

歐洲回收產業聯盟警告:紡織品回收利用瀕臨瓦解的邊緣

2024-04-25

歐洲回收產業聯盟（European Recycling Industries' Confederation，EuRIC）警告說，整個歐洲的紡織品再利用和回收面臨瓦解的邊緣。

EuRIC 表示，荷蘭、德國和英國的產業正處於危機之中，如果歐盟不進行干預，情況將進一步惡化，將導致不可逆轉的經濟和環境損害。此前，英國紡織品回收協會（Textile Recycling Association，TRA）也曾在 4 月初發出類似的警告，稱回收產業面臨即將瓦解的危險。

EuRIC 表示，成本上升、由於激烈競爭導致銷售下降，以及立法缺口等因素正在將可重複使用的紡織資源和循環經濟置於危險之中。英國的 TRA 將其成員面臨的壓力歸咎於來自全球的挑戰，從紅海危機到非洲和亞洲市場的增加稅收。

「如果對廢棄紡織品分類在財務面上不可行，焚燒將成為唯一剩下的選擇」EuRIC 紡織分部主席 Mariska Boer 表示。

當歐洲無法再收集和分類紡織品時，所有產業為在循環經濟中創建可持續紡織價值鏈所做的努力將徒勞無功。當二手服裝無法供應給依賴它的國家時，這將對當地和歐盟內部都將產生巨大的經濟影響。

在瑞典回收商 Renewcell 破產後，EuRIC 最近呼籲歐盟立即採取行動，防止歐洲的紡織品再利用和回收產業崩解。

它呼籲在修訂的廢棄物框架指令（Waste Framework Directive，WFD）下實施擴展生產者責任（EPR）計劃，並通過可持續產品設計指令（Ecodesign for Sustainable Products Regulation，ESPR）引入綠色公共採購措施、紡織品中的強制回收材料內容以及回收能力標準。

資料來源

WTIN

YKK 拉鍊材料將從鋁合金拉鍊轉型至低碳鋁

2024-04-24

YKK 株式會社本週宣布，將開始從傳統的鋁合金拉鍊轉型至使用低碳鋁的環保拉鍊。

YKK 與住友電工株式會社(Sumitomo Electric Industries)以及住友電氣富山株式會社(Sumitomo Electric Toyama Co., Ltd.)達成協議，將於 2024 財年開始購買低碳鋁。YKK 將使用這種材料製造鋁合金拉鍊，並逐步擴大其應用範圍。

此轉型強化了公司實現於 2025 年達成氣候中立的承諾。YKK 正努力減少公司內部和整個供應鏈的溫室氣體（GHG）排放，目標是到 2030 年將範疇 1 和範疇 2 的排放減少 50%，範疇 3 的排放減少 30%。

到目前為止，YKK 一直致力於利用在拉鍊的紡織材料(拉布)中增加回收聚酯和植物基材料的使用來減少溫室氣體排放。採用低碳鋁作為拉鍊材料是 YKK 實現範疇 3 排放減少目標的倡議之一。

資料來源

Sourcing Journal

亞瑟士（Asics）推出可循環再生鞋款

2024-04-24

Nimbus Mirai 是亞瑟士（Asics）近一年內推出的第二雙可持續性鞋款。在 2023 年九月，該公司推出了低碳運動鞋 Gel-Lyte III CM 1.95，當時該公司宣布這是「市場上排放最輕的運動鞋」。

亞瑟士（Asics）稱 Nimbus Mirai 是該公司最先進的鞋之一。

該公司表示，鞋子過去一直被設計為一次性使用，亞瑟士（Asics）引用了 Statista 提供的全球鞋類生產數據，全球約有 239 億雙鞋最終被丟棄在垃圾掩埋場或焚燒。

這款單一材質的聚酯鞋沒有塗層，使得它容易進行分類和回收。該品牌為鞋子創造了自己的黏合劑，使用內部黏著劑，也使得鞋子可以拆解，以便進行下一次使用。鞋面與鞋底可分離，以便整個鞋子都可以進行回收。根據亞瑟士（Asics）的測試，87.3%的回收鞋面可以製成新的聚酯材料，準備再次製作利用。鞋子的中底約有 24%來自可再生資源，包括甘蔗加工的剩餘物。

可循環使用的鞋類是該產業正在進行的可持續性方案，其他零售商也在進行。2023 年 11 月，非營利性氣候倡議平台 EarthDNA 與品牌合作，共同創建了 FootWear Collective，這是一個促進循環鞋類經濟的倡議，包括 On、Reformation、Target、New Balance、Brooks Running 和 Crocs 等可持續合作夥伴。Allbirds 也於 2023 年六月推出了一個零碳鞋類設計，其 M0.0NSHOT 鞋子的碳足跡為 0.0 公斤。

資料來源

RETAILDIVE

Amazon 利用 AI 避免了超過兩百萬噸的多餘包裝材料

2024-04-23

Amazon 專有的「包裝決策引擎」幫助讓包裝選擇更有效率，以實現更可持續性的目標。

此模型由人工智能驅動，自 2015 年以來已幫助亞馬遜在特定(有使用此模型的)市場避免了超過兩百萬噸的多餘包裝材料，該公司表示該模型已開始為全球市場使用進行訓練。

根據 AMAZON 表示，其運作流程是:到達包裝中心的商品會在電腦視覺通道中拍攝照片，以識別尺寸、屬性等。該圖像還可以標記缺陷，這有助於確保有問題的商品不會通過倉庫。

然後，該模型使用每個商品的文本數據進行預測，以確定最可行但同時高效的包裝類型。因為它可以從數據中識別產品的資訊並根據客戶回饋、關鍵字和先前成功的出貨紀錄進行訓練，它不僅可判斷出信封或盒子的最佳尺寸，還可以確定產品是否需要額外的保護或緩衝。

例如，像牛仔褲或 T-SHIRT 這樣的服裝商品可能在低緩衝的信封中不會出現問題，但像有玻璃面的手錶這樣的較易碎的商品可能需要更堅固的選擇。在使用這個模型之前，Amazon 的員工會為產品逐個測試包裝選擇，但 Amazon 表示，透過僅靠人力無法實現這種可持續性工作的規模化。

然而，即使這家電子商務巨頭致力於減少浪費，本月(4 月)初一份來自 Oceana 的報告顯示，其在美國的塑料足跡看起來最多有問題。Amazon 已經在北美和歐洲使用包裝決策引擎，但將很快在印度、澳洲和日本推出，該引擎將其引入新語言和獨特的包裝類型。

包裝選擇器並不是 Amazon 唯一專注於可持續性的人工智慧投資。Amazon 還有使用人工智能模型在客戶訂購服裝時預測正確尺寸，希望這能減少退貨率。它還利用這項技術來標記有缺陷的產品，確保人員將產品重新定向銷售到二手市場、捐贈或其他用途。據該公司表示，人工智慧可以將損壞商品識別出來的效率提高三倍。

資料來源

Sourcing Journal

競爭加劇 成衣廠出招衝獲利

2024.04.24 工商時報 [袁延壽](#)

主要成衣廠近期營運

公 司	Q1合併營收 (億元)	年增率 (%)	主要 產項	23日收盤(元) ／漲跌(%)
聚 陽	86.08	9.88	成衣	388.00/0.26
振大環球	10.69	-4.94	成衣	145.50/1.29
光 隆	15.10	-13.46	家紡、羽絨、成衣	60.80/2.70

資料來源：公開資訊觀測站、各公司

製表：袁延壽

主要成衣廠近期營運

面對東南亞在地成衣產業崛起，及中國大陸業者低價搶市，成衣廠透過轉移產線、提升高值化比例等多元策略，設法提升毛利率，追求獲利極大化，聚陽（1477）「擇優出貨」，提升運動機能盤訂單及透過生產成本較低的孟加拉廠產線來增加獲利；羽絨廠光隆（8916）提升成衣營占比來增加收益；振大環球（4441）則擴充成本較低的馬達加斯廠產能，來提升毛利率。

過去以流行盤訂單為主的聚陽，近年來積極增加運動機能訂單比例已產生成效。聚陽去年稅後純益創歷史新高，今年首季營收也創同期新高紀錄。聚陽指出，積極增加毛利較高的運動機能盤訂單，是獲利提升的主因之一，預估今年運動盤營占比可望超過 5 成。

聚陽另一個提升獲利的策略，是前往孟加拉設廠。聚陽指出，孟加拉當地有廣大勞動人口，薪資有優勢，且孟加拉本身就是紡織大國，生產成本低，只要訂單量夠大，該廠獲利不是問題。

家紡、羽絨、成衣是光隆主要三大事業群。光隆這幾年積極透過增加成衣生產比例來提升獲利能力。

受到客戶庫存調整影響，光隆去年營收 77.08 億元、年減 25.2%，但毛利率來到 17.9%，創歷年新高。

光隆指出，公司 2022 年成衣營占比重首度過半，去年進一步提升至近 6 成，未來將持續以成衣作為核心發展方向，目標是 2026 年占整體營收比重達 70 %。

主要以電商、通路客戶訂單為主的振大環球，目前生產基地有越南及非洲等地；看好馬達加斯加廠勞工成本低廉，且生產效率拉升，加上輸歐、美免關稅等優勢，振大環球積極擴增該廠產能，今年計畫從 67 條產線提升至 70 條線。

振大環球指出，目前馬達加斯加廠積極開拓新廠，新廠計畫產能達 40 條產線，預計於明年底前開出，未來馬達加斯加廠占振大環球整體產能比重將大幅提升至 4 成，2026 年將完整貢獻營收、獲利，有助於提升毛利率。

遠東新海外擴產 拚綠色轉型



遠東新化纖總部代總經理范欽智（右二）與馬來西亞馬六甲州官員主持動土典禮。

遠東新／提供

2024/04/24 01:28:29

經濟日報 記者魏鑫陽／台北報導

•

為穩固市場領導地位以及帶動聚酯產業綠色轉型，遠東新世紀（[1402](#)）於馬來西亞馬六甲州擴充綠色再生聚酯工廠 FE GREEN PET（M）SDN BHD，設立食品級回收聚酯（R-PET）產線，預計 2025 年底投產，產能將達每年 5 萬噸。

遠東新在 4 月 18 日舉行動土典禮。遠東新表示，看好永續循環商機，積極擴充回收聚酯產能。除現有生產基地產能提升，也持續布局全球市場，包括今年將投產的日本關西新廠、越南廠，加上馬來西亞新廠建置，可大幅提升遠東新食品級回收聚酯生產規模，透過靈活產銷布局，建構回收聚酯產業區域供應鏈優勢，並將循環再生能量推展至世界各地。

遠東新在 1995 年於馬來西亞柔佛州士乃建立製瓶廠遠東寶達公司，生產聚酯寶特瓶瓶胚，提供當地飲料品牌，也外銷海外多國。現於馬六甲州擴充食品級回收聚酯粒產能，與製瓶廠完成產品上下游整合，發揮垂直綜效，滿足客戶需求，創造更高商業價值。

遠東新投資的馬來西亞再生聚酯工廠，採用國際品牌認可的最新技術與處理設備，以當地回收寶特瓶為原料，透過分選、清洗、除汙及增黏等流程，製成高附加價值再生聚酯粒。除滿足各大飲料品牌和消費品大廠永續目標，更呼應馬來西亞政府致力提升寶特瓶回收率及環境永續的使命。

遠東新為全球前三大食品級再生聚酯企業，並具備從上游回收原料到下游終端產品應用的一條龍產銷體系，以現有全球回收聚酯產能推估，相當於每年將 220 億支廢棄寶特瓶回收再製為全新產品。

回收聚酯除可應用於食品包材，也廣泛使用於非食品包裝、衛生材料紡織品、車用紡織品、家飾紡織品、運動機能衣、鞋材等。客戶包含 Coca-Cola、Pepsi、Suntory、Fiji Water、F&N、Asahi、L'Oreal、Unilever、P&G、Nike、adidas、lululemon 等國際知名品牌，以優異的循環再生技術，為廢棄物創造新價值。

聚陽守護地球 邁向零塑未來

工商時報 [李水蓮](#)



聚陽與集盛合作廢布回收衣計劃。圖 / 聚陽提供

Planet vs. Plastics 地球與塑膠，2024 年地球日主題，意指為了人類和地球的健康，呼籲所有人團結一致，終結塑膠，許給下一代一個零塑未來。聚陽身處於快時尚服裝產業，減廢減塑、如何將廢棄衣物及餘料循環再生，更是減碳之外的另一個重要議題。

聚陽於 2023 年已與供應商夥伴-集盛實業合作，將 100% 聚酯纖維原料的成衣廢布回收，再交由集盛實業進行重新造粒、抽紗、再重製成布料，最後再回到聚陽製成服飾，完成循環經濟流程。

另聚陽積極發展永續原物料，提供品牌客戶以環保材質研發設計的解決方案，以提升永續原料訂單占比，減少廢棄物產生對環境所造成的影響。

同時，聚陽海外生產工廠亦與客戶合作零廢專案，主動安排第三方顧問公司提供工廠主管及負責人員廢棄物管理的教育訓練課程，以期在成衣製造過程中，減少廢棄物且可達到循環使用。

聚陽亦與各公益夥伴合作減廢及相關環境教育推動專案，與 GC 贈物網合作「減碳行動愛箱送」計劃，並攜手供應商及客戶夥伴，募集家中的用不到的二手好物，媒合至更有需要的公益團體、偏鄉學校或個人，啟動物資循環再生，減廢亦減少浪費。

在推動環保教育方面，今年亦持續與幫你優和荒野保護協會合作，於 PaGamO 遊戲教育平台向國中、小及高中職學生推廣環保教育，今年主題訂為「減廢大挑戰」，5 至 10 月將於平台上推出任務，讓年輕世代透過遊戲學習減廢減塑。聚陽從減廢的觀念推廣到發展永續原物料以促進循環再生，希望透過實際行動，逐步邁向零塑未來目標，讓地球更健康、更美好！

需求增溫 化纖廠今年營運樂觀

工商時報 [袁延壽](#)



加工絲、尼龍等化纖廠宏洲、宏益、集盛及聯發紡訂單能見度拉長，平均約 2 個月。圖 / 新華社

下游需求增加，加工絲、尼龍等化纖廠宏洲（1413）、宏益（1452）、集盛（1455）及聯發紡（1459）訂單能見度拉長，平均約 2 個月；化纖業者認為，品牌服飾廠今年下的訂單在去年庫存去化後已有增加，景氣、環境都開始增溫，產能利用率可回升到 9 成以上。

加工絲廠宏益首季營收 3.32 億元、年增 27.76%，宏益認為，化纖產業環境已從谷底回溫。目前加工絲稼動率維持 85%~90%，朝正向發展，預期今年整體加工絲產業會回復到成長軌道。

以目前宏益產線利用率來看，法人估，宏益第二季營收將比首季好，以目前市況看，下半年稼動率有機會回到 9 成以上，審慎樂觀看今年營運逐季增溫。

尼龍、加工絲廠集盛表示，從去年第四季起，客戶調整庫存陸續告一段落，下游需求已見回暖，首季的加工絲產線平均稼動率已回到近 9 成。從手中訂單量能來看，第二季的產能利用率還會比首季高。

以聚酯加工絲生產為主要業務的聯發紡指出，市場需求增，手中訂單量或產線利用率，都比去年同期提升許多。今年首季合併營收有 40% 以內的成長。去年基期低，今年營收會明顯成長幅度。