

不斷進化 把握科技 專訪莎娜美集團行政總裁李可兒

「香港紡織業未來仍然一片光明，只要利用科技、緊貼潮流、相信年輕人、尊重創意，年輕人加入不會猶豫。」莎娜美集團(SATAMI)行政總裁兼設計及營銷總監李可兒(Kennax)，用一個事例說明公司的文化怎樣與時並進。

「我剛接手時，發覺內衣銷售員很難挖角，於是培訓青年人入行，每年要考試，佣金比例按成績而定，成功解決銷售人才短缺。到近年，同事們都不想背誦太多資料，於是每年硬性規定的升級考試改為自願性升級試，並且改以每月的小組培訓討論，以加強前線人員的知識掌握及專業技術發揮。在未來日子，還計劃以人工智能及電腦程式分析數據，以進一步更準確可以為消費者提供更專業的功能內衣的服務。」專業服務隨時代不斷進化，就是Kennax的成功之道。

貼心零售：銷售模式進化

在香港無人不知的內衣品牌莎娜美，上世紀80年



■入行二十多年，李可兒認為信任是合作的根基，所以無論對客戶和廠商，都誠實直率溝通。

代只是一間以貼牌批發台灣女性內衣、胸圍的公司。Kennax從90年代起從父母手中接管，由批發轉型為零售連鎖商舖；她形容自己是典型「處女座」，希望將產品做到最好，在款式、產品尺碼甚至質素，取回主導權。「盡力設計出讓客人使用後難忘的產品，要令她們回頭再買。」90年代的香港女士對內衣較保守，一律黑、肉和白色，她希望帶較多色彩和不同設計的款式來港。

「我們設計的內衣，填補市場上的空隙，Fit是我們能獲取市場的原因，客人一試難忘。」Kennax將女性身形分為幾種，以水果「蘋果」、「啤梨」來比喻，基於不同身形推薦不同內衣，後來更首創「功能內衣」，保養女性身形；還有防駝背衣、適合穿超底腰褲時的內褲，以及將半月形面罩引入傳統胸罩；甚至大膽推出覆蓋面大的內衣，同行競相模仿。發展至今，莎娜美在港已擁有22家專門店及銷售點，產品銷售往歐、美及東南亞各地，亦成立了網店，主要拓展



■李可兒相信自己是典型的處女座，凡事追求完美；面對挑戰，腦裡反而有越來越多好點子，準備推出更多新產品。

亞洲及東南亞市場。

科技環保：服務模式進化

踏入二十一世紀，科技越來越發達，資訊越來越易掌握，消費者要求越來越高，如果沒有持續性的產品研發，難以應付需求。莎娜美努力從環保議題下功夫，「有效應用物料做出質優產品，增加耐用性，減少浪費。」Kennax說，莎娜美網店設有「Get Fitted網上試身服務」，教客人輸入自己尺寸，再回答幾條簡單問題，度身訂造款式。「建立Get Fitted過程中，要將文字變成數字，方便計算。這樣做不但是為了銷售，亦有助了解客戶及市場。」莎娜美的顧客回頭率有97%，用過以上服務的客人回頭率更高。「提供了很好的參考數據，包括銷售地區的女性的體形及其喜好，為設計帶來很好的參考價值。」

Kennax認為，行業的商業模式應該不斷進化，「從前香港紡織業，只要做好商品服務，價錢合理，客人從來不缺。但現在要多走很多步，因為科技千變萬化，我們的行業最要緊是跟隨潮流，因為別人只要把握科技，往往就能超越你，因此反應快能應對轉變，就是商業模式的根本。」

把握機遇：香港紡織業進化

Kennax認為，香港紡織業仍可貢獻重要價值。「香港是紡織業的發展重地，過去二十多年都是全球生產領先指標，未來不能讓這個內地通往外國的Hubs失色。」莎娜美與香港經歷高山低谷，Kennax回想最初轉營零售業務時，四間門市店舖，有兩間都是虧蝕；2003年香港經濟低谷，租金和銷售員薪酬都大幅下跌，人人都對未來失去希望，她卻把握機遇拓



■李可兒憑着把握女性內衣潮流的轉變成功轉型零售，不斷發展品牌，分店越開越多。

展市場，開舖招攬人手，更利用當時剛興起的巴士廣告Roadshow大力宣傳，成為莎娜美興起的關鍵。

Kennax續指，無論時勢好與壞，機遇永遠都在。「香港從來都有與別不同的優勢，以前是工廠、後來把握內地的生產優勢。到現在時代又改變了，中國未必是主要生產基地，但是香港作為通往國際的接口，從來沒有改變，我們有一套賴以成功的法制系統，也是其他國家沒有的。」談及紡織行業可持續發展之關鍵，Kennax認為，香港的技術和設計其實比起外國是超前的，只要能將香港的設計特色和技术推廣國外，相信功能內衣的發展可更有效邁向世界，「我們目前看不到有任何限制。」

香港紡織商會 基斯

大灣區「時尚出行」 粵港人才跨界助力時裝發展

推進粵港澳大灣區建設，人才的聚集和互動交流是重要環節。2019年夏天，旨在推動大灣區年輕設計人才交流的「大灣區——時尚·出行」計劃，歷時三個月，於香港收官。此次時尚巡迴活動落地珠海橫琴、廣州、深圳前海和香港，以不同類型的活動，跨領域、多層次地促進設計院校學生、新晉時裝設計師和業界之間的合作和溝通。

計劃由香港特別行政區政府「創意香港」贊助，香港非營利時裝推廣機構Fashion Farm Foundation主辦，旨在搭建大灣區時裝設計人才交流平台，拓展大灣區的時裝發展，並為時裝與

其他行業的跨界交流提供了渠道，開拓香港和大灣區其他城市的人才資源共享，使設計人才從不同的城市文化和跨界領域中汲取養分。香港理工大學紡織及服裝學系亦為參與院校之一。

時尚出行四城促業界互動交流

計劃首站已於今年6月在珠海橫琴舉行時尚設計高峰論壇，邀請不同品牌設計師，與觀眾一同分享交流觀點。在第二站廣州，時裝設計和音樂玩起了跨界合作，歌手穿上粵港澳獨立設計品牌的服裝在台上演出及走秀，觀眾不僅能聽到歌手演出，更能親眼欣賞設計師的作品，加強時裝與

音樂的聯繫。第三站在深圳，聯合時裝展示秀以靜態呈現粵港兩地院校和獨立設計品牌的作品，傳達時裝設計背後的靈感和故事，同時也展現了年輕設計人才的無限創意和潛能。

計劃以香港作為最後一站，舉行了活動分享會，並播放了劇情紀錄片《時尚出行》，將四座城市的活動與男主角追逐時裝設計夢想的故事交織在一起，成就了大灣區首部時裝設計和影視視界合作的劇情紀錄片，借助不同形式活動的跨界呈現，計劃推動設計師、服裝院校、時裝業界之間彼此互動學習，搭建起大灣區時裝產業交流的橋樑紐帶。

香港紡織商會 梅荆



■「大灣區時尚·出行」巡迴之旅，積極探索粵港澳大灣區時尚設計協作新可能。

香港消息

第三季經濟按年收縮2.9%

統計處公佈最新修訂的本地生產總值數字，確認本港第三季經濟按年收縮2.9%，是十年來首次錄得按年跌幅，亦是過去六個季度中，下跌速度最快的一季。在第三季經濟2.9%的負增長中，超過2個百分點的跌幅是源於零售、餐飲及酒店等行業受到直接而嚴重的衝擊。本港已步入經濟衰退。參考本地生產總值的按季比較，本港已連續兩季呈負增長。跌幅由第二季的0.5%，擴大到第三季的3.2%，是十年來最差的季度，僅次於2009年第一季3.4%的負增長紀錄。如果今季的按季跌幅再顯著擴大，將會是回歸以來經濟表現最疲弱的季度。

第三季度零售銷售額 商舖租金大幅下滑

受中美貿易爭端以及香港動盪局勢的影響，今年七、八月份香港的零售業銷售總額同比去年下滑了17.2%，創下自1998年第四季度以來同比跌幅的最高紀錄。同時，香港第三季度的整體商舖租金總體同比下滑了10.5%，同樣創下自1998年第一季度以來跌幅最高紀錄。

網上成衣教育平台獲注資

南豐坊宣佈，向為成衣、時裝及紡織行業而設的教育平台MOTIF注資2百萬美元。該平台透過線上課程、培訓、專業發展及業內專家指導，幫助業內人士建立技能，題材包括：3D轉型，服裝成本計算及可持續發展。

港泰簽訂六大經貿初創合作

香港與泰國政府11月29日簽訂加強兩地經濟關係的諒解備忘錄，涵蓋範圍廣泛，包括在商貿、投資、金融、創意產業、初創企業，以及人力資源和能力建設六大方面加強合作，並會展開商討兩地的雙邊自由貿易協定。在商貿方面，會商討兩地的雙邊自由貿易協定；在投資方面，涉工業生產，過往原廠遷移當地，現在工業4.0升級轉型，爭取泰國給予稅務優惠等予港商。

香港紡織商會輯

東盟勢將成為港第三大紡服貿易伙伴

香港局勢動盪，加上中美貿易摩擦持續，香港貿易備受壓力。1-10月紡織品、服裝(下簡稱紡衣)出口數據強差人意，跌幅加劇，預料貿易爭端的負面影響將進一步抑制香港的出口表現。

去年全年香港紡衣出口只微跌3.3%，原因除了去年全球需求強勁，更因為有些出口商提前出貨以避開美國加徵關稅。2019年香港統計處資料，今年1至10月香港紡衣出口1,241.72億港元，較去年同期減11.5%；其中服裝出口813.79億港元，減幅10.4%；紡織品427.93億港元，跌更達13.5%，曾呈微升勢頭的本地紡織品出口亦倒跌0.3%，為7.78億。

就傳統市場而言，香港對美國、歐盟及內地的出口分別下跌16.9%、17.4%及12.3%。亞洲發展

中市場方面，香港對東盟的服裝出口錄得8.3%的強勁增長，原因之一是貿易戰帶來的區域整合程度加大，朝東南亞發展的勢頭繼續加快，以及消費品需求增加。過去十年，隨着內地和發展中亞洲各經濟體的快速發展，港商的市場版圖已逐漸起了深刻的變化。以總貨物貿易量計，內地和美國是香港最大的貿易伙伴，東盟則取代歐盟成為香港的第三大貿易伙伴。

紡織業是香港主要的出口創匯行業之一，佔2018年總出口1.4%。但香港紡衣出口結構早已由本地產品出口為主轉為經港轉口為主，目前兩者比例接近1:99。隨着本地紡衣生產式微，出口已成微不足道，近年金額亦徘徊不前。

香港紡織商會 余青

香港2019年1-10月紡織品、服裝出口統計(單位:億港元)									
總出口及市場	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
總出口	1241.72	1233.95	7.78	427.93	422.23	5.7	813.79	811.72	2.08
比上年	-11.5%	-11.6%	-0.3%	-13.5%	-13.7%	8.2%	-10.4%	-10.4%	-17.8%
其中四大市場									
美國	288.66	287.54	1.12	8.43	8.35	0.08	280.23	279.19	1.04
比上年	-16.9%	-17.0%	-28.8%	1.2%	1.5%	-20.0%	-17.3%	-17.4%	35.1%
內地	270.13	266.76	3.37	195.78	193.14	2.64	74.35	73.62	0.73
比上年	-12.3%	-12.5%	11.2%	-17.7%	-18.1%	42.7%	5.9%	6.7%	-38.1%
歐盟28國	181.98	181.64	0.34	8.67	8.42	0.25	173.31	173.22	0.09
比上年	-17.4%	-17.4%	-30.6%	-6.9%	-6.9%	-7.4%	-17.9%	-17.8%	-59.1%
東盟10國	186.39	184.5	1.89	141.44	139.59	1.85	44.95	44.91	0.04
比上年	-5.3%	-5.3%	-2.6%	-8.9%	-9.0%	-0.5%	8.3%	8.4%	-50.0%

資料來源:香港政府統計處(香港紡織商會整理)

HKRITA 研環保製劑漂白牛仔衣物



■美國服裝品牌Gap有份參與研發用作漂白牛仔衣物的環保無害製劑。

製衣業不少生產工序會污染環境，香港紡織及成衣研發中心(HKRITA)宣佈與美國著名服裝品牌Gap合作，研發環保無害製劑漂白牛仔衣物，以及處理回收衣物等，項目在兩年內完成研發，所開發的技術會透過授權形式公開讓業界使用。

是次合作研發目標，旨在令業界在整個紡織物生命週期的生產，從傳統的線性模式邁向循環模式。研究範圍初步集中把「氨綸」從舊衣物中分離以及為牛仔衣物脫色和回收。「氨綸」是常用提升布料的彈性

的紡織物料，現時回收業界處理衣物時，加工過程會釋出「氨綸」，黏附儀器上，工人要經常清潔儀器，阻慢回收工序。

HKRITA與Gap的首個研究範圍會與紡織生產商Artistic Milliners合作，開發生物溶劑將氨綸從織物分離的環保方法，令分離的物料可為業界循環再用。另一研究領域應付牛仔布料脫色這個紡織界長期面對的難題，將與牛仔服生產商Arvind Limited合作，開發一種能為牛仔布料脫色的物理方法，使棉料更容易重用或重新染色。

香港紡織商會 余文清



本會協辦林毅夫教授主講論壇

11月5日，兩岸和平發展聯合總會主辦、本會協辦「和平發展論壇——中美經貿摩擦對雙方及全球經濟的影響」論壇，特邀北京大學新結構經濟學研究院院長林毅夫教授(左三)，剖析中美貿易摩擦的根源所在及應對措施。本會永遠榮譽會長陳亨利(左二)、盧肅慕貞(右三)、常務副會長陳祖恆(左一)、副會長宋敏之(右二)出席。

會務活動



會長到東莞市考察毛織貿易中心

10月23日，會長朱立夫到東莞市考察毛織貿易中心並進行座談，與毛織管委會主任陳柱權以及企業代表召開了兩地紡織行業信息的交流會並互贈紀念品。會長朱立夫介紹了香港紡織商會的發展歷程，同時對未來紡織行業的發展提出了建議。陳柱權主任希望接下來能與香港紡織商會進一步加強交流，促進粵港兩地紡織企業合作，共同參與粵港澳大灣區建設。

香港紡織商會輯

探討紡織生產過程微塑料釋放的問題

紡織新技術

微塑料問題在過去幾年逐漸受到關注，有調查發現93%的瓶裝水和90%餐廳鹽均發現微塑料。全球不少水域和地區亦有發現微塑料，影響生態。微塑料對人類健康、貝殼類、鳥類等生物的影響顯而易見，並已經進入人類食物鏈。雖然，目前未有結論證明微塑料對人體健康的影響，探討如何減輕人類暴露在微塑料的環境中。

紡織品中，以石油為原材料的合成纖維佔全球纖維市場超過55%的份額。合成纖維耐用，易打理，需求日益擴大，成為普及的紡織材料。來自合成纖維、小於5毫米的微纖維佔海洋環境中微塑料的35%，主要源於服裝及家用紡織品的生產、使用及棄置。目前，不少研究也

探討合成纖維在洗滌過程中微塑料釋放的問題，有建議通過選擇紡織品纖維種類、裁剪、縫線方法，及安裝洗衣機過濾裝置來改善這問題。

不過，暫時對紡織品生產過程中微塑料釋放問題的研究並不足夠。香港紡織及成衣研發中心進行一個研究項目，探究合成纖維紡織品紡紗、織布、印染、後整、成衣等生產過程中微塑料的釋放情況，在生產空間的空氣、塵土及廢水中取樣分析，掌握微塑料釋放情況，結合生產狀況及條件，分析微塑料生產原因及釋放機制，提出管理及改善建議。

研發中心希望透過這研究，讓業界及社會了解紡織品生產過程中的微塑料釋放問題，從而進一步管理及控制，改善紡織行業可持續發展。

香港紡織及成衣研發中心總監(項目發展)姚磊博士