



新冠病毒(COVID-19)肺炎疫情對全球紡織成衣業造成衝擊

■ 紡拓會 市場開發處

黑天鵝大亂全球經濟，紡織及成衣業困境中求生存

新冠病毒(COVID-19)肺炎疫情蔓延，許多工廠暫停營運或僅保留部分產能運轉，致使成品所需的原材料及零組件出現斷料風險，造成全球供應鏈中斷。除了中國大陸，許多遷至越南、柬埔寨等東南亞國家的工廠亦面臨原物料不足及無法開工的困境；由於原料短缺及消費需求大幅減少，許多運動及時尚品牌紛紛暫時關閉門市、砍單或延遲訂單，甚至投入生產醫療相關產品。此外，國際紡織聯盟(ITMF)亦針對新冠病毒肺炎大流行對全球紡織產業造成的影響，進行會員調查。疫情的失控發展雖帶來危機，亦衍生出新的契機，掌握此一發展脈動，將為企業帶來開創新未來的機遇。

世界貿易組織(WTO)發表年度貿易展望報告，受新冠病毒疫情影響，今年全球貿易預測將萎縮13%~32%，幅度可能超越2008年全球金融風暴時的水準。報告亦強調，明(2021)年全球貿易復甦的表現，大部分取決於疫情持續時間及各國抗疫政策的效用。同時，國際勞工組織(ILO)預估有12.5億勞動人口直接受疫情之影響。

供應鏈危機衝擊全球產業經濟

自美中貿易戰爆發以來，許多企業紛紛分散採購及產能轉移，以降低風險，雪上加霜的是，新冠病毒攪局，使得全球整體經濟一片混亂。有些時尚品牌將部分生產線轉移至東南亞國家，但越南、柬埔寨及緬甸等國的成衣代工廠仍仰賴中國大陸原料供應。儘管部分企業緩慢復工，但依舊面臨自用防疫物資短缺、物流受阻、供應鏈卡關、原材料短缺、上游企業產能不足等問題，「無米之炊」的窘況已然發生，致使不得不減產乃至停工。以越南為例，產業鏈雖逐步完善，但大多原料仍自中國大陸進口，倘疫情持續，將影響中國大陸布料及副料出口，工廠進而面臨停產。

此外，紡織及成衣業是孟加拉經濟支柱，不但勞動力充沛，其成衣業收入更占全國製造業八成，創造約400萬個工作機會，孟加拉更是全球僅次於中國大陸的第二大成衣出口國。自歐、美新冠病毒疫情爆發以來，孟加拉訂單遭大幅削減，目前累計損失高達26億美元；歐、美服飾品牌更將6月前的訂單全數取消，孟加拉服裝製造商與出口商協會會長Rubana Huq擔憂在孟加拉從事成衣代工的410萬名工人將失業，因此呼籲



國際時裝品牌為已生產的商品付款並接收。全球因疫情停工而導致原材料、零組件和成品生產縮減，相關發展與後續效應，仍有待進一步追蹤。

面對來勢洶洶的疫情發展，歐美時尚品牌及零售業也刮起停工、關閉潮，陷入有史以來的黑暗時期。雖然不少國際品牌投入生產相關防疫商品，例如，Gucci、Prada、Chanel 等，但更多的是品牌零售店銷售業績狂跌，因此品牌商紛紛採取相應手段，盼為此波損失止血。快時尚品牌集團 H&M 日前關閉全球約六成門市，並表示將支付並接受供應商已製造及生產中的產品，期與供應商共體時艱，並共度難關。美國快時尚品牌 GAP 則考量員工、客戶與合作夥伴最佳利益及公司長期營運健康，不但取消夏、秋季訂單，亦要求海外供應商及工廠停止運作。由於國際化品牌的生產供應鏈遍布全球，隨著疫情擴大與變化，不論採取何種策略因應情勢，實是艱困時期的非常手段。

掃到疫情尾 臺灣紡織業咬牙苦撐

根據聯合國貿易與發展會議 (UNCTAD) 3月4日發布的報告指出，由於中國大陸係全球生產鏈的重要一環，受到該國製造業產值急劇下降，估計導致全球價值鏈出口損失達500億美元，其中之紡織及服裝業的損失將超過15億美元，臺灣紡織成衣業則恐因此虧損約1.02億美元。

紡拓會表示，國內紡織業者普遍不看好今年營收，尤其受到品牌大戶 NIKE 及 adidas 等大中華區市場嚴重衝擊所致，重挫臺灣紡織成衣業。此外，日前歐美封城讓實

體門市暫時關閉，品牌紛轉為線上銷售，但為控制成本，品牌拿出自家庫存銷售，維持最低營運；同時對臺廠供應鏈砍單或訂單調節，不論臺灣企業規模大小，無一倖免。此波衝擊係由下游成衣廠往上發酵，品牌先砍成衣廠訂單，成衣廠轉向取消布廠訂單，布廠再往上游纖維、紗線廠減單，形成一連串負面連鎖效應。現階段跨國大企業姑且能咬牙苦撐，但中小企業壓力首當其衝，因此政府必須提供的即時財政紓困方案，才能在此關鍵時期助臺灣紡織業度過難關。

ITMF 啟調查 掌握隨疫情而來的衝擊

國際紡織聯盟 (ITMF) 針對新冠病毒肺炎帶來的危機，對全球紡織產業造成的影響進行會員問卷調查。最新調查時間為3月28日至4月6日，受訪單位來自全球的700間企業。調查特別著重目前企業訂單及企業對今年營業額之預期，根據調查結果，肺炎疫情對全球紡織產業帶來極大衝擊。

目前全球訂單平均降低31%

調查顯示，受訪企業訂單被大砍或延遲，導致全球訂單平均下滑31%，以南美洲地區企業的訂單跌幅最高，達41%，而東南亞則相對較低，減少了20%。

預期今年全球營業額平均下滑28%

調查結果指出，所有受訪企業皆預期今年營業額將大幅低於去年水準。以全球營業額來看，今年將較去年平均降低28%，其中位於南亞的企業營業額預估滑落15%，而非洲則下跌高達45%。

挑戰及機會 正面迎擊並彈性調整

挑戰

新冠肺炎大流行之際，企業必須面對一連串的挑战。對紡織成衣企業來說，員工的安全與健康是最大的問題與考量，故許多企業引入新的程序及流程，以便確保工人及員工的安全工作環境，從而使生產得以繼續。除了安全與健康之外，許多企業更出現供應鏈中斷，尤其與中國大陸相關的供應鏈，同時，服裝企業亦面臨供應短缺及供應延遲的問題。隨著中國大陸紡織企業加速回復產量90%以上，供應鏈中斷所帶來的挑戰，不久後應能消失。

調查發現，對企業來說最大的挑戰，是「缺乏需求（延遲和取消）或需求大幅下降」，如果歐洲或北美消費者不能正常消費購物，便會迫使品牌及零售商延遲或取消訂單。面對訂單推遲與取消，企業財務流動性是否充足，遂成為一大挑戰。

另外，因成本考量而來的產業分工，可享有「長鞭效應」帶來的分工效益，然而，疫情發生後可知，只要產業鏈中一個環節卡關，後續生產也就無法繼續，造成供需失衡，進而影響市場與就業。因此，此次疫情將驅使企業重新思考供應鏈長度及全球分工布局的方向。

彈性調整

在新冠肺炎大流行之類的危機時期，為應付上述各種管理挑戰，通常人們很少會思考到機會。因此，部分企業計畫在危機期間精簡現存內部流程，以使公司在需求回升後

變得更加強大。在減低成本方面，數位化、智能化等科技的應用已是企業爭相追逐的範疇，將 AI 人工智慧、AIoT 智慧物聯網導入生活與商業領域，後續進程預期將更加速發展。

新冠肺炎疫情肆虐全球，人們基於健康安全考量，出門購物意願大大減弱，網路購物將成為消費者購物的替代選擇，品牌與企業或可以透過電子商務彌補部分實體零售的損失，不失為一個機會。

此外，危機之後，健康維護將受到越來越多人重視，生產具保健及保護功能的纖維、紗線、布料、終端產品，以及相關設備的企業，將看到新機會的曙光，舉例來說，時尚精品品牌加入醫療防疫物資的開發與製造，LV 做消毒酒精、Prada 做口罩、Armani 做防護衣、Tesla 做呼吸器…等。換個角度說，企業也獲得重新組織或重新調整區域性及國際性供應鏈的機會，以在未來抵禦外部衝擊時更為靈活。

發聲救產業 守望互助以共度難關

臺灣紡織業以機能時尚、環保永續布料及研發能量名聞遐邇，目前約有4,300家上、中、下游紡織相關工廠，許多業者為提供買主更好的服務，更是布局全球。然而，隨著疫情不斷延燒，歐、美紡織服裝產業受衝擊後，便採取砍單等方式以降低自身利益受損，然而，依照合約的「不可抗力因素」條款（The force majeure clause），買主砍單無須負擔任何責任。因此，臺灣紡織業者面臨極大困難，不論是已生產的改為停止出貨或延遲出貨，或是正在生產的改為延遲生產，

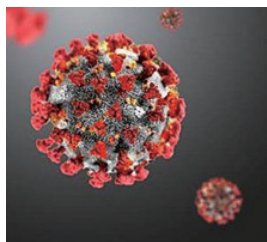


由於歐、美品牌商及零售通路砍單，使得供應鏈斷鏈，而受衝擊的供應商不只有臺灣，越南、香港、南韓等亞洲國家亦深受其害。

對此，ITMF 會長成耆鶴（亦為南韓成衣大廠 Yongeone 集團會長）更於4月7日新聞發布中強調：「全球紡織服裝企業與數以百萬計的工人都在奮鬥努力；值此之際，公、私營部門應密切合作，以避免經濟與社會崩潰」。

已開發國家提出縮短工時等方案，協助企業度過難關，例如，企業減少工時及工資來避免裁員，政府則以補助方案來貼補員工的收入損失；然而，開發中國家就沒那麼幸運，大多數政府無法提出適當機制來協助企業與員工，資源也相當匱乏。因此，如何在政府、國際機構及私人企業之間找到可迅速實施的創新解決方案，其重要性不言可喻。

疫情大流行迫使世界各國政府採行封鎖及各種出口限制措施，導致紡織品及成衣各項生產供應鏈出現斷鏈。消費者無法外出購物，原物料短缺、物流受阻，許多品牌及零售店面亦紛紛關閉，進而削減全球對紡織品及成衣的需求。短期之內，企業每位員工的安全與健康是首要考量；中期來看，企業財務流動性及可用性將至關重要。因此，為協助臺灣相關產業因應此次新冠肺炎疫情造成的斷鏈與換鏈問題，以及疫情嚴峻等隱憂，經濟部已擬定紓困、振興、升級九大措施，解決臺灣廠商產能受制、原材料進口不順及資金周轉等困難。



Covid-19 大流行可能會延緩永續發展的進行

永續發展為2019年的流行語，但全球新型冠狀病毒（Covid-19）爆發可能延後永續發展的進程。全球數據公司（GlobalData）的分析師Emily Salter表示：1.公司對於材料、物流和生產流程提高產品和營運的永續發展的改革將延緩進行，因為永續發展已不再是零售商和消費者近日所關切的議題。疫情期間調整公司營運的成本非常高，未來新冠肺炎趨於緩和後，許多非食品的零售業因為此次的危機，經歷了一段低糜的銷售期，未來將面臨不穩定的財務狀態。2.另一個問題是零售業將面對未售出商品的庫存，因為所有非必需品之實體商店暫時停止交易。這些商品計畫在未來也許可以售出，但事實並非如此。因為高度季節性和潮流性的商品，觸發了處理商品庫存的難題。3.鑑於Burberry在2018年燒毀庫存品而備受外界抨擊，零售商必須謹慎對待這一個問題。KurtGeiger迅速採取行動，宣布計劃將其部分庫存捐贈給英國國民保健署（NHS）的員工，此舉能整理多餘的庫存，同時也產生正面的迴響。

另外，在疫情爆發期間，消費者不太願意或無心購買二手商品，例如不鼓勵或被迫停止Facebook社團進行交易，而在疫情危機過後，人們對衛生擔憂，可能會降低購買二手商品。Salter提到：Covid-19的疫情一旦停止，永續發展的議題將會再次變得重要，但是已建立對清潔衛生和對抗病菌的觀念，仍可能停留在消費者的意識中，將阻礙永續發展計劃的進行。