

美國服飾產業趨勢簡析

駐美投資貿易服務處

2019.11.25

一、前言

2019 年許多服飾品牌商宣布破產或結束實體店面，包括 Forever 21 破產關閉 178 家美國分店，並擬結束其在亞洲及歐洲大部份的國際業務¹；位於紐澤西州大尺碼女裝連鎖店 Avenue 宣布關閉美國 222 家的實體店面²；平價女裝連鎖店 Dressbarn 因銷售不佳將關閉近 650 家店面³；。另有 American Apparel、Payless 及 Gymboree 等服飾品牌商關閉上千家實體店，進入重整以降低成本。

消費者追求短時間以低廉價格購買新穎服飾的「快時尚」風潮，曾為 Forever 21 公司帶來高收益與知名度，但是在該公司申請破產後，紡織服飾產業開始討論背後原因。部分人士認為是電子商務興起，導致消費習慣改變，例如根據 Entrepreneur 報導，51% 美國人偏向在網路上購物，而千禧世代更高達 67%⁴。此外「快時尚」壓低成本、大量製造成衣，剝削勞工及造成環境傷害長期為人詬病。2013 年孟加拉成衣工廠塌陷，造成上千人死亡，促使大部分美國服飾大廠加入安全監督團體，要求供應鏈具備安全標準⁵。

根據麥肯錫公司(McKinsey&Co)數據，2000 年到 2014 年全球消費

¹ <https://www.cnbc.com/2019/09/30/apparel-retailer-forever-21-files-for-bankruptcy.html>

² <https://www.usatoday.com/story/money/2019/08/14/avenue-store-closings-2019-222-stores-slated-close/2006725001/>

³ <https://www.reuters.com/article/us-ascena-retail-dressbarn/ascena-to-wind-down-dressbarn-business-shut-650-stores-idUSKCN1SQ29L>

⁴ <https://www.entrepreneur.com/article/306678>

⁵ <https://www.wsj.com/articles/adidas-to-close-sneaker-factory-in-the-u-s-move-production-to-asia-11573485445>

者每年平均服飾購買增加 60%。英國致力於廢棄物減少的非營利組織艾倫麥克阿瑟基金會(Ellen MacArthur Foundation)表示，2002 年至 2016 年一件服飾被丟棄前所穿著的次數下降 36%。而美國環保署(Environmental Protection Agency)數據顯示，2000 年到 2015 年美國垃圾掩埋場紡織品重量增加 67.7%⁶。

永續時尚近幾年來在年輕世代中漸趨流行，年輕族群更加關注購買衣服的環保效應。麥肯錫公司與 Business of Fashion 2019 年一份報告⁷顯示，到 2020 年擁有 40% 消費潛力的 Z 世代認為企業要有承擔社會與環境的責任，因此新世代的消費趨勢將影響到服飾產業發展，包括二手服飾市場興起、舊衣重製，以及結合科技了解市場供需，更有效率的生產製造等。

二、二手服飾

在環保意識逐漸抬頭之下，越來越多美國人購買二手衣，根據 GlobalData 零售分析公司的數據顯示，美國二手衣市場到 2028 年將達到 640 億美元⁸。通路商 J.C. Penney 於 8 月表示，將在其 30 家商店內，設置 500 至 1,000 平方英尺的專區，提供全球最大二手寄賣網站 thredUp 的二手名牌女裝與手提包。隨著消費者尋找廉價商品並將環境可持續性作為購物習慣的一部分，J.C. Penney 正逐漸擴張二手貨業務⁹。

二手寄賣網站 thredUp 公司表示，其網站上轉售 35,000 件包括 Gap、Gucci 等品牌的產品，二手產品折扣可高達原始售價的 90%。且美國二手市場在過去 3 年成長速度是零售服飾整體市場的 21 倍。Macy's 也與

⁶

<https://www.wsj.com/articles/why-your-used-shirts-are-destined-for-the-dump-and-not-the-recycling-center-11570008602>

⁷ <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-influence-of-woke-consumers-on-fashion>

⁸ 同 1

⁹ <https://www.wsj.com/articles/j-c-penney-branches-into-used-apparel-as-sales-tumble-11565871482>

thredUp 建立相似合作。H&M 與 Zara 則在店裡放置回收桶收集舊衣，這些舊衣被當成二手衣出售、送到新興市場，或重製成其他產品。

三、舊衣重製

不像其他塑膠製品產業，服飾製造商幾乎鮮有承擔因其產品產生廢物的監管壓力。法國是唯一要求紡織製造商負責產品回收及處理的國家，英國正研擬類似的法令。回收的服飾大多重製成抹布或絕緣材料等低價值的產品，但最後還是進入垃圾掩埋場。回收材質的服飾通常使用寶特瓶而不是舊紡織品。艾倫麥克阿瑟基金會表示，製造新衣的纖維不到 1% 來自回收衣。回收舊衣重製成新衣的部分挑戰，是大多數衣服都有棉或聚脂纖維(Polyester)等難以分離的混合材質。

服飾業者表示由於原物料緊縮、消費者對環境影響的關注，刻正試圖開發舊衣重製新衣的技術。H&M 表示，隨著氣候變化，土地使用壓力越來越大，必須開發回收材料。由 H&M 創辦人家族所贊助的非營利組織 H&M 基金會正研究使用現有纖維製成衣服的方法。該基金會日前在香港開設紡織品回收試驗廠，使用化學和熱水技術將回收棉與聚酯混合物重製成新紗線，目前仍處開發階段。

閉環回收(closed-loop recycling)是一種嘗試建立塑料回收與再利用的模式，其支持者表示，舊衣重製成新衣將可以減少溫室氣體排放、減少合成纖維製造的油量、用於棉花種植所需的肥料與水，以及生產與染色的化學品。Inditex 資助麻省理工學院紡織品回收研究，計畫於 2020 年投資閉環技術 350 萬美金，並與奧地利植物紡織品製造商 Lenzing 合作，從舊棉花重製新纖維。服飾回收重製前，必須先進行分類，已有歐洲公司開發名為 Fibersort 的系統，辨識纖維材質自動分離大量服飾¹⁰。

¹⁰ 同 6

四、服飾產業與新科技結合

為追求高效率生產，看似傳統的服飾產業逐漸借重新科技，例如大數據分析、人工智慧及自動化製造等，以準確預測消費者偏好達到精確生產。近年來 Nike 積極收購新創公司、拓展各式行銷策略，2016 年收購由維珍集團(Virgin Group)投資位於紐約的數位設計工作室 Virgin MEGA，協助建立其商務平台 SNKRS 應用程式；2018 年收購消費者數據分析公司 Zodiac 加速其數位化轉型；今年 4 月合併以色列電腦視覺公司 Invertex 推出 Nike Fit，這項 3D 掃描新功能可準確預測顧客鞋子尺寸。另 Nike 收購位於波士頓的人工智慧平台與預測分析公司 Celect，計畫將 Celect 技術整合至 Nike 的手機應用程式與網站，並盼 Celect 技術降低缺貨率，有效控管運動鞋與服飾的需求與庫存，減輕成本壓力¹¹。

Nike 亦推出「Nike Adventure Club」，進軍兒童運動鞋訂閱服務市場，根據會員等級可挑選逾 100 種 Nike 及 Converse 款式新運動鞋¹²。Nike 表示，若會員退回的舊運動鞋狀況良好，將捐贈給有需要的家庭，或透過 Nike Grind 專案進行回收利用，把舊鞋的橡膠、泡沫、皮革及紡織品混合物進行分離，然後研磨成顆粒用於鞋類、服飾等產品¹³。

Puma 則計畫 2020 年推出 Puma FI 自綁鞋帶智慧運動鞋，與 Nike Adapt BB 自綁鞋帶運動鞋媲美。Puma FI 是 Puma Fit Intelligence 技術平台的首款產品，其功能是自動化和微調 Puma 智慧運動鞋的合身性，可

¹¹

<https://www.cnbc.com/2019/08/06/nike-acquires-ai-platform-celect-hoping-to-predict-shopping-behavior.html>

¹²

<https://techcrunch.com/2019/08/12/nike-launches-a-subscription-service-for-kids-shoes-nike-adventure-club/>

¹³

<https://www.usatoday.com/story/money/2019/08/12/nike-adventure-club-nike-has-new-kids-subscription-service/1988537001/>

透過藍牙連接手機上的 FI 應用程式來控制鞋舌的馬達，以滑動方式幫助綁緊及鬆開隱藏的鞋帶¹⁴。

另外 Ralph Lauren 於 11 月宣布在其服飾產品安裝數位產品標識 (Digital Product Identities, IDs)，消費者透過智慧手機掃描產品標籤 QR Code，立即知道是否購買到正版產品，並可獲得產品詳細資訊及款式搭配建議。該公司並藉由這項新技術了解產品供應，有助於提高訂單及降低庫存。Ralph Lauren 是首家推出此項產品的高級服飾品牌¹⁵。

五、美中貿易關稅影響與結語

根據美國貿易代表署(USTR)和美國人口普查局(Census Bureau)的數據分析，2018 年從中國進口到美國的女性/女童服飾與鞋子為 235 億美元，約占所有女性進口服飾的 42%；男性/男童服飾與鞋子從中國進口為 109 億美元，約占所有男性進口服飾的 26%¹⁶。

美中兩國相互加徵關稅使得許多從中國進口的服飾鞋類受到波及。美國進口商與零售商可能自行吸收部分或所有的關稅成本，但零售業者表示，關稅成本最後仍會轉嫁給消費者，而消費者可能會減少購買或選擇質量較差的商品。

美國國際貿易委員會(USITC)經濟學者在 1 份 2018 年的報告中表示，女性在服飾類花費比男性高，到 2015 年為止女性服飾在現有關稅平均也高於男性，分別為 14.9%和 12%。此外，美國的女性服飾多從中國與越南的工廠生產，除受到美中關稅影響，也包括川普總統退出跨太平洋夥伴協議(TPP)，越南服飾輸銷美國仍需負擔關稅成本。至於男性服飾

¹⁴ <https://fortune.com/2019/01/31/puma-self-lacing-sneaker-nike/>

¹⁵ https://corporate.ralphlauren.com/pr_191101_DigitalProductID.html

¹⁶

<https://www.eventbrite.com/e/healthcarebiotechnology-investments-landscape-career-path-tickets-77412064569>

則通常在墨西哥等與美國簽有自由貿易協議的國家生產，因此關稅成本較低。

儘管川普鼓勵「製造業回流」，在紡織產業卻看到 Adidas 公司本年 11 月初宣布關閉其在美國與德國的自動化工廠，將產線移轉到越南與中國。Adidas 公司美國亞特蘭大工廠於 2017 年底開始運作，當時宣稱能更貼近美國消費者，以自動化生產縮短製程時間，但 Adidas 公司表示為了更有效運用現有產能，並增加產品設計的彈性，因此決定將自動化產線移往亞洲，或許也暗示了業界對美國製造的謹慎態度¹⁷。

¹⁷

<https://www.wsj.com/articles/adidas-to-close-sneaker-factory-in-the-u-s-move-production-to-asia-11573485445>