

美國服裝進口回升 受加稅預期影響

2018年全年，美國進口紡織品及服裝(下簡稱紡衣，按標準國際貿易分類SITC65、84)總額為1272.4億美元。較去年同期上升5.13%。

特點如下：

1. 美國服裝採購方向持續向一些低成本國家轉移，其中對孟加拉、巴基斯坦、越南和柬埔寨的進口增幅明顯。
2. 中國佔比谷底回升。1-6月中國佔美國總進口比重一度降至33.63%，但全年數據升至36.31%。其中紡織品進口同比上升10.55%。
3. 美國預期加徵關稅的影響逐漸浮現：去年10月，美國對中國服裝進口量激增了19.2%，對越南等其他國家的進口量激增10.5%。但是隨着中美兩國談判推進，預計在3月1日之前談判結束。在沒有達成任何協議的情況下，美國對中國的紡織

品服裝進口量將持續下滑。

(2018年全年美國紡衣進口情況詳附表)
香港紡織商會 楊朱

國別地區	合計(SITC 65+84)		紡織品(SITC 65)		服裝(SITC 84)	
	金額	佔比	金額	佔比	金額	佔比
進口總計	1,272.40	5.13%	100.00%	320.67	7.87%	100.00%
中國內地	462.06	4.27%	36.31%	135.04	10.55%	42.11%
越南	132.84	6.17%	10.44%	4.21	5.51%	1.31%
印度	85.66	4.15%	6.73%	43.49	4.34%	13.56%
孟加拉	58.74	6.72%	4.62%	2.49	0.00%	0.78%
墨西哥	59.63	0.71%	4.69%	21.78	6.61%	6.79%
印尼	50.11	-1.38%	3.94%	1.73	0.00%	0.54%
巴基斯坦	31.05	3.88%	2.44%	15.36	0.39%	4.79%
洪都拉斯	27.58	4.99%	2.17%	0.23	-8.00%	0.07%
斯里蘭卡	19.09	-11.13%	1.50%	0.39	2.63%	0.12%
柬埔寨	25.78	13.07%	2.03%	0.39	18.18%	0.12%
附：香港	2.28	-8.06%	0.18%	0.39	-4.88%	0.12%

資料來源：美國統計局(香港紡織商會整理)

國際短訊

CPTPP協議正式生效 涉及人口超5億

全面與進步跨太平洋夥伴關係協定(簡稱CPTPP)於2018年12月30日在日本、加拿大、澳大利亞、新西蘭、墨西哥和新加坡六國正式生效，並於2019年1月14日在越南正式生效，越南成為批准CPTPP的第七個國家。另外，文萊、智利、馬來西亞和秘魯將於協議審批程序完成60天後開始執行該協議。CPTPP協議國佔據全球國內生產總值(GDP)13%、涉及人口超5億。

孟加拉國對非傳統市場服裝出口額大幅增長

由於孟加拉政府刺激計劃和免稅市場准入，2018年7-12月，孟加拉對非傳統市場成衣出口達29億美元，同比增長36.21%。美國、歐盟、加拿大為孟加拉傳統成衣出口市場，澳大利亞、巴西、智利、中國、印度、日本、韓國、墨西哥、俄羅斯、南非、土耳其為其主要非傳統新興市場。

歐盟撤銷對柬埔寨EBA待遇

歐盟2019年2月11日宣布啟動程序對柬埔寨撤銷「除武器外一切都行」(EBA)貿易優惠，起因在於柬埔寨在最近18個月裡的衛生人權和勞工權利方面工作的嚴重退步。柬埔寨製衣廠商協會(GMAC)呼籲歐盟仔細評估取消柬埔寨EBA優惠貿易待遇是否有利於提升柬埔寨的民主與人權發展，GMAC之聲明指出，柬埔寨現在很自豪能成為歐盟第6大成衣供應商，僅次於中國大陸、土耳其、孟加拉、印度與巴基斯坦。若歐盟暫停向柬埔寨提供EBA，將使成衣業的關稅提高至12%，鞋類產品的關稅提高至8%至17%。

巴基斯坦將允許棉花免稅進口

近年來，巴基斯坦的棉花種植面積逐漸減少，從而導致棉花產量出現供不應求的情況。因此，為了滿足巴基斯坦的紡織工業以及其他領域的需求，該國財政部長在主持經濟協調委員會會議上，研究將允許棉花可以免稅進口。紡織業是巴最重要的支柱產業和最大的出口行業。近年來，巴紡織業受安全不靖、經營成本高、產品競爭力下降和國際市場需求不振等問題的困擾，發展遭遇瓶頸。

孟加拉國成衣工人罷工抗議低薪資

2019年1月13日，數千名替國際頂級品牌縫製成衣的工人離開工作崗位走上街頭，並與警察發生衝突。孟加拉經濟崛起十分仰賴全國數百萬名的低薪成衣工人，外銷成衣收入佔出口總額80%左右，主要買家包括全球服飾品牌H&M、沃爾瑪(Walmart)、特易購(Tesco)等。孟加拉國成衣工人最低工資本月調漲50%多一點，達到每月8000塔卡(約95美元)。但中階縫紉工認為薪資調漲微不足道，無法反映節節高升的物價，特別是房租。孟加拉國4500個紡織廠和成衣廠去年出口價值300億美元服裝，是僅次於中國大陸的全球第二大成衣出口國。

香港紡織商會輯

歐洲進口持續回升 趨勢持續成疑

根據歐盟組織統計，2018年歐盟進口紡衣(按標準國際貿易分類SITC 65、84)與2017年同期相比，持續微升1.9%。

個別國家表現如下：

中美進口持續下跌。中國內地是歐盟市場第一大供應來源，2018年歐盟自中國進口仍然持續下跌，跌幅0.5%，佔比則為33.13%，比去年34%進一步下跌，是2016年(36.8%)以來連續第三年佔比下降。而美國進口則比同期跌2.2%，進一步跌至今年1.39%。

新興紡衣出口地榮辱互見。歐盟自越南、柬埔寨、孟加拉、突尼斯、摩洛哥都有所上升，但其他新興市場如印度、巴基斯坦則下跌。

根據歐洲統計局資料，2018年11月份歐盟28個成員國平均失業率6.7%，創2000年1月份以來最低紀錄。展望2019年5月即將舉行的歐洲大選，上述公布數字給予歐盟各國政府支撐助力，可證明經濟近年來強勁增長。唯

一的問題是成長趨勢將會持續多久，鑑於日益增長的風險，如全球貿易爭端、英國脫歐或意大利的財政預算紛爭，皆讓歐盟的經濟預測更趨謹慎。

(2018年歐盟紡衣進口情況詳附表)
香港紡織商會 蘇文華

國別地區	合計(SITC 65+84)		紡織品(SITC 65)		服裝(SITC 84)	
	金額	佔比	金額	佔比	金額	佔比
盟外進口	1,173.14	1.9%	100.00%	275.66	1.0%	100.00%
中國內地	388.70	-0.5%	33.13%	98.36	3.3%	35.68%
孟加拉	167.89	5.9%	14.31%	4.01	-0.8%	1.45%
土耳其	145.65	0.6%	12.42%	46.45	-1.6%	16.85%
印度	79.80	-1.9%	6.80%	26.34	1.1%	9.55%
巴基斯坦	55.08	-0.3%	4.70%	24.91	-1.2%	9.04%
越南	39.01	5.4%	3.33%	3.71	6.1%	1.35%
柬埔寨	39.93	6.0%	3.40%	0.26	19.6%	0.09%
摩洛哥	29.92	2.2%	2.55%	2.39	-6.1%	0.87%
突尼斯	23.41	3.4%	2.00%	2.58	0.8%	0.94%
美國	16.35	-2.2%	1.39%	10.67	-2.8%	3.87%
附：香港	4.44	2.6%	0.38%	0.52	-7.7%	0.19%

資料來源：歐盟組織(香港紡織商會整理)

物流業RFID技術助新紡織品追蹤長者

香港社會老化，香港紡織及成衣研發中心有限公司、香港應用科技研究院等機構合作研發出「防盜走背心系統」，利用定位技術，幫助照顧長者時更容易預防長者出現意外。

該系統採取無線射頻識別技術(RFID)，經過六年研發，將無線射頻識別、藍牙、及全球定位系統集於一身，並將其應用於十一間長者日間護理中心。無線射頻識別感應長者的位置，穿上內置

RFID標籤背心的長者若走失，安裝於出入口位置的閱讀器會偵測到射頻訊號，使電腦系統發出警報，讓院舍職員立刻阻止長者離開。這系統亦能於戶外使用，全方位監察長者位置，以確保安全。

衣料輕便 裝置RFID標籤

系統大大增強了長者及護理員的安全感，但是為了令長者更容易接受新科技產品，紡織及成衣研發中心也花了不少功

夫，在設計時需把各方面都考慮周詳，例如衣服物料輕便且適用於四季，RFID標籤需放於長者不易察覺的位置，甚至背心的剪裁和顏色都收集了長者意見加以改良，務求研發出安全效果之餘亦能受長者歡迎的產品。產品於去年樂齡科技展展出，五月於新加坡「亞洲老年創意論壇暨第六屆亞太區老人照顧創意選舉」中榮獲「創新科技應用方案」大獎。

香港紡織商會 謝軒

台灣機能性紡織品閃耀國際

全球運動暨戶外用品界最大、最享盛名之德國慕尼黑運動用品展「ISPO MUNICH」已於2月6日圓滿閉幕，紡拓會帶領50家廠商參展，展出成果豐碩，預估未來接單金額上看2,500萬美元，商機不容小覷。為提升台灣紡

織業國際優質形象及參展業者效益，紡拓會特別設立台灣館形象區，以Outdoor、Teamsports、Snowsports、Health/Fitness及Urban五大主題展出廠商創新產品，並以「Think Taiwan for Textiles」加深買主對台灣紡織

品的印象。展覽期間，更舉辦兩場新產品發表會，計有10家台灣紡織相關業者參與。台灣展團所呈現的優質紡織品形象，受到業者及國外買家的一致好評。

資料來源：台灣紡拓會

台灣消息

提升聚酯纖維廢料的價值

紡織新技術

香港紡織及成衣研發中心一直致力探索如何提升舊紡織品循環再造物料特性的功能，其中一項研究是開發固態聚合技術，加強聚對苯二甲酸乙二酯(PET)和聚乳酸(PLA)等聚酯廢料的纖維或顆粒，同時減少其分解或形成不良副產品的情況。

這項旨在確定固態聚合反應參數，以提升再造聚酯纖維的物理特性，例如分子量和特性粘度，有助這些纖維直接進入紡紗織造過程，或把經過處理的回收顆粒進行熔融紡絲，成為可紡的再造纖維。

低污染的高效固態聚合

聚酯纖維在使用和穿著過程中，無可避免會被磨損和消耗，以及經日曬、雨淋等環境因素和清洗過程，都會對聚酯纖維的性能造成不同程度的弱化，不利再使用這些物質。

這個固態聚合項目以有效回收廢舊聚酯纖維或材料為出發點，運用不改變物料形態的固態聚合反應條件，提升變弱了的聚酯纖維或材料的聚合度，加強其物理性能。這個固態聚合技術可以充分利用聚酯材料的聚合特性，消耗較少能源。

此外，項目成果有望令棄置紡織品實現逐步回收重用，減低業界對原生纖維的需求，亦可吸引紡織業對回收的聚酯材料作更廣泛應用。

創新應用固態聚合

現行的固態聚合方法通常使用同一大小的顆粒狀物料，以加強通常用於塑膠和樹脂產品的聚合物、合成物料的物理特性。這方法常見於其他工業產品(例如PET膠瓶)的生產。這項研究則着重把新技術提升應用於聚酯纖維和材料的物理性能。

從舊紡織品回收PET和PLA後，用固態聚合的方法，通過加熱和抽真空的方法來增加兩者的分子量，整個過程約需六小時，令其物理特性可滿足紡紗織造的要求，並可考慮將其再經過熱熔處理再紡絲，製造更高價值的產品。

跟業內現行的方法不同，這項新技術能處理不同形狀和大小的物料——顆粒和纖維，能夠應用的範圍將更為廣泛。

探索更為實際的用途

將回收PET和PLA物料的性能提升所需的固態聚合方法，程序簡單，可緩解紡織業對聚酯纖維不斷增加的需求。研發中的固態聚合技術大有可觀，將擴闊循環再造聚合物紡織物料應用範圍，為紡織業帶來更多令人意外的裨益。

香港紡織及成衣研發中心總監(項目發展)姚磊博士

亞洲經濟：放緩而不是衰退

今年亞洲(日本除外)實際GDP增速料將放緩0.5個百分點至5.8%。受週期性放緩影響，我們預期亞洲增長放緩主要發生在上半年，下半年則基本持平。但確切時間點在很大程度上取決於中國貿易動能以及IT行業放緩的程度。鑒於美聯儲暫停加息腳步，中國寬鬆政策全面發力、通脹依然溫和，預計2019年亞洲仍將保持良性貨幣環境。因此，儘管經濟減速，但我們相信今年亞洲將能避免陷入衰退。

亞洲處於週期後段何處？

亞洲月度經濟活動指標已低於趨勢水平，歐盟增長停滯、美國經濟放緩對亞洲的影響可見一斑。出口疲軟、企業盈利下滑，將導致今年亞洲經濟增長從2018年的6.2%放緩至5.8%。考慮到中美談判尚無定案，且美聯儲未來的政策路徑仍不確定，市場日益擔憂2014—15年類似甚至更糟糕的經濟大幅下行即將到來。

我們則認為，2019年亞洲增長將溫和放緩，但週期後段並不意味著衰退近在眼前——只要美國GDP保持正增長。在亞洲，企業與財政情況都指向增長不至於大幅度、持久地下滑。就中國而言，最令人擔心的莫過於債務負擔，中國政府持續出台寬鬆貨幣政策與積極財政政策，社會融資規模增長已從去年的低點復蘇。

2019年出口將現週期性放緩

中國之外的亞洲出口(外國貿易集團)通常在美國經濟兩次大幅衰退的間隙放緩，2019年應該是又一個間隙期。除了全球增長放緩之外(瑞銀預測今年全球經濟增速將從2018年的3.8%降至3.5%)，關稅威脅也帶來不確定性。我們認為，關稅升高以及貿易爭端或長期持續的威脅，仍是拖累本行第一季度貿易下行的一大隱憂，將導致亞洲出口在該季度轉為負增長。

中國1月份出口同比增速因基數效應而回升，但環比數據則完全是另一番景象。以3個月出口

環比增速來看，韓國、中國和越南分別下滑4.6%、3.4%和4.1%，考慮到去年第四季度提前出口的影響，這種下滑趨勢可能在今年第一季度進一步加重。到下半年，貿易下行勢頭可能有所緩和，出口增速將在週期性放緩0—5個百分點後企穩(2018年增速為9%)。然而，隨之而來的第二波效應是企業資本開支放緩，從去年第四季度開始，IT行業走軟、企業定價能力疲弱、中美貿易前途未蔔，導致資本開支放緩。

IT行業拖累工業生產

工業生產放緩在很大程度上要歸咎於IT行業，尤其是北亞地區。例如，韓國無線設備、半導體、平板顯示器以及電腦等IT產品出口環比增長自2018年第三季度以來持續減速，目前均呈現收縮狀態。去年12月IT工業產值同比增速從8月的峰值14%急劇萎縮至4%。更普遍而言，出貨量減少，而庫存增加，很可能導致工業生產放緩持續期拉長，今年大多數時間裡工業生產增速都將在低個位數徘徊。

企業定價能力不容樂觀

從宏觀層面來看，有兩個因素——投資與定價——能幫助我們評估增長放緩已至何處，尤其是全球週期性行業，例如IT和大宗商品。從定價來看，1月份亞洲生產者價格指數(PPI)同比增長從2018年中時的高點4.4%跌至僅0.8%的水平，材料和化工產品價格尤其疲軟。整個北亞地區的主要電子產品價格仍處於跌勢。

(本文僅旨在提供資料訊息，瑞銀不會就該等資訊的準確性或完整性作出任何保證；並不應被視為是針對任何交易之招攬、建議或要約而構成任何形式之法律行為。©UBS 2016。本行三把鎖匙的標誌和UBS是UBS的註冊和未註冊商標。版權所有。)

瑞銀財富管理投資總監辦公室經濟學家 韋輝廉 (Philip Wyatt)

談品牌

談品牌——從Zara談起



最近Zara的廣告在內地也掀起一番爭議。焦點是廣告內的中國女模特兒李靜雯，因她是比較多雀斑的，很多國內的羣眾認為這廣告辱華，原因是他們不覺得李靜雯的樣貌，她的雀斑能夠代表中國，甚至亞洲女性的美。

隨著全球化的趨勢底下，這樣的事件將會越來越多，文化就好像一個鏡頭，在不同的鏡頭角度下，感受會截然不同。比如說在不同的文化總會有一些食物，自己覺得是美食，但對於其他文化的人，可能難以以下嚥。舉例，中國的臭豆腐，日本人的納豆，西方人的芝士……而根據一些資料，全世界臭味數值最高的食物是來自瑞典的鹽醃鯪魚。同樣道理，好與壞，美與醜，時尚與否……全都沒有絕對，不同文化有不同的詮釋。有時甚至一些功能性的考慮也不會完全客觀，亦會隨着不同文化而有不同的表現。就如叫一位男士去穿裙子，理論上應該是舒服的，但心理上卻是怪怪的。

在全球化的市場環境下，品牌的管理，書本上的金句是「Think Global

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