

傳統產業提升數位能量

年興紡織邁步新航路

動機與挑戰

● 建立轉型思維 因應國際市場變化

台灣紡織業多數工廠轉移海外之後，能留下來者多數是依賴獨特的市場定位與技術發展，紡織業如何在這巨變的時代洪流中重新站穩腳步，轉型已是勢在必行。全球紡織業數位轉型的痛點，包括上游的數位化不足，以及作業流程費時耗工。

自從新冠疫情爆發以來，台灣紡織業寒冬降臨，許多長期合作的知名歐美品牌紛紛砍單甚至破產，如申請破產保護的美國服裝品牌 J.Crew；Zara 宣布將關閉 1,200 家實體門市；H&M 也計畫明年將關閉 250 家門市。台灣中上游廠商也營運衰退，從彰化到東南亞工廠紛紛放無薪假。

年興紡織成立於 1986 年，由傳統牛仔布製造廠起家，專注於牛仔布的開發，是全世界最大的一貫化生產的牛仔紡織成衣公司。早年紡織廠的業務帶著一只皮箱在世界各地以代工形式接單，進口原料加工後再出口，從中賺取價差，奠定扎實產業基礎。

2017 年起，隨著中國及南亞市場的崛起，日益重視環保永續議題，加上 2020 年新冠疫情衝擊下，紡織產業競爭態勢不斷轉變，年興紡織思索如何建立獨特的市場定位，新品設計如何與客戶有效溝通，成為重大挑戰。

策略與方向

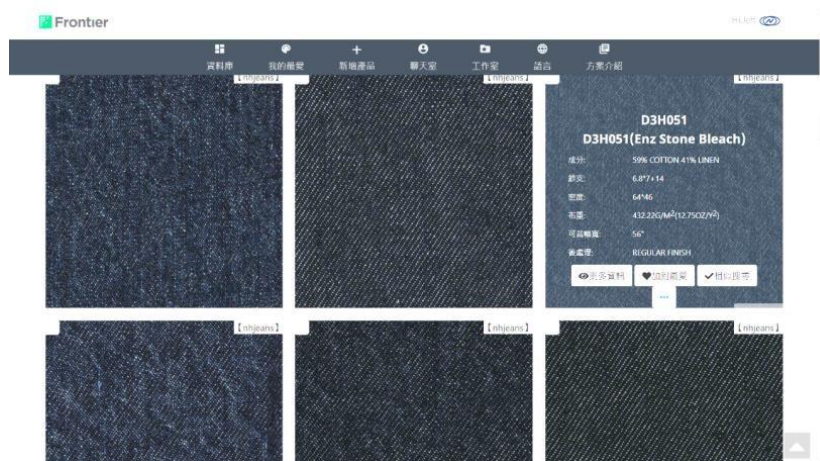
● 確立轉型目標 引進數位工具

年興紡織為因應市場需求及外部環境變化，全面盤點研發團隊的創新力，企業永續的商業模式，及數位化應用能量。重新建立數位轉型思維，引進數位化工具，落實產品精緻化、環保永續三大目標，以提升集團的核心競爭力。

建立紡織布片數位資料庫，改善新樣衣開發流程，從 120 天縮短到 10 天，透過雲端系統達成廠房與數位資料無縫對接，應用在 3D 成衣設計或是產品生命周期系統上，讓各個環節更緊密地連結在一起，解決疫情下新品設計不受限，接單效率低的問題。

以前紡織業找一塊布料，就得把布片剪成細小布塊，寄到世界各地紡織廠，讓設計師尋找符合需求的樣料。透過布片數位化資料庫，隨著雲端工具的開發，藉由數位紡織協作系統，讓全球品牌商和設計師直接搜尋，節省九成搜尋處理布料的時間，減少一半的國際運費。

透過機器學習，數位工具持續創建紡織業的語言庫，結合布片數位資料庫，讓公司及客戶端能及時準確的按照關連性特色找出樣品庫中布片，提升與客戶溝通效率，如圖 1、圖 2 所示。



▲ 圖 1 Frontier 布料資料庫

資料來源：Frontier，2021 年



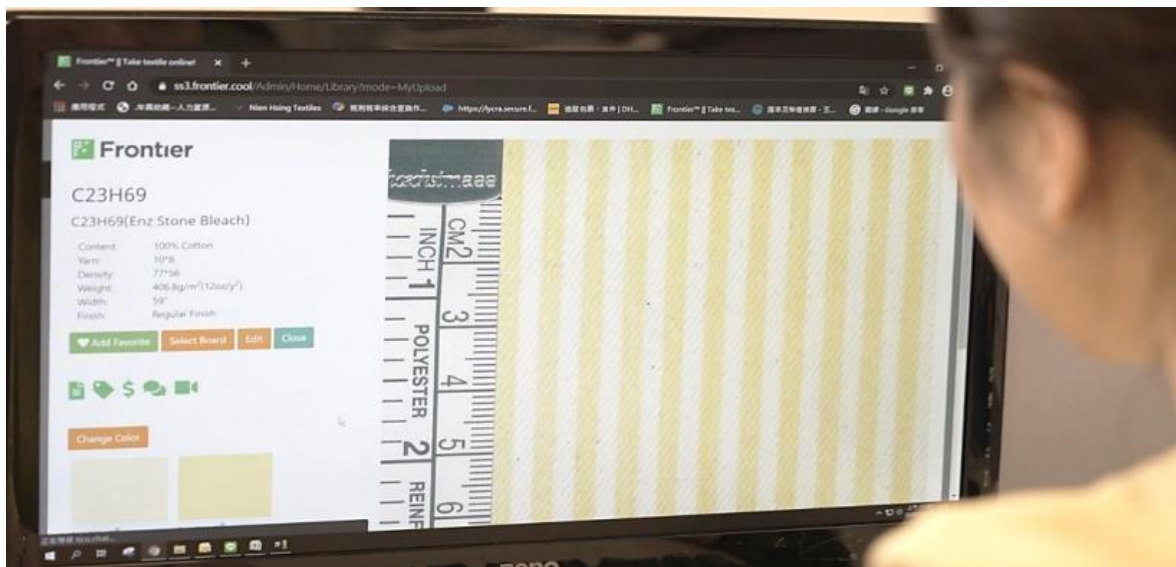
▲ 圖 2 年興紡織丹寧布料資料庫

資料來源：Frontier，2021 年

成效與價值創造

● 擁抱數位科技提升效能 危機變轉機

年興紡織透過數位工具，大幅減少業務人員出差及參展時所需的實體褲樣及吊卡準備。產品數位化後，業務人員運用共用圖檔，依照客戶需求進行編輯，減少打樣成本，加快作業流程。在疫情衝擊的嚴峻環境下，能夠靈活應對危機，讓團隊更緊密的協作，創造流暢的工作流程，產線訂單不減反增，如圖 3 所示。



▲ 圖 3 運用數位平台，加快流程的進展

資料來源：年興紡織，2021 年

成功關鍵

- 傳統牛仔褲代工廠，運用數位布片資料庫，不畏疫情衝擊，成功轉型搶攻全世界訂單