

快速時尚與環保意識:以綠色和平「Detox」為例

Rapid fashion and environmental awareness: Take Greenpeace

"Detox" as an example

黃晨瑜¹ 黃靜惠^{2*}

¹樹德科技大學流行設計系 一年級學生

^{2*}樹德科技大學流行藝術管理與藝術經紀系 助理教授

摘要

本文旨在探討快速時尚與環保意識的關係研究；以綠色和平「Detox」為例，介紹其組織與具體行動，釐清兩者之間的關係，給予分析及建議。本論文可以提供相關學術單位做為研究資料；可提供政府相關環保單位進行策略參考。

本論文主要採質性研究，根據有關快速時尚的定義，蒐集相關資料，並搜尋綠色和平的網頁進行研讀、分析與整合；而參與觀察的部分，以自身在家中經營的服飾店中所看到、聽到的經驗進行討論。

關鍵字:快速時尚、環保意識、綠色和平、Detox

Abstract

The purpose of this article is to explore the relationship between fast fashion and environmental awareness; take Greenpeace "Detox" as an example, introduce its organization and specific actions, clarify the relationship between the two, and give analysis and recommendations. This paper can provide relevant academic units as research data; it provides reference for relevant government environmental protection agencies.

This thesis mainly focuses on qualitative research. Based on the definition of fast fashion, it collects relevant data and searches Greenpeace's web pages for research, analysis, and integration. The part that participates in observations is seen in the clothing stores that are operating at home. , heard the experience to discuss.

Keywords: Fast Fashion, Environmental Awareness, Greenpeace, Detox

一、緒論

1-1 研究動機與背景

本文研究者就讀樹德科技大學流行設計系一年級，從國中就開始接觸時尚單品也閱讀了大量的時尚雜誌，對時尚產業有很大的興趣，家裡開了兩間服飾店，因此對流行的走向以及大眾對衣著的喜好有著長時間的觀察，繼而發現現今消費者快速購入又迅速淘汰的消費模式，希望在平價服飾中多一些頂尖名牌的奢華感進而得到心靈的滿足，此平價奢華的消費模式(張少

致, 2012) 造就了「快速時尚」,¹ 這樣低價、少量多樣、快速回應市場需求的消費模式又稱做「麥時尚(McFashion)」² (廖國鋒、胡莉葦, 2013), 而快速以及低成本的製造對地球環境的危害有著不容小覷的影響。

流行時尚提供人們穿著的愉悅享受, 產業特色向來是以「美麗的包裝」與「持續不斷的改變」為訴求, 然而在無形中卻常常產生一些不必要的浪費(陳華珠, 2008)。長期關注飢餓與貧窮的 Anna Lappe(安娜·拉佩)曾說:「每次的消費都在為我們要的世界投票。」³ 研究者認為這正是現今消費者應該去正視的議題。在一次閱讀「快速時尚的背後超乎標籤上的數字, 購買前請三思。」⁴ 這篇文章中發現快速時尚的背後可能不如伸展台上的光鮮亮麗, 「毒時尚」⁵ 是否已默默滲透到我們的日常生活, 我們又該如何知曉與防備?

今日消費者對於資訊掌握的能力大增、媒體的影響力前所未有, 企業無法再局限於股東利益而忽視其他的利害關係人(黃佩鈺, 2016), 因此本文研究想藉由一個超過 40 個國家設有分部的非政府組織—綠色和平, 開發的一個追溯大品牌背後那些不為人知的「毒時尚」計畫—Detox, 來研究並探討快速時尚與環保意識。

究竟, 什麼是快速時尚? 是誰在帶動快速時尚的風向? 快速時尚對於現今的社會有任何的好處嗎? 亦或是有哪些壞處? 以及本文研究個案以綠色和平「Detox」為例, 那麼, 什麼是綠色和平組織? 什麼是 Detox 項目? 這些對我們的生活有什麼幫助? 諸多針對快速時尚與環保意識的討論, 是興起本論文的研究與動機。

1-2 研究目的

本文的目的旨在於介紹綠色和平組織的「Detox 計畫」讓更多人知道, 這些與我們的生活息息相關的服飾, 與一些家喻戶曉的大廠牌企業背後不為人知的汙染問題, 而這些問題都是經由消費者快速消費又迅速淘汰的消費模式一手促成的, 以此讓消費者能夠在購買時尚單品時具備正確及俱全的價值觀與環保意識, 並且更加的重視時尚汙染對地球環境的危害性。

本論文在研究的目的上分別以下幾點說明:

1. 釐清快速時尚與環保意識之間的關係。
2. 本文可提供消費者在購買時尚單品時具備正確的價值觀與環保意識。
3. 試著以正在發生的汙染問題來宣導消費者進而改變其消費模式。
4. 可提供政府機構在制定環保相關條例時做為參考資料。

1-3 研究目標

在研究的目標上本論文屬階段性研究, 將以此篇為起點在將來做更深入的研究

二、文獻回顧

¹ 快速時尚: 因應現今大眾對潮流名牌的追求而出現的消費模式, 主打快速與平價。

² 麥時尚: 由 Lee 於 2003 年一本書中所定義的新詞彙, 意指如麥當勞式便宜、快速的「大眾時尚」

³ 網路新聞: 科技濃湯 <http://techsoup-taiwan.blogspot.com/2014/10/blog-post.html> (瀏覽日期 2017/11/23)

⁴ 網路新聞: TheNewsLen <https://www.thenewslens.com/article/36679> (瀏覽日期 2017/11/23)

⁵ 毒時尚: 在製造過程中對環境有汙染的時尚產品。

2-1 快速時尚

當要深入探討快速時尚時，應先了解時尚對於消費者來說為什麼有如此大的吸引力？精緻的服飾在早期是給有權勢的人穿的，延伸至今，精品服飾對於消費者依然有象徵地位與面子的意味在，但是面臨經濟不景氣的世代，多數人的經濟實力屬於經字塔中段，面對這樣廣大的市場，各品牌紛紛推出能快速反應市場需求同時大量製造將低成本的精品服飾，我們稱之為快速時尚。

2-2 綠色和平為時尚去毒「Detox」計畫

綠色和平是一個由全世界各地 44 個分部所組成的非政府環保組織，而「Detox」計畫正是該組織結合大家的力量去追蹤與監督幾個大品牌所製造的產品有無排放對環境與消費者有害的物質，目前共有 18 個知名服裝品牌簽訂了「DETOX 為時尚去毒」協議，在經過一段時間的追蹤，綠色和平將簽署的企業分為三類：一、去毒模範(Detox Leaders)二、假去毒企業(Greenwashers)三、冥頑不靈者(Detox Losers)，想藉由這樣的規範使企業更重視環保問題。

表 1: 文獻回顧補充表格 資料來源: 本研究自製

學者	論文題目	內容說明
張少玟、朱維政、邱淑萍，2012	快速時尚之消費者滿意度研究—以 ZARA 及 UNIQLO 為例	消費者希望用平價服飾的價格購買到大品牌的服飾，藉此獲得購買名牌的奢華感。快速時尚品牌營運著重於能否快速的反應市場需求，快速時尚商品從產品開發到上架銷售是以星期為單位，因此必須壓縮產品生成的產製週期，在有限的時空與金錢成本中提供最新潮的流行元素。 研究最後發現高收入或介於 26~35 歲之間的消費者對於購買快速時尚的產品意願較其他年齡層低落。
廖國鋒、胡莉苹，2013	消費者的流行焦慮感與獨特性需求對快速時尚品牌知覺品質影響之研究	消費者會因為需要得到社會認同的從眾心態，而迫切的想跟上流行的步伐，擔心感不上流行、擔心過時或能力有限都成為了一種壓力，稱為流行焦慮，商家對消費者的獨特性需求做出的對應就是推廣「快速時尚」，又稱「一次性時尚」或「拋棄式時尚」。
陳華珠，2008	「綠時尚」應用創作—以筆記本設計為例	流行時尚提供消費者穿著的愉悅享受，產業特色是以「美麗的包裝」與「持續不斷的改變」為訴求，然而在製造的過程中產生了很多有害的廢棄物和不必要的浪費。
黃佩鈺，2016	從企業社會責任到永續發展:宏遠興業的策略轉向	大量生產與快速丟棄的商業模式讓織品服裝產業所產生的環境問題更加的惹人注目使得許多消費者與環保團體意識到環境污染的嚴重性，在這種社會氛圍之下，部分國際大品牌商開始採取具體的行動，環境的永續首先成為關注的目標，企業對環境的顧慮不能只停留在無害，而是要超越綠化的層次，追求可永續的全球經濟，例如:全球最大的零售商 WalMart 在 2009 年宣示將在五年內建構其所販售商品的環境影響評估系統，提供消費

		者關於商品的足跡、耗水量、以及空氣汙染等數據；快速時尚品牌的始祖 GAP 也在考量環境永續的前提下進行供應鏈的整合。
--	--	--

三、研究方法與材料

本論文屬於質性研究，在方法上主要有以下幾項：

1. 資料收集:利用樹德科技大學圖書館資料庫與台灣全文資料庫進行文獻的收集；在綠色和平官方網站進行關鍵字的收尋，蒐集相關資訊。
2. 參與觀察:以研究者在自家服飾店中親身參與與觀察經驗為參考資料。

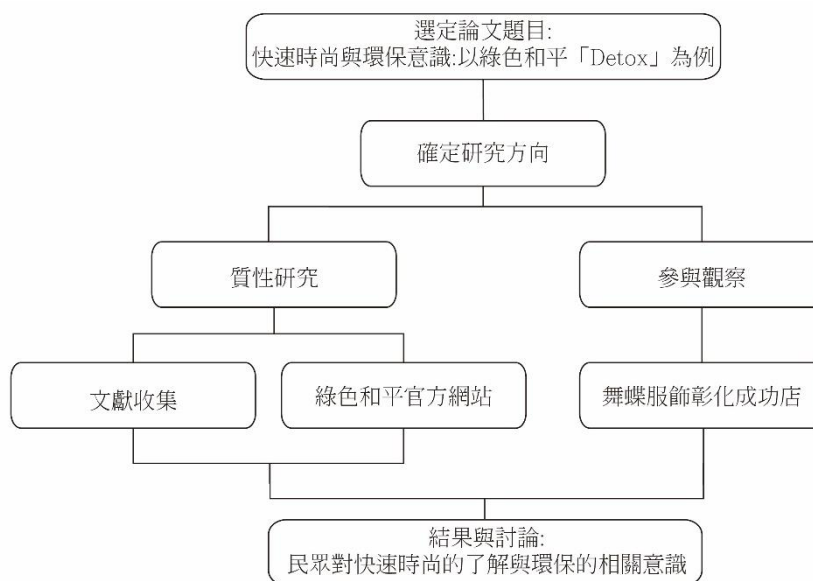


圖 1:研究流程及步驟圖 資料來源:本研究自製 製表人:黃晨瑜

四、結果與討論

近年來台灣也吹起了快速時尚的風潮，根據綠色和平組織調查 20-45 歲間的臺灣人，平均每年丟棄約 520 萬件衣服，相當於每分鐘丟棄約 10 件，研究者在研究過程中發現大部分的消費者在選購時尚產品時並不會特別注意產品是否為「無毒生產」，本研究結果發現導致一般民眾在選購時對環保不夠重視有以下三點：

4-1 政府的環保觀念宣導不夠全面使得消費者未具備應有的環保意識

政府或相關單位經常在各大專院校安排有關環保議題的宣導演講，但是根據統計，多數有能力購買時尚單品的消費者是屬於 20-45 歲的族群，因此，針對已出社會的消費者，政府應該在人多聚集的公共場合或大眾運輸上張貼一些相關的宣傳海報或設置看板，落實宣導環保意識的責任。

4-2 政府不夠重視時尚產業因而未執行到應有的稽查

2002 年在南非約翰尼斯堡舉行的世界永續經營首腦會議上，將永續經營從僅強調環境與發展的概念拓展成永續發展的三根支柱，分別為:經濟增長、社會發展和環境保護。永續發展的理念已深入人心，成為世界各國制定環境政策和立法的指導思想(李陳國，2010)。

在台灣，時尚產業在近年來才開始受到政府的重視，但相對其他產業還是稍顯不足，相關的條例與規範並不多，因此政府並沒有積極的稽查品牌與工廠；沒有明文的规定與法律的約束，品牌與工廠在製造商品的過程是否產生了對環境有害的物質，都成了附近居民與消費者的隱憂，因此政府的稽查與監督相對重要。

4-3 環境的反撲還未真正影響到台灣人民，因此環境污染的議題被疏忽了

許多代工工廠都坐落於開發中或未開發的國家，以中國為例，中國東南部的新塘是牛仔服裝的故鄉，當地的河川因附近工廠排放有毒化學藥劑的廢水，河水汙染相當嚴重為當地居民帶來困擾與疾病，而這樣的情況在世界各地都正在發生。

台灣是很幸運的國家，目前還沒有類似的情況發生，因此台灣民眾忽略了這樣的議題以及環境發出的警訊，人與自然生態之間和諧平衡的關係，是需要民眾多關注環境與環保的議題，使時尚產業能邁向永續發展(陳華珠，2008)。

五、結論與建議

5-1 建議：為時尚去毒人人有責，品牌的改進需要全民的督促

最後，本研究結果認為，能真正改變「快速時尚」這流行趨勢的正是帶動此風潮的消費者們，公眾的力量是促使品牌改變與自省的主要動力。

近年來環保意識逐漸抬頭，根據 2008 年出版的環保紡織品之發展趨勢與國際協定研究指出，環保服裝的銷售額在 2007 年已達 30.5 億美元，2010 年更來到 89.6 億美元的銷售額(蔡淑梨、劉明婷，2015)，這顯示出更多人願意為所處的環境注入一份心力，小至在購買時多注意標籤上的成分，大至像是「綠色和平」一個非政府由民間力量所產生的組織，針對大企業在製造產品的過程中有無排放對環境有害的化學物質，做了緊密的追蹤，並在公開的網路平台上發表，讓監督企業的製造過程不再只是政府與相關環保團體的責任，愛護地球環境人人有責。

5-2 建議：在購買時尚單品前先了解商品的來源與該品牌對環境保育的重視，再決定是否購買與支持

本研究結果認為，「購買」本身就是一項「贊同」的行為，越多人購買一項商品，相對的該品牌就得到越多的支持，因此，在購買任何商品時應當先了解其品牌、製造地、製造過程；當每個消費者都擁有充足的環保意識去挑選商品，將每次消費都投注到對環境有益的商品上，那將大幅減少因「毒時尚」而受到影響與傷害的人。

參考文獻：

- 李陳國(2010)·我國激勵綠色產業永續發展的策略選擇之研究·台灣銀行季刊，第六十一卷(第二期)，頁 282-287
- 張少玟、朱維政、邱淑萍(2012)·快速時尚之消費者滿意度研究—以 ZARA 及 UNIQLO 為例·美容科技學刊，第九卷(第四期)，43-57
- 張莚、吳文演(2017)·消費者生活型態、知覺價值與環保紡織品購買意願關係之研究·紡織綜合研究期刊，第二十七卷(第三期)，頁 46-53
- 陳華珠(2008)·「綠時尚」應用創作—以筆記本設計為例，(第一期)，設計研究學報創刊號，頁 53-68

- 陳華珠(2008)・探討綠時尚之潛在設計應用・紡織綜合研究期刊，第十八卷(第三期)，頁 32-41
- 黃佩鈺(2016)・從企業社會責任到永續發展:宏遠興業的策略轉向・紡織綜合研究期刊，第二十六卷(第三期)，頁 43-53
- 廖國鋒、胡莉苹 (2013)・消費者的流行焦慮感與獨特性需求對快速時尚品牌知覺品質影響之研究・紡織綜合研究期刊，第二十三卷(第三期)，頁 29-43
- 蔡淑梨、劉明婷(2015)・生活型態與流行涉入程度對購買意願影響之研究—以有機棉服裝為例・紡織綜合研究期刊，第二十五卷(第一期)，頁 35-48
- 科技濃湯 (2014, 10, 16)・部落格行動日：別讓食品安全成為階級特權！・<http://techsoup-taiwan.blogspot.com/2014/10/blog-post.html>
- 蕭永群 (2016, 02, 23)・「快速時尚」的代價超乎標籤上的數字，購買前請三思・<https://www.thenewslens.com/article/36679>