

去年紡衣出口四連跌

據港府統計處資料，紡織品服裝去年出口2131.94億港元，較2014年減9.1%。其中紡織品705.79億港元、減6.9%；服裝1426.15億港元、減10.2%。自2008年環球金融海嘯以來，出口基本呈現弱勢，除2009、2010年大跌小回外，之後四年持續下跌，八年來已跌掉35.2%，即逾三分之一。其中港產品更甚，由2007年的424.97億港元跌至去年14.76億港元，

大跌96.5%；轉口則由2865.8億港元跌至2117.19億港元，跌26.1%。四大主要出口市場中，除東盟增3.0%外，其他三地全部減縮。美國相對減幅較小為6.8%，歐盟最差減17.6%，內地減幅較整體略大，為10.8%（詳見附表）。

香港紡織商會 林夕心

香港2015年1-12月紡織品、服裝出口統計									
月份及市場	合計(SITC65、84)			紡織品(SITC65)			服裝(SITC84)		
	整體出口	轉口	本地產品	整體出口	轉口	本地產品	整體出口	轉口	本地產品
合計	2,131.94	2,117.17	14.76	705.79	699.81	5.98	1,426.15	1,417.37	8.79
較上年%	-9.1%	-8.9%	-34.2%	-6.9%	-6.6%	-29.8%	-10.2%	-10.0%	-36.8%
其中四大市場(1-12月累計佔出口總額77.6%)：									
美國	548.58	545.91	2.67	13.39	13.23	0.16	535.19	532.68	2.51
較上年%	-6.8%	-6.6%	-30.9%	0.4%	0.8%	-24.1%	-7.0%	-6.8%	-31.3%
內地	490.74	484.69	6.05	393.99	392.06	1.94	96.75	92.64	4.11
較上年%	-10.8%	-10.1%	-45.3%	-13.3%	-13.0%	-49.5%	0.9%	4.5%	-43.0%
歐盟28國	378.02	376.91	1.11	12.28	11.92	0.36	365.74	364.99	0.75
較上年%	-17.6%	-17.5%	-21.0%	-13.9%	-13.4%	-27.4%	-17.7%	-17.7%	-17.5%
東盟10國	237.44	235.74	1.70	181.12	179.66	1.47	56.32	56.09	0.23
較上年%	3.0%	3.3%	-22.0%	5.6%	5.9%	-22.5%	-4.4%	-4.3%	-18.6%

資料來源：香港政府統計處(香港紡織商會整理)。

談品牌——從Kleenex談起



最近網上瘋傳一段片，話說芝加哥有一所中學，一位音樂老師 Ms Gabrielyn Watson 不幸染上癌症，在復原的過程中，她的學生給了她一個驚喜，表面上是邀請這位老師回校作一個訪問，但實際上是給這位老師一個小型音樂會，就當這位老師走進學校的走廊，學生們從兩旁緩緩出來唱着 Amazing Grace，片段中這位老師深受感動，這片段在不同的社交媒體的點擊率已經過了750萬。其實這是紙巾品牌 Kleenex 的一個推廣活動。

這個推廣活動的主題是 Someone needs one，概念也直接簡單。Kleenex 公開徵求一些故事，可以突顯其 Care 及至 Share 的概念，Ms Watson 的故事只是其中一個。大家想看其他的，可以到其他社交網站搜尋，但切記準備一些 Kleenex 紙巾在旁，因很多都是很催淚的。

其實之前 Kleenex 也做了一個很成功的推廣，他把他的紙巾包裝成兩小包，而其中一小包是鼓勵消費者分享給身邊有需要的人，不管朋友或陌生人，盡顯其主題 Care 與 Share。

很欣賞 Kleenex 能把這品牌產品推到這層次，由一張

普通不過的紙巾變成一個 lifestyle product，對生活細節的關注，再而有一個配合時代步伐的表達與實行。我想現在每個人都會有紙巾隨身，日常生活中，我想紙巾是我們最經常分享與其他人的，Kleenex 就把這些情況放大，生活化、戲劇化，從而將品牌感情化 (Emotionalised)。有研究品牌的學者，把品牌分開兩個層次，功能上 (Functional Level) 的和感情上 (Emotional Level)，而一般都會同意，感情層面上的是較為重要。主要的原因是功能性的東西是可以容易超越比較甚至模仿，但在感情層面上是難以比較，品牌可以自訂遊戲規則，發展無窮想像空間，就用 Kleenex 作一個例子吧，市面上有很多不同品牌的紙巾，若果糾纏在功能上的競爭，不外乎在柔韌性，紙質的厚度、大小、衛生度、價錢……，這些都有一個客觀的準則，但 Kleenex 則把推廣重點放在 share 及 care，這些感性的概念卻很難去比較和模仿，而消費者往往會先入為主，其他紙巾的品牌想抄襲卻有非常的難度，沒有可能再用 care 或 share 的概念，換句話說，Kleenex 已佔有一個很好的市場定位。再者在 execution 上，Kleenex 也給很多人談論 transmedia 的一個很好的示範，很多創作空間是消費者的積極參與，消費者參與愈大，對品牌的認受性也愈深。

香港理工大學紡織及製衣學系講師
廖泳新博士
tcliuws@polyu.edu.hk

OEKO-TEX® 新增認證

針對紡織品加工化學品和化合物的驗證程序，OEKO-TEX® 國際環保紡織協會新增一套認證體系，即 ECO PASSPORT by OEKO-TEX® 認證，是證明生產廠商生產的諸如染料、功能助劑、整理劑、潤滑劑、洗滌劑等產品可用於可持續紡織生產。此全新認證項目將於2016年夏初正式發布。

ECO PASSPORT by OEKO-TEX® 認證項目分為三個階段進行評估。首先，生產廠商採用保密和安全的方式將其配方中的化學物質告知 OEKO-TEX®，隨後 OEKO-TEX® 將這些化學物質的 CAS 編號與 OEKO-TEX® Standard 100 限量物質清單以及 StEP

by OEKO-TEX® 製造過程受限物質清單中的編號進行比對。這些 OEKO-TEX® 清單符合 REACH 和 ZDHC 指導標準。

其次，OEKO-TEX® 會對每種成分進行風險和危害評估，確定各個成分是否滿足22項健康和環境評估指標。

最後，OEKO-TEX® 會對化學產品進行分析驗證，確定該產品中不含不可預期的副產物或污染物，並且確定該產品符合 ECO PASSPORT by OEKO-TEX® 認證的各項要求。OEKO-TEX® 將為通過這三個評估階段的產品頒發 ECO PASSPORT by OEKO-TEX® 證書。OEKO-TEX® 供稿

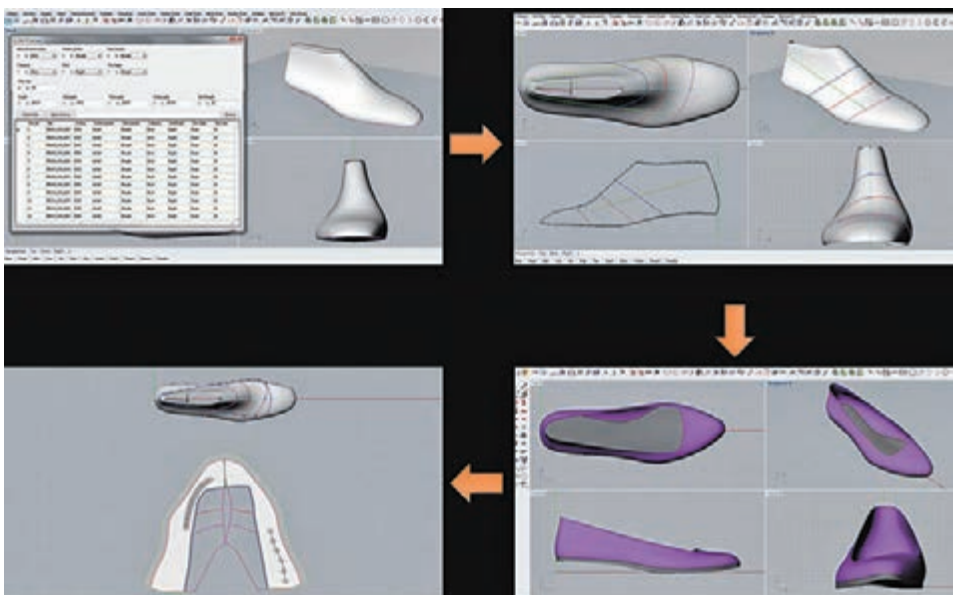
三維鞋履設計軟件成功開發

香港鞋業集中為歐美知名鞋履品牌及零售商作代產。國際市場帶動下，高質量、高增值、原始設計製造 (OEM) 已成為香港鞋商長遠發展趨勢。而反應迅速、優質樣品試製及小批量生產訂製亦成為客戶的基本要求。現時大部分鞋商仍以人手方法量度鞋楦來繪製平面布料紙樣，做法費時、昂貴，並有欠準確，未必可乎合市場要求。

香港紡織及成衣研發中心和香港生產力促進局合作，透過創新及科技基金，開發一套三維鞋履設計軟件，涵蓋鞋面建構及設計到製作二維紙樣的工序。這系統根據行內專業知識及意見而編制，儲存400個常用鞋楦的三維數據資料，用戶可利用內置鞋楦資料或輸入自己的鞋楦資料以助設計。

三維設計軟件中最難繪畫的是自由曲面，這系統建立了一套機制幫助設計師輕易繪製外形不規則的鞋面，減少所需時間。設計師可根據鞋面的參考線設計鞋口線、鞋的外形及圖案。完成設計後，用戶可使用系統的展平功能來製作紙樣。系統的二維及三維放碼功能可一次編造多個尺碼的紙樣，省卻以往為不同尺碼繪製多個紙樣的工序。此外，三維檔案更可傳送到不同電腦輔助機器自動切割紙樣，加快生產速度。

這系統可協助那些較少接觸三維設計軟件，或使用相關軟件繪畫產品的設計師繪畫相對複雜的鞋履形狀及曲面。為幫助鞋履設計師容易掌握設計軟件，研發機構收集業界意見，依照行業實際的設計方法和程序編製此擴展軟件，並把排序及組合這些一般功能融入



鞋履的設計過程中使用，使較便宜的通用設計軟件亦能變成行業特定的專業軟件。此外，這軟件還新增了嶄新的三維鞋履展平、自動化紙樣輸出、2D 紙樣放碼、3D 鞋款放碼等功能，有助連接設計及生產過程。
香港紡織及成衣研發中心總監(研究及發展) 何繼超博士

■三維鞋履設計軟件有助設計師縮短設計及生產週

歐委會將禁在紡織品使用 NPEs

歐盟委員會(EC)發佈了一項規定，禁止歐盟所有成員國在銷售的紡織製品中使用壬基酚聚氧乙烯烯醚(NPEs)。NPE 在紡織上常被用作表面活性劑，並會分解形成有毒的壬基酚(NP)。壬基酚是持久性化學干擾激素，易在食

物鏈中積聚，並且即使含量非常低也還是有危險毒性。修改後(REACH)法規將從本年2月2日生效，五年過渡期，即2021年2月3日開始，歐盟市面上的紡織產品將不能再含有 NPEs。

香港紡織商會輯

OEKO-TEX® Standard 100 檢驗標準：2016 年新規定

OEKO-TEX® 協會一如既往，在年初發佈了最新的 OEKO-TEX® Standard 100 產品認證的測試標準和限量值要求。新標準將於2016年4月1日起生效。

OEKO-TEX® 協會藉多項新標準，不單積極支援「有害化學物質零排放(ZDHC)」和「去毒行動」，更進一步加強紡織生產商處理潛在有害物質的責任意識，冀能帶動業界為消費者提供有力保障。

OEKO-TEX® 協會自1992年以來已頒發超過150,000份證書，僅在過去12個月就頒發了14,000多，相比去年增加了5.7%。OEKO-TEX® Standard 100 標籤在全球紡織品有害物質檢驗領域佔有舉足輕重的地位。自2010年起協會除保持嚴謹的有害物質檢驗外，更向全球證書持有公司採取強制現場審核。每三年進行一次的企業現場審核措施有效沿用至今，不僅確保了認證產品之品質，更有效支援可持續發展認證 StEP by OEKO-TEX® 體系中的品質管制模組。

除有害物質檢測外，OEKO-TEX® Standard 100 及其廣泛的市場抽樣檢測、QM 企業審核、研討會及培訓，均有效幫助業界釐清企業的弱項以作改良，藉以邁向諸如「有害化學物質零排放(ZDHC)」和「去毒行動」等目標。

OEKO-TEX® Standard 100 新規定及有關查詢，請聯絡：

TESTEX 瑞士紡織檢定有限公司
尖沙咀東部麼地道67號半島中心6樓617室
電話：+852 2368 1718 傳真：+852 2369 5527
電子郵箱：hongkong@testex.com
www.testex.com



放眼全球家紡潮流



Hong Kong International Home Textiles and Furnishings Fair
香港國際家用紡織品展

2016年4月20至23日

香港會議展覽中心

預留入場證，即可節省港幣100元！
網站：www.hktdc.com/ex/hkhometextilesfair/23
手機網站：hktdc.com/wap/textiles/T019
手機應用程式：HKTC MOBILE
電話：(852) 2240 4585 • 傳真：(852) 3915 2405
電郵：hometextile.visitor@hktdc.org

大會協理及公司：CATHAY PACIFIC
大會贊助商：HONG KONG AIRWAYS

推廣香港 創造商機