

展頌以客製化 x 良率迎戰全球紡織變局

在全球經濟震盪與供應鏈重組下，面對紅色供應鏈來勢洶洶、及國際品牌因庫存調整而轉趨保守下單的雙重壓力，台灣上游紡織廠必須重新定義自身的價值。當大量生產不再是優勢、價格競爭愈發激烈，以尼龍為骨幹起家的展頌股份有限公司（以下簡稱展頌），把「良率」、「客製化」與「獨家技術」視為真正的產品；藉由垂直整合、材料創新以及台灣及越南兩地彈性佈局，找到持續向前的路。

永續浪潮下的材質多元化策略

展頌的產品一直以來都著重於「環保永續」與「功能性」，2025 年的 TITAS 則是「做個延伸」，將這兩個主題緊密結合。展頌的根基是尼龍，在這個根基上，已實現多種回收材料的應用，包括廢棄漁網、一般消費後回收料、以及製程中產生的廢料與邊角料。回收料的價格通常比原生料貴上 1.5 ~ 2 倍，然而在製程中，為了確保紗線的強度與品質，通常需要摻雜原生料或其他尼龍回收紗線。

展頌在 TITAS 展中訴求的抗菌、發熱、涼感等機能性紗線與環保回收料可以自由搭配、並提供客製化組合。例如，以前的發熱紗多使用火山岩材料，顏色偏灰黑，難以製作淺色布料。但透過改良添加料，展頌現在已能生產淺色發熱紗，克服了顏色限制。此外，產品的抗菌功能是透過將長效型銀離子整合到紗線端，具永久性效果，不會因為水洗而消失。



圖說: GREENLON® CL & Anti-UV 冰涼&抗 UV 系列，以綠色環保纖維加入礦石粉體，快速排除熱能。



圖說: FUN-MAX® 長效機能性紗線具特殊斷面設計，提供光澤、吸濕、涼感、保暖與防風等多重功能。

突破良率限制，異形斷面成技術核心

展頌黃特助受訪時分析，由於技術已趨近成熟（學習曲線趨緩），紡織業在布料開發上要有新的突破越來越困難，因此業界普遍回歸到材料本身去改質紗線。展頌的技術核心 - 異形斷面設計正是如此，「這是將環保與機能結合起來最快、也最基本的方式。」常見的斷面形狀包括 W 型/十字型（溝槽效應能讓水分子更容易滲入纖維，訴求吸濕排汗）、中空型（訴求保暖）以及與客戶共同開發的一字型斷面。

其中一字型斷面透過改變紗線結構，不需要貼膜就能強化防風及撥水效果，穿起來更輕薄透氣。然而像一字型這種特殊的形狀，紗線的結構排列對於良率與穩定性是很大的挑戰。「我們跟其他（同業）最大的差別就是在良率，」黃特助強調。他回憶起一字型紗線剛開始研發時的艱辛，由於形狀特殊，生產過程中面臨極多變因：現場加熱溫度的微幅波動、尼龍原料批次的些微差異、甚至是操作人員的手勢動作，都可能導致紗線變形。「當初在研發時，良率只有 30~40%左右，」黃特助坦言。為了克服這個瓶頸，展頌耗費大量的時間與精力，建立了一套嚴格的技术條件與管理流程（SOP），確保紗線每一次生產出來的細長比與形

狀都能維持穩定，目標是將量產良率提升到至少 90%以上。

當創新不再稀缺 - 展頌的客製化之道

客戶要的，往往是「沒有看過的東西」，身為全球眾多供應商之一，如何做才能突破這個盲點？黃特助分享了一個難忘的親身經驗：多年前在展會上，他花了 20 多分鐘，興致勃勃地向一線品牌的研發人員推銷新構想：「利用假撚 (DTY) 技術，讓布料產生蓬鬆感，創造既輕量化又厚實飽滿的效果，還能降低成本.....」沒想到客戶卻告訴他，這項技術已經被某位日本專家落實應用了。這讓黃特助很快意識到紡織業面臨全球競爭的現實，「全球參與紡織品開發的設計人員多達幾千、幾萬人，任何單一的創新想法都可能很快被實現。」

這段經歷讓展頌更堅定地將核心競爭力放在「客製化開發」與「良率」上。「我們唯一真的能拚的，就是往改良 (紗線改質) 的方向走，」黃特助強調。台灣在供應鏈中的優勢其實與日本非常相似，就是專注於「小量開發」和「核心技術」。如今展頌與日本客戶維持著長期穩定的合作關係：由日本品牌提出技術構想，再交由展頌負責將其實踐在紗線或布料上，體現展頌的研發能量。

台灣與越南的垂直整合佈局

展頌耕耘客製化開發的模式長達二、三十年，面對疫情引發的供應鏈斷鏈危機、中美貿易戰及關稅壁壘，展頌以「台越分工、垂直整合」的戰略佈局因應。研發主力仍鎖定在台灣，專注於紗線客製開發以及高階 (如 DTY 拉伸變形、ATY 空氣變形) 技術，也直接對品牌商客製化開發紗線。而越南廠方面，主要服務運動 (Sports) 品牌，客製化開發布料。由於運動服市場的主流仍是聚酯纖維，黃特助透露，越南廠的訂單中，使用尼龍的比重大約只有 20%~30%，與台灣的訂單有所區隔。

2015 年展頌成立越南廠以來，黃特助就參與其中的建設過程：2017 年開始建廠並逐步擴展，2019 年啟用染整廠、2022 年底設立經編廠。這一路走來篳路藍縷，還碰上 2020 年的疫情。經過多年努力，2025 年越南廠不僅營運狀況良好，更已實現獲利。越南佈局最大的紅利，來自於地緣政治的轉單效應。由於中美貿易衝突提高從中國大陸出口的不確定性，一線品牌紛紛要求供應商採取「中國+1」策略，將供應鏈轉移至東南亞；越南擁有完整的供應鏈，自然成為首選，對展頌越南廠而言是利多。

以穩定實力與前瞻布局，打造下一世代競爭力

展頌的版圖並不只侷限於服裝布料，其以尼龍 6.6 為主的 Dura-fila[®] 高強度尼龍紗廣泛應用於安全氣囊、降落傘、軍用品等國防與交通安全領域。黃特助指出，這類工業用紗線雖然也會受到對等關稅的影響，導致訂單減少或客戶保守觀望，但由於是剛性需求，即便價格上漲，客戶仍會持續採購。

展望未來，缺工問題與訂單外移是展頌面對的兩大挑戰，對此展頌一方面深化客製化研發與垂直整合以鞏固客戶，另一方面則以自動化與智能化作為提升競爭力的利器。黃特助舉例，透過 AI 程式與大型語言模型快速擷取 Nike、Adidas、Lululemon 等龍頭品牌的財報與法說內容，再結合人為判斷，能更快掌握未來需求。同時，公司也規劃在辦公室導入智能化工具，包括自動回覆郵件、名片拍照後自動發信等日常應用，讓行政作業能真正「省時又省力」。至於產線端，雖然自動化必須投入大量規劃與成本，但在台灣少子化與紡織產業人才招募愈加困難的情勢下，仍是無可避免的方向。

展頌也將持續投入織物回收 (Textile To Textile, T2T) 的研發，雖然目前品牌商的「2030 年淨零排放目標」多少受經濟景氣影響，落實的力道不如預期；「但我們 (供應商) 看的是 10 年、20 年以後在產業中的位置，」黃特助相當清楚供應商的永續腳步不能停下來，必須持續投入 T2T 的研發，特別是在展頌的根基 - 尼龍回收的部分。面對全球政經紛擾與供應鏈變局，展頌不僅跟上品牌商的策略轉變，更努力提前準備，為企業打造長期成長曲線。

資料來源：本文為人纖製造公會於 2025 年 TITAS 展期間所規劃之會員公司深度訪談計畫成果之一；該計畫共完成 11 篇專訪文章。