

第四章 成衣消費的變化與分析

第一節 歷年的服飾變化

本章先從圖像資料來觀察國內服飾偏好的變化，我們想要注意的是國內服飾現象是否已呈現出跟隨國外衣飾流行的情形，並且觀察開始出現穿著美式流行服飾的現象，是否與我們所熟知的美國電影明星或歌星的走紅時期相符。而本節將依照第二章的成衣產業的成長時期來探討，也就是第一個時期是 1949 至 1960 年以滿足國內需求為主的萌芽階段。第二個時期為 1961 年至 1967 年期間的發展階段。第三個時期是 1968 年之後以外銷市場為主的成熟階段。

第一時期是 1949 年至 1960 年，台灣民眾在日據末期曾接受過服裝西化政策，之後隨著國民政府來台，由於大陸的婦女普遍穿著旗袍，使得旗袍同時也在流行，因此我們可觀察到許多洋裝與旗袍並存的現象，如圖 16、圖 18、圖 19、圖 20。而較時髦的女性著洋裝或套裝與同時期的國外女性的服飾風格相似。此時期的年輕男性普遍穿著西裝，女性除了洋裝的打扮，從圖 17 及圖 22 可觀察到女性通常穿著毛線褲，較方便於活動，小孩則是穿著卡其布的衣褲，服飾上普遍呈現的較為儉樸。此時期的穿著以現在的標準來看是較為保守而形式上也較為正式，並且中式與西式的服裝常常並存。



圖 16（1952 年）



圖 17（1952 年）



圖 18 (1954)



圖 19 (1958)



圖 20 (1961)

第二個時期 1961 年至 1967 年，隨著台灣經濟環境逐漸穩定發展。而民眾在服飾的風格表現上相較前期已逐漸開放。從照片裡還是可以看到不少人的穿著仍如前期一樣較拘謹保守，如圖 21，一群青年出遊時，女性仍裙長及膝，男性依然穿著西裝。圖 22、圖 23、則是此時期的年輕女性的穿著，多為洋裝、套裝、或毛線褲。圖 24 則是當時少女的穿著，多為洋裝。圖 25 可以看出那時流行穿西裝窄褲。圖 27、28 是年輕人穿著牛仔褲的情形，不同於今，此時仍很少看到有人穿著牛仔褲。圖 26 是女中學生出遊的穿著。



圖 21 (1964)



圖 22 (1965)



圖 23 (1966)



圖 24 (1967)



圖 25 (1967)



圖 26 (1968)



圖 27 (1968)



圖 28 (1969)



圖 29 (1969)

1968 年之後，台灣的經濟成長快速，在服飾上已幾乎與國外流行同步，我們可以從圖 30、圖 31、圖 32 清楚地觀察到此時國人非常流行迷你裙及喇叭褲的穿著，同時我們可以從圖 33、圖 34、圖 35、圖 36、圖 37、圖 38，注意到穿著牛仔褲及牛仔衣的年輕人越來越普遍，並且不同以往，明顯地從 1970 年代之後，年輕男性已逐漸以流行服飾替代西裝，年輕女性則變化更多，迷你裙及喇叭褲取代了以往的洋裝。從圖 39 及圖 40 則可觀察到 1980 年代時的大學生已普遍穿著流行服飾，其衣著情形已跟今日差不多。而最後我們可以從圖 41 則可以看到 1990 年的少女已普遍穿著牛仔褲，呈現完全不同以往的服飾現象。



圖 30 (1972)



圖 31 (1972)



圖 32(1972)



圖 33(1974)



圖 34 (1976)



圖 35 (1977)



圖 36 (1979)



圖 37 (1980)



圖 38(1982)

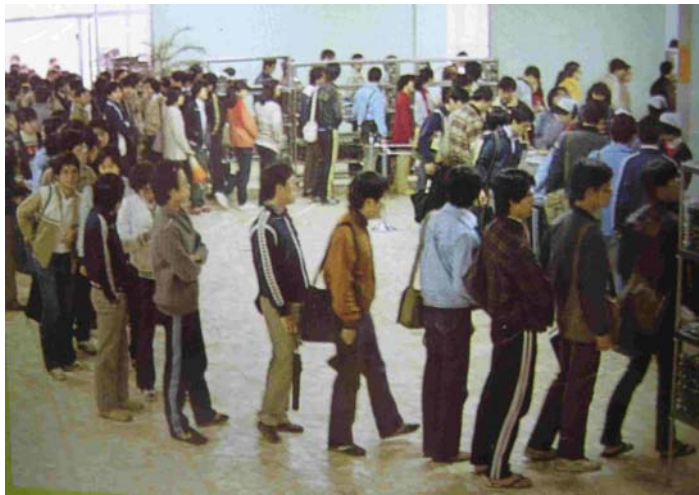


圖 39 (1985)



圖 40(1986)



圖 41 (1993)

本節我們可從以上的圖像資料觀察到國內服飾偏好的變化，基本上我們可以清楚的區別 1965 年以前，服飾的風格趨於保守，年輕女性主要穿著洋裝或旗袍，男性則以西裝為主。並沒有看到任何年輕男女如同早期的美國電影明星穿著牛仔褲的情形，這種情形可能有幾點原因，早期國內並沒有牛仔布，並且牛仔褲都只有進口才有，價格上也非多數人買得起，除此之外，文化限制可能使得早期的年輕男女不願選擇較前衛的美式服飾，而像 Audrey Hepburn 電影式的洋裝或像是 Onassis Jacqueline 式的套裝，基本上女性還是多選擇能表現出淑女高雅形象的服飾，而男性則可能較願意選擇男士西裝以表現穩重的感覺，但我們仍可以觀察到 1960 年代的男士西裝流行像披頭四的西裝窄褲式樣。然而隨著社會環境的改變，所得的大幅提升，社會風氣逐漸開放，我們可以從照片中觀察到 1965 年後，國內年輕男女的服飾越來越能與國外流行同步，在 1970 年代初期，國內與國外同時都流行喇叭褲及迷你裙，而此時牛仔褲亦逐漸普遍，因此，除了流行穿著牛仔褲的情形較晚發生，基本上我們可以觀察到在早期我國市場的服飾偏好已有傾向美式流行風格的趨勢，並且 1970 年代之後已幾乎呈現同步流行的情形，當國內成衣業者無法領導市場流行的趨勢，將只能以代工或模仿的生產方式提供較低價位的產品，並因台灣成衣產業的發展，而國內消費者則可消費到更廉價新潮的流行服飾，使得國內市場偏好與國外市場偏好越來越趨於一致。隨著社會環境的開放進步，資訊流通快速等影響，國人能立即跟上國外的流行趨勢，且呈現時常更新且多元的市場偏好。然而近十幾年，隨著台幣大幅升值，影響我國成衣出口貿易甚巨，以及我國工資低廉的優勢逐漸喪失，加以國內外市場的偏好越來越趨於一致的情況下，我國成衣產業的研發能力相對較弱，無法領導市場流行的趨勢，使得成衣產業面臨有史以來的最大困難。

第二節 我國成衣的銷售情形

從上一節我們就可以發現早期的國內市場偏好已有傾向美式流行風格的趨勢，由此可知我國市場流行趨勢一直以來受國外所影響。也就是研發能力較強的創新國，如美國或歐洲國家，將較有能力主導產品的流行趨勢，過了一段期間，或許期間很短暫，當產品發展成熟，研發能力較弱的開發中國家以較低成本的生產場所的優勢來代工生產已標準化的產品，不只外銷到先進國家也可內銷到國內市場，成衣產業因而逐漸興盛。而已標準化的產品多為低價位的產品，同在此時，創新國可能又已研發新的成衣款式，持續引領未來的流行趨勢。隨著成衣產業逐漸發展的期間，國內消費者也因而能夠消費到更多低廉新潮的成衣，亦引導了國內市場偏好與國外市場偏好更趨於一致。接著我們從偏好的角度並藉由相關的統計資料來探討成衣產業的歷年變動情況及成衣市場銷售狀況，以及解釋成衣產業沒落的原因。

首先我們來看圖 4-1（詳細資料見於附錄裡的表 1-2），從圖中我們可以直接觀察到成衣的銷售值幾乎跟隨成衣的外銷值在變動，因為我國的成衣產業在發展時期以外銷為主。另外，附錄裡的表 4-1 是我從歷年中華民國工業年鑑編輯整理的，將附錄的表 4-1 繪成圖 4-2。我將圖 4-1 及圖 4-2 都分成三個階段來探討，第一階段是 1987 年之前，第二階段是 1987 年到 1996 年，第三階段是 1996 年到 2005 年，如圖上所畫垂直虛線來區分。

第一階段為在 1987 年以前，從圖 4-1 可看到這階段雖然成衣的外銷值有些波動，但長期仍呈現成長的情況。而從圖 4-2 我們可以觀察到成衣服飾品的進口值很少，從數據中可以發現幾乎都不到國內成衣內銷值的 2%，也就是在成衣產業發展時期，國人消費的成衣服飾品可能將近九成都是來自於國內供給，這是因為國內市場與國外市場的偏好趨於一致，當時國內成衣業者生產的成衣款式新潮且便宜，不只外銷國外市場，同時也能夠充分地銷售至國內市場，因此成衣服飾品的進口值顯得微不足道。

第二階段是從 1987 年到 1996 年的期間，從圖 4-1 我們可以看到成衣的外銷值已呈現衰退的情況，外銷值從 1987 年的 1704 億 55.2 百萬元之後急遽下降，一直到 1996 年只剩 714 億 34.3 百萬元，可能的原因是從 1987 年至 1992 年的期間台幣大幅地持續升值，如附錄裡的表 4-1 所示，此外，國內成衣產業整體因較缺乏主導國內外市場流行的趨勢，成衣廠商過往以低廉勞力的優勢來代工生產，然而勞工成本一旦逐年地增加，此一優勢將不再，附錄裡的表 4-2 是單位產出勞動成本指數，我將附錄的表 4-2 繪成圖 4-3，我們可以清楚地觀察到成衣服飾品的單位產出勞動成本指數相較於其他製造業上漲的幅度大很多。並且成衣服飾品的單位產出勞動成本指數在此一時期相較於之前上漲的幅度明顯地較大。而從圖 4-2 我們可看到成衣服飾品的進口金額開始逐年地迅速成長，而內銷金額在此期間也是呈現成長的情況，一可能的原因是從 1987 年至 1992 年台幣持續升值的影響，一方面促使成衣服飾品進口值的成長，並且進口的成衣服飾品也能符合國人的偏好。一方面卻導致成衣外銷受挫，更多的成衣可能轉為廉價銷售至國內市場，使得內銷值也在此期間呈現成長的情況。

第三階段為 1996 年至 2005 年，從圖 4-1 可以看到從 1996 年到 1998 年的成衣外銷值突然止跌回升地逐年增加，其可能的原因是從 1996 年之後台幣開始貶值，並且我們可以從附錄裡的表 4-2 及以其繪成的圖 4-3 觀察到在這段期間成衣服飾品的單位產出勞動成本指數也趨於緩和，然而在 1998 年之後，成衣外銷值又逐年大幅地下滑，在 1998 年之後，台幣持續貶值，所以已不是受匯率影響的因素，而我們可以圖 4-3 看到自 1999 年之後，成衣服飾品的單位產出勞動成本指數又開始上漲，且上漲幅度較之前更大，因此勞動成本以及產業整體的研發能力相對較弱為主要的因素。另外，從圖 4-2 我們可以觀察到此一時期成衣服飾品的進口值仍呈現持續上漲的情形，但是內銷值卻逐年下滑，甚至在 2003 年時內銷值已小於進口值，如附錄裡的表 4-1，成衣服飾品的進口值在 2003 年時達 318 億 61.16 百萬元已超過國內成衣業的內銷值 279 億 62.34 百萬元，呈現出國外進口逐漸替代國產內銷的趨勢。出現這樣的趨勢的原因是國內市場與國外市場的偏

好趨於一致的情況下，工資相對低廉，勞力更豐富的開發中國家可提供比國內成衣業者更低廉的同質成衣，另一方面，研發能力相對較強的先進國家可提供較高價位的高檔成衣服飾品，因此對國內成衣業者在內銷市場造成相當大的衝擊，呈現出國產內銷逐漸地被替代的趨勢。

在國際成衣市場方面，近幾年中國大陸與歐盟為世界主要的成衣出口地區，如圖 2-4（詳細資料見於附錄裡的表 2-4）。而美國與歐盟仍是世界主要的成衣進口地區，如圖 4-4（詳細資料見於附錄裡的表 4-3）。就單一國家而言，也就是中國大陸為世界最大的成衣出口國，而美國是世界最大的成衣進口國。

而我們接著看我國歷年的成衣進口國，如附錄裡的表 4-4，在 1986 年以前主要以日本、香港、美國為主，但歷年總進口值都很少，只有幾百萬美金，國內市場多從國內成衣產業來供給，到 1986 年始超過千萬美金，而 1987 年之後，進口金額快速攀升，成衣主要進口國為香港及義大利，服飾品則以日本為主，但近幾年服飾品進口國以中國大陸為主。說明國內市場與國外市場的偏好趨於一致的情況下，研發能力較強的先進國家所提供高價位且較高檔的成衣服飾品，如歐洲、日本等國。而工資更低廉，勞力更豐富的開發中國家所提供相對國內廠商更低廉的同質成衣，如中國大陸及東南亞各國，因此進口的成衣服飾品逐漸取代國內成衣市場。

而隨著社會環境改變，所得增加，台灣民眾的衣著鞋類年消費金額亦逐年上升，而國內市場需求穩定並且市場潛力大，因此，成衣業者近年來越來越重視國內市場。然而國內市場與國外市場的偏好越來越趨於一致，以及過去依靠低廉勞力來代工生產的優勢不再的情況下，國內成衣業者勢必得提升研發能力，或是尋求海外工資低廉的生產場所來提升產品競爭力，才能在國內外成衣市場佔有一席之地。圖 4-5（詳細資料見於附錄裡的表 4-5）是台灣歷年的成衣服飾品製造業工廠登記家數及工廠歇業數統計表，我們能看到 1987 年到 1996 年的期間，工廠登記家數開始逐年地減少，而工廠歇業家數則波動幅度顯的較大，就長期而言，台灣成衣工廠的家數正逐漸地減少，從 1987 年至 2005 年在總數上共減少了 346 家。

圖 4-1 成衣銷售金額圖

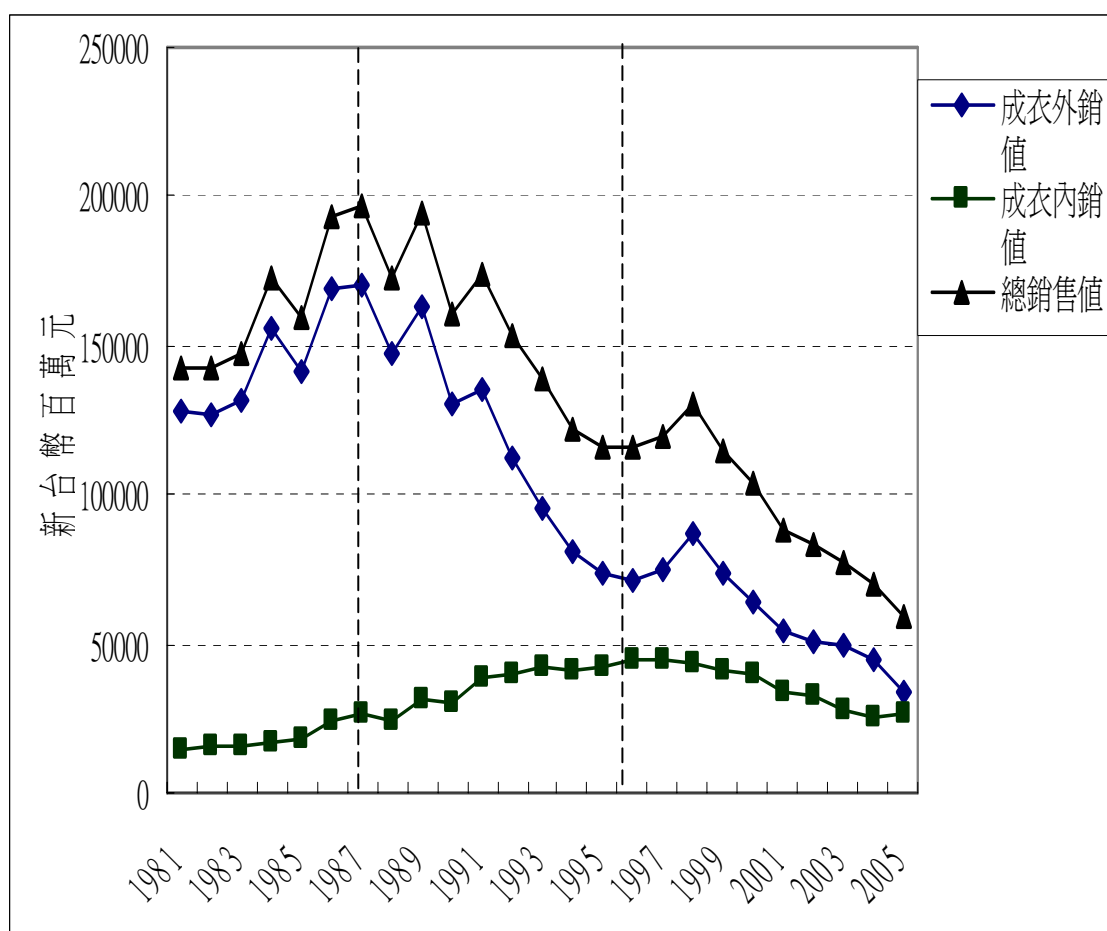


圖 4-2 成衣進口與內銷金額圖

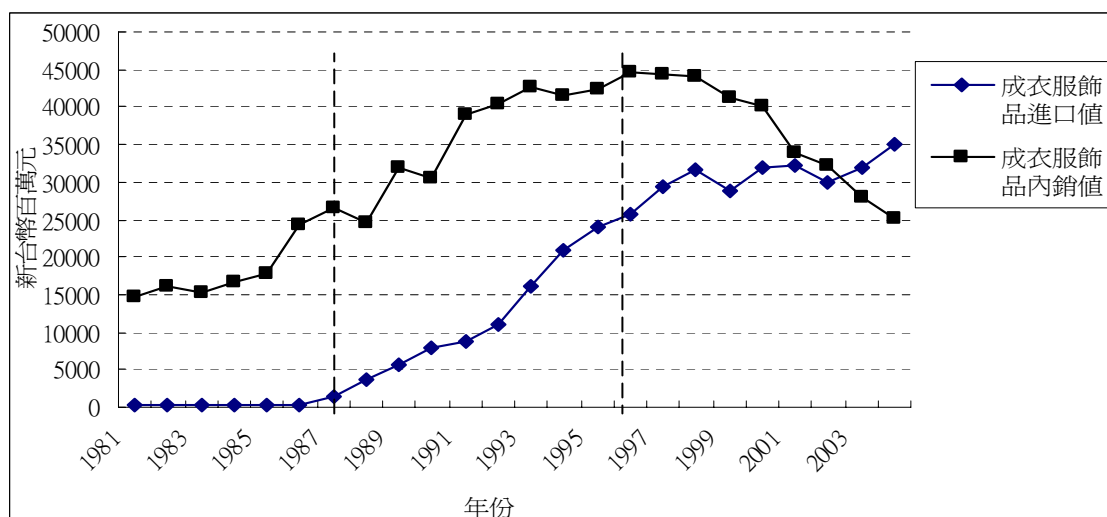


圖 4-3 單位產出勞動成本指數圖

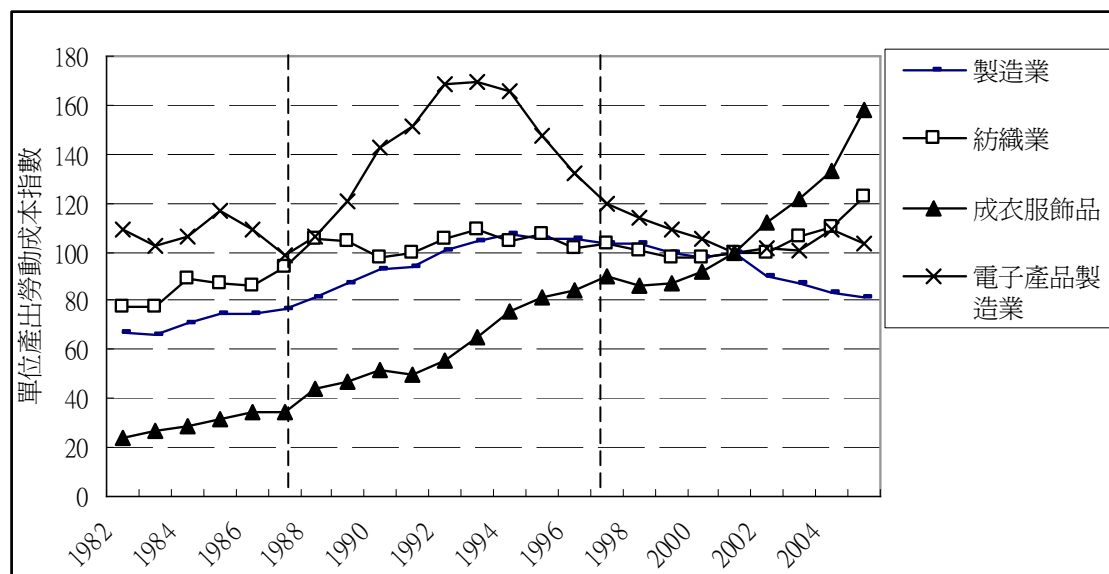


圖 4-4 世界主要成衣進口國之進口值圖

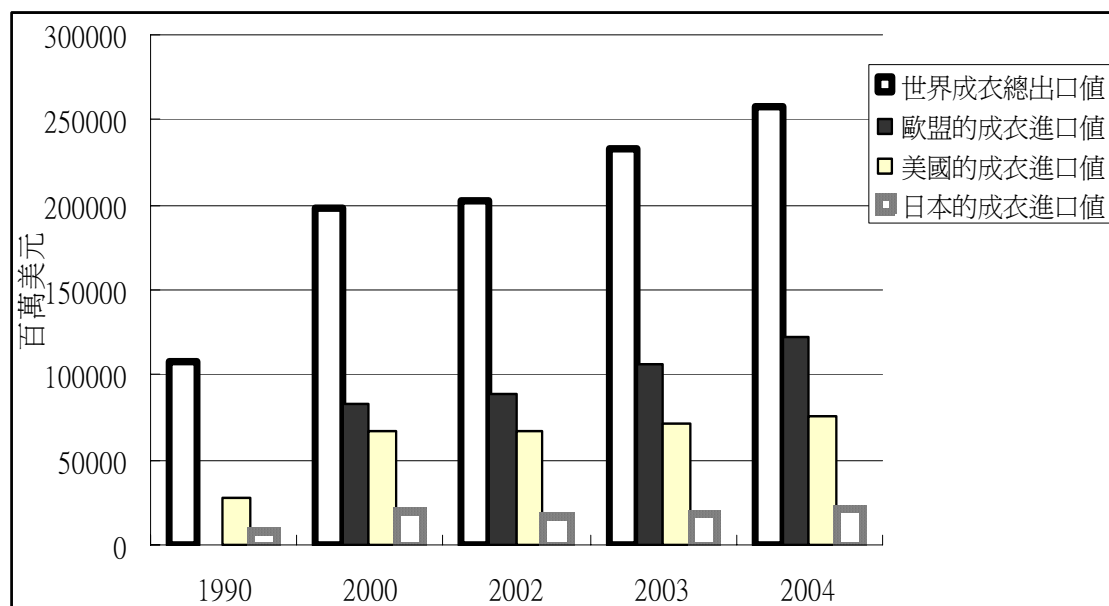
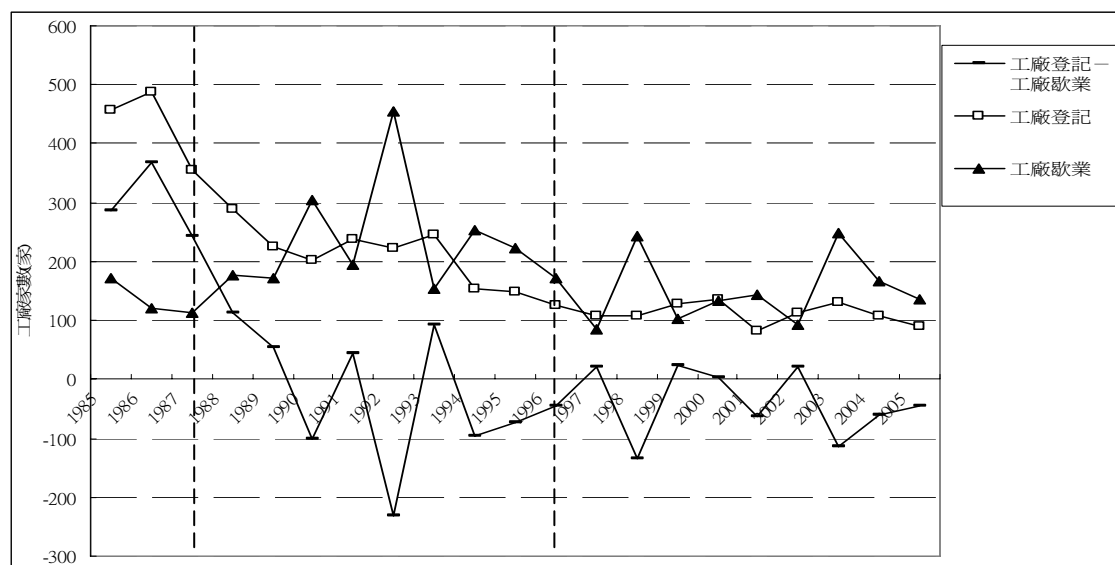


圖 4-5 工廠登記與歇業趨勢圖



第三節 成衣業的內銷通路

在 1970 年以前國人的服飾幾乎都是到訂做店訂做的，其必須先參考國外服飾雜誌，款式的選擇上較有限，交易成本也較高，隨著成衣產業的發展，部份外銷成衣內銷國內，價格普遍便宜，選擇的樣式也越來越多，並且隨著百貨、服飾專賣店及外銷成衣店等的興起，交易成本也大大降低，國人服飾消費的地點逐漸從訂做店移轉到各地越來越多的成衣商場或是百貨商圈，這些通路降低國人消費當季流行服飾的交易成本，尤其在 1970 年代與 1980 年代興盛的外銷成衣店，提供新潮多樣且便宜的外銷成衣，引導國人的服飾偏好變化快速且越來越與國外趨於一致。

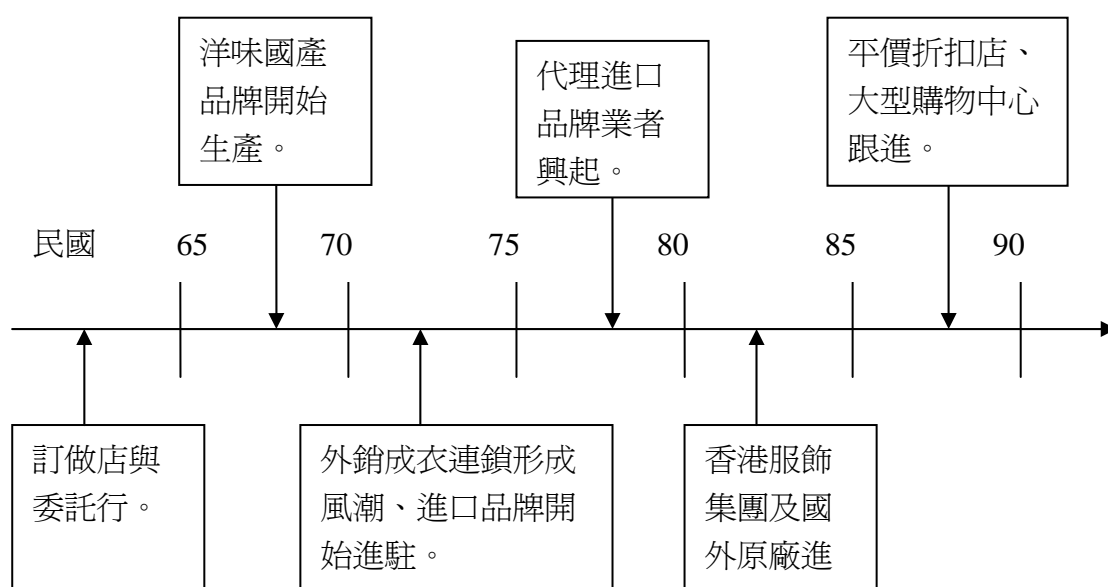
圖 4-6 是台灣服飾業的發展階段，如圖所示，我們可以瞭解早期若要購買較新潮的美式流行服飾，通常到訂做店訂做，或是到舶來品市場，當時，以台北市中山北路的晴光市場與高雄市鹽埕區的崛江市場為代表性之委託行集中地帶。1970 年代之後，隨著成衣產業的發展，國內也隨之出現許多銷售通路，較具規模或廠牌知名度較高的成衣廠，所產製成衣的內銷通路大多自行設立門市部銷售，或是在百貨公司設立專櫃，並配合廣告促銷。也採批發方式銷至各百貨公司

或服飾專賣店。而規模較小或廠牌知名度不足的成衣廠，通常將成衣製品委託總經銷商或各地區經銷商銷售，或直銷予各地百貨公司或服飾店，或者是繼受或自行零售，因此除了百貨公司規模逐漸擴大，也大量增加了許多服飾專賣店、外銷成衣店等等。此外，有些經銷商自行買料委託成衣廠代工，再轉賣給零售商或地攤。而成衣廠若遭退貨的外銷品、瑕疵品或是地下工廠所產製的成衣，通常藉著拍賣、切貨或標售等方式，交由路邊地攤貨市場內成衣小販銷售。這些通路大大降低國人購買流行服飾的交易成本，尤其許多新潮便宜的外銷成衣內銷國內市場，引導國人的偏好逐漸改變與國外趨於一致。

隨著國人越來越喜愛國外流行服飾，以及國民所得逐漸提高，國內業者開始興起代理進口品牌，利用代理的方式大量引進許多國外品牌服飾。之後隨國內市場規模日大、消費能力驚人，且本地代理商又已將國外產品在國內建立起良好之口碑，許多港商或國外原廠紛紛進入台灣的成衣市場，同時國產內銷也因而逐漸被國外進口服飾所替代。



圖 4-6 台灣服飾業發展階段圖



資料來源：經濟部商業司(2000)「服飾店經營管理實務」。