanen 說。

### （三）培育再生農業

戶外產業協會（OIA）永續商業創新經理 Jessie Curry 將再生農業視為解決氣候問題的途徑，再生農業旨在增加生物多樣性、土壤肥沃度，以及改善集水區和捕獲土壤和陸地生物質能中的碳。「品牌對環境的影響有一大部分來自其供應鏈，這是眾所皆知的事，特別是原料採購和材料製造。」Curry 說，「雖然通常評估標準包括能源、水、廢水、優養化、農藥使用和溫室氣體，但有重新去監測土壤健康、生物多樣性、生態系統和其他有關土地負載力、含碳能力的因素，並提高生產力。」她指出，一些 OIA 成員正在「積極探索」再生概念，包括 The North Face，其最近的氣候受益計畫被 Curry 當作「很好的例子」。「我們要在與我們稱之『自然』的關係中做出深遠的改變，將自己視為其中的一分子，而不是位高於它，並且要意識到不管是否對我們有用途，其他物種都有其價值。」Rissanen 附議。

### （四）閉鎖循環

推動紡織品循環經濟將仍是品牌和零售商關注的焦點，今（2019）年將成為各公司大起或大落的一年。「在 2019 年，我們期許看到許多新穎技術和商業模式試用並開始規模化。」阿姆斯特丹創新平台 Fashion for Good 的常務董事 Katrin Ley 說，「服裝租賃和重製將開始主流化，閉鎖式循環將有所突破，創新的可追溯性和透明度方法將證明是成功的。我們相信消費者的心態會持續轉變，將永續發展定位為決策的核心。」因為產品的環境和經濟影響估計有 80% 是在設計階段確定的，所以設計是「成功的循環時尚產業核心」，包括產品的耐用性和可回收性，Circle Economy 的通訊經理 Melanie Wijnands 說，該公司是總部位於荷蘭的社會企業。

「設計師需要採用更主動、有系統根據的方法進行產品開發，找出延長使用、維修、再利用和再循環的潛在障礙，這樣做能排除複雜因素。」Wijnands 補充，「要做到這一點，設計師的傳統角色得進化，因為他們要對供應鏈生命週期終端有最新理解，包括可用和即將到來的技術及市場發展。」Burberry 在 2018 年 9 月銷毀未售庫存引起嘩然。「我認為關於衣物和紡織品焚燒和填埋的討論只會越趨白熱化。」澳大利亞 Vogue 的永續發展主編和 Wardrobe Crisis 廣播節目主持人 Clare Press 說，「消費者在這一點上越來越明智，而整個行業也意識那樣的行為既

沒效率又不利環境，帶給大眾不佳的形象。」

同時，「修復權」運動正在突破最不可能過的關卡，北美 Salterbaxter 公司負責人 Olivia Sprinkel 表示，該公司專門發展永續戰略和溝通。「H&M 開始在倫敦的 Hammersmith 旗艦店開設『維修和翻新』服務時，這標誌著從精品店到大眾時尚轉變的開始。」她說，「更多人正在親自動手打造自己的永續時尚宣言。」

#### （五）鼓勵替代消費

二手衣的價值也持續抬頭，以前認為二手衣服都是二流品質的人，對購買舊衣服在接受度也逐漸增加，Cradle to Cradle 產品創新研究所時尚會領導人 Annie Gullingsrud 說，「我們將看到心態的改變，以及第二、第三和第四手服裝的成為常態。」當然，時尚轉售市場正突飛猛進，Unity Marketing 的首席分析師 Pamela Danziger 表示。根據二手電子商 ThredUp 的報告，2017 年每三位女性中就有一位購買二手車，共有 4,400 萬名消費者，2016 年為 3,500 萬名。

所謂「二手衣」的用詞也可能改變。「我猜測，我們也會看到在如何指稱這些衣服用語上的轉換，因為如果這些二手衣服只有用過一年，我們就不會稱之『復古』，『節儉』又不恰當，『二手』則表示二流品質。」Gullingsrud 表示。她說：「『租用衣』或『循環衣』可能是比較妥當的說法。」澳洲 Vogue 的媒體報導，我們還可以期待新的手段促進轉售和獲取所有權。像 Reflaunt 這樣，使用區塊鏈助品牌獲得可追溯性並控制二手市場的新創公司，將繼續發揮影響力。

#### （六）顯示更多，告訴更多

簡單來說，現在的消費者想更了解他們所購買的商品，以及他們所愛品牌背後的社會和環境理念。「具體而言，他們想知道自己的衣服由誰製作，勞工薪資合不合理，工作條件是否安全以及有沒有建立和實施完善的環保措施。」她說：「我們預測 2019 年在永續發展方面，企業會與消費者有更深的聯結。他們將釋出更多全球數百萬勞工資訊，以及如水和化學材料等資源是如何被使用。」紐約零售情報公司 Trendalytics 的創始人兼執行長 Karen Moon 表示，任何到了 2019 年還不具備透明度的公司，都該認為自己是落後者。

「Kering、Reformation 和 Everlane 這些先鋒正在建立新標準，他們處理業務的方式開始透明化，而且還教育消費者，社會責任應該是一種期望，而不是行銷噱頭。」Moon 說：「不意

外地這些公司成長速度非常快，而且與同類群體相比，他們的社交圈排名也更高。永續發展是將消費者帶向品牌的核心因素，在擁有優質產品之餘，這些品牌的同理心對消費者也很重要。」

的確，2019 年將是消費者開始引領永續時尚需求的一年，Salterbaxter 公司的 Sprinkel 說。時尚搜索引擎 Lystreport 增加了 47% 永續發展相關術語，例如「素食皮革」和「有機棉」。「我相信這現象在 2019 年只會有增無減，特別是隨著永續時尚高端模範增加，像是 Meghan Markle 穿著更實惠的品牌，有助提高認知度和商品需求。」

### （七）變得更聰明

品牌標明產品來源的一種方式是將 RFID（射頻識別）或 NFC（近場通信）數位標籤嵌入產品本身。「2019 年將更透徹了解到時尚產業如何利用人工智慧和物聯網為時尚供應鏈帶來更大、更有效的透明度。」Cradle to Cradle 產品創新研究所的 Gullingsrud 說：「今年我們將看到品牌探索如何利用服裝中嵌入的數位 ID，來進行交流並傳遞服裝的品質和歷史。」

## 三、結論

從大數據到三維建模，各種數位革新都能減少服裝產業每年產生的無數浪費。「更精準的消費者洞察和流程使供應商能夠管理成本並節省時間，面對零售客戶能更負責且更彈性。」來自 Trendalytics 的 Moon 說。舉個例子，透過採用新技術，她的一位客戶 Hansoll Textile 已經成功地將樣品數量減少 59%，同時其業務成長了兩位數。「這代表樣品浪費、運輸和其他外部因素過剩的現象減少。」她說。

在渴望顛覆現狀的推動下，最尖端的創新也能有更實質性。正如善待動物組織副總裁 Tracy Reiman 所說，因時尚之故而不人道地飼養動物以取得其纖維或皮毛正走向終結。「由於這項進步，高品質的反殘忍創新無處不在，因為它們對動物和地球更加友善。」她說：「2019 年，由廢棄椰子製成的『羊毛』、生物可分解的人造毛皮和由酵母細胞製成的『生物皮革』成了熱門話題，而『素食主義者』則成為搜尋關鍵字。」

## 參考文獻

1. Jasmin Malik Chua (2019.1.17) , “The Biggest Sustainability Themes of 2019? Industry Experts Weigh In.”, <https://sourcingjournal.com/>

(本文作者為紡織所執行產業技術基磐研究與知識服務計畫產業分析師)

原文出處：ITIS 智網 <http://www.itis.org.tw/>