

2021 第 11 屆全國大專院校倫理個案分析暨微電影競賽

中文個案主題：時尚內戰 2.0

永續倡議內戰

福爾摩沙大學的學生會正在考慮再發動一次促成大學生對環境可持續性採取行動的活動。去年，學生會在校園內提倡的手搖杯回收月獲得了成功，因為喚起了學生關注於塑料汙染問題。去年的活動最後帶動了全台灣 20 所大學的手搖杯回收大串聯，並且成功地讓主流媒體跟進報導，促使了幾家手搖飲知名品牌大聲表達會更積極參與杯子回收。學生會認為學生作為消費者已經逐漸了解自己在消費選擇上具有自主權，並且真正地讓大公司提高永續投入水準。

學生會這次將目光轉向了時尚服飾業。隨著社企流、各地永續發展協會、與許多社會企業的倡議，讓年輕人對氣候變化和應對環境危機方面投入更多關注。學生會原本希望能依照先前手搖杯回收活動經驗，先喚起全國大學生對於時尚服飾業的關注，從而影響全國人民的關注。然而，學生會內部出現了另一派觀點，認為改變人們對於時尚服飾消費行為太過困難，應該關注整個時尚生產價值鏈的生產與管理問題。學生會兩派激烈辯論哪一個方式才能產生最大影響。

福爾摩沙大學學生會

福爾摩沙大學是台北市的一家私立綜合大學，重視媒體、新聞、藝術、設計、商業管理等領域。學生只須搭捷運或是騎車就可以在 30 分鐘內到達信義區，Gap、H&M、Zara、UNIQLO 等知名品牌比鄰而立。

福爾摩沙大學的學生在過去幾年重要社會運動中嶄露頭角，許多社會運動的領導人都是來自於學生會。目前大三新聞系的 Teddy 是學生會會長，他是去年手搖杯回收構想的發起人。Jean 是副會長，設計系大三學生，她是串聯全國學生會參與手搖杯回收的關鍵人物。Tina 是公關長，新聞系大四學生，她藉由主動聯繫已在媒體行業任職的學長姐，以及精確釋放議題而讓全國關注手搖杯回收活動。這三位因為去年的手搖杯回收活動，而一同成為「視野雜誌」今年初的未來青年領袖專題報導人物。

Teddy 認為今日學生會不應該只是重視大學治理議題，而是應該積極地參與永續倡議。Teddy 發現很多中生代教授們參與了大學社會責任計畫，並且身體力行地帶領著學生動手解決各種社會與環境問題。他認為學生會若能以一個又一個的永續倡議來影響大學生的認知，將會有助於加強大學落實其社會責任的目標。

Teddy 在「新聞倫理」課程看了“The True Cost”這部紀錄片之後，決定學生會接下來應該朝向面對快時尚行業負面影響提出倡議。Jean、Tina、Henry 與其他學生會幹部看完了這部紀錄片之後，也贊成 Teddy 的提議。Teddy 在 LINE 幹部群寫道：「我認為這次活動目的一樣是喚起大學生們負責任消費意識。我們去年成功了，今年也可以。我們下星期三晚上大家提出具體想法與支持自己想法的提案！」

了解快時尚

時尚市場可以分為三個主要部分：奢侈品、高端和大眾市場。近年來，社會大眾關注的是面對大眾市場的時尚業負向影響。時尚業務的大眾市場部分包括以基本款為導向的零售商，以及潮流為導向的快時尚品牌，這些品牌以年輕、注重時尚、注重划算價格的消費者為目標。快時尚是該細分市場中最大的參與者，該細分市場專注於快速提供極低價的時尚服裝。快時尚品牌的設計團隊密切關注大規模（例如時裝秀和社會趨勢）或小規模（例如名人風格）趨勢，複製它們，並每兩到四個星期向消費者推出新款式。因此，快時尚品牌沒有季節性系列；相反的，他們全年不斷發布新款式。快時尚品牌的代表公司是 Zara，採取垂直整合將所有營運活動（設計、生產、分銷和品牌傳播）都置於公司的直接控制之下。垂直整合使得該公司保持供應鏈的精簡和快速反應，這可以在顯著縮短交貨時間（從設計到商店上架只需兩週！）並維持低成本的同時又可快速補貨流行款式。低成本意味著快時尚品牌必須保持較低的利潤率。然後通過顯著的商品周轉率產生收入，從而產生大量的銷售量。

“The True Cost”紀錄片指出，傳統零售商和快時尚現有模式對環境和人力資源嚴重剝削。在全球總碳排放量中，單就時尚產業已占一成，甚至超過航空與物流業的總和，也是世界上主要耗費水資源的第二大產業。然而，發展中國家積極地爭取時尚大品牌的生產訂單，持續傷害生態環境、永無止盡削減勞動成本，以滿足發達國家低價快時尚服裝的需求。對於成衣廠工人來說，在不安全的工作條件下、工資低、工作時間長、面對大量且時間急迫的訂單，以便零售商可以快速在他們的商店中展售最新的、流行的時裝。2013 年孟加拉拉納廣場大樓倒塌導致 1,100 多名工人喪生，顯示在低成本競爭環境下犧牲發展中國家勞工工作安全的不堪現況。時尚行業的供應鏈是一個模糊的、幾乎無法追蹤的龐大網絡，涉及數千家供應商，如果發生任何違規行為，這些供應商無法得到充分監控和追究。

“The True Cost”紀錄片也指出，有一些設計師、消費者、與時尚品牌開始倡導消費者購買符合環境永續精神的服裝，甚至是降低消費新衣欲望。然而，價格與道德之間存在矛盾——符合可持續時尚的時裝通常較貴。對於無力消費具有可持續時尚的中下階層人們，他們購買低廉時尚是不得已，而非不道德。紀錄片還提到了處理大量賣不出去的

服裝造成嚴重環境汙染。諷刺的是，發達國家消費者捐舊衣、或是時尚品牌大廠將庫存衣捐給發展中國家，反而壓抑了這些國家的本地服裝行業發展。

分歧的觀點

星期三晚上 7 點，Teddy 清點了學生會辦公室的參與者之後，把準備好的簡報資料發給大家。簡報封面寫著：「時尚消費覺醒」。

Teddy 自豪地向幹部說：「我們去年手搖杯回收活動非常成功，我認為關鍵在於我們成功地讓社會大眾意識到每天喝進肚子、帶來快樂的手搖杯，那些僅使用一次的杯子造成了多少資源浪費與環境汙染。我回顧去年的成功，我認為我們的倡議策略非常正確。手搖杯的主要消費族群之一是大學生，只要先喚起大學生的注意，並帶動行為改變，之後就會很快地影響一般消費者的行為。」

Teddy 注意到幹部們對於他所說的話點了點頭，於是他繼續說著：

「大家都看過了“The True Cost”，我相信你們看完後應該跟我一樣震驚，原來快時尚造成這麼多問題，滿滿地剝削與迫害。就我的觀察，大學生是快時尚的主要消費族群，誰不喜歡價格實惠、款式多樣的好看衣服？可是有多少大學生認知到快時尚背後的負面問題？這一次提案，我提出『慢時尚』活動，不要一直買便宜的新衣服，與其買了一堆只穿一次的衣服，不如買一件真正喜歡的東西。我們也可以倡導大家多買二手衣，根據紀錄片所提到的，多數快時尚衣服只穿個兩、三次，二手衣跟新衣幾乎沒有差異。大家覺得呢？」

Teddy 望向所有人，他看到多數人都點頭了。

「我想提出不同的觀點，我不是反對『慢時尚』提案，但是，我看完“The True Cost”之後，我覺得與其改變消費者的消費模式，不如督促整個生產體系做出調整、改變。」Jean 說。

Teddy 有些訝異，沒想到 Jean 會提出不同的想法。Jean 站了起來，把事先準備好的提案簡報發給了所有人。

「生產覺醒」，這是提案簡報封面鮮明的四個大字。

Jean 說道：「這是我跟 Henry 一起準備的提案。看完紀錄片之後，我最大的啟發是時尚工業的生產體系才是最大問題。所以，我找了 Henry 討論應該怎麼從生產面著手，我們認為要求零售品牌揭露負責任生產實情與採用環保回收材質比例，才能根本地改變現今時尚工業浪費與不安全的現況！」

Henry 是學生會的活動長，是 Jean 的同系同學。他接續 Jean 的話：「我查了很多資料，試著找到這些消費者覺醒活動是否產生效果，結果很讓我失望。的確過去幾年出

現了好幾家二手服飾交易大平台，例如，The RealReal、Poshmark，但是這些平台並不是針對快時尚低價二手衣交易，而是奢侈品啊！」

Henry 對著 Teddy 說：「會長，你可以問一下你女友會不會買二手的 Zara 或是 H&M 衣服來穿，就知道為什麼倡導買二手衣不可行了！」

當場大家笑了出來，讓 Teddy 有點窘迫。

Jean 出來打圓場：「我們想表達的是快時尚衣服太過便宜了、樣式太過誘人了，實在很難讓大學生、以及社會大眾剁手不買。我擔心慢時尚最終很難引起廣泛關注，也就不必期待人們改變消費行為了。」

「我先說我支持會長的提議，我們熟悉怎麼倡議消費者行為覺醒，跟各校學生會已有良好關係，我們在過去一段期間也跟媒體密切地於消費覺醒議題上合作。我不太了解為何不延續之前的成功經驗？消費者覺醒可以在社群媒體的快速擴散開來，也可以很快地組織各種實踐活動，想一想，舉辦一個為期 3 個月的二手時尚 OOTD 挑戰比較容易，還是讓快時尚品牌揭露生產資訊容易？我覺得你們會不會想得太過天真了？天啊，你們甚至還要這些品牌揭露採用環保回收材質的狀況？」公關長 Tina 有些激動。

Jean 想要說話，但是 Tina 揮手阻止她，「先讓我說完。會長提出的『慢時尚』是非常可行的，而且我們幾乎不須太多準備就可以開始進行！我之前在塑膠瓶回收活動時，就注意到各種消費者覺醒活動，例如，慢食運動，這是讓大家放慢生活腳步，不要過度追求速度的倡議。我覺得會長提到的『慢時尚』應該也是同樣的道理。讓大眾意識到過度消費、講究效率的生活對自己的健康不好，也對環境不好。」

「我實在不認為這種讓大學生感到內疚的方法能改變人們行為。還記得去年我們在做活動時，有一家手搖飲店老闆問我們：『你們知道為什麼飲料店要提供半糖、微糖、無糖的選擇嗎？』」Henry 問大家。

「因為選擇沒那麼甜的飲料，感覺比較不會胖，心理壓力沒了，飲料就多買幾杯。」一位幹部回答。這個回答不禁讓大家笑了出來，沖淡了一些緊張氣氛。

「對！就是這樣！消費者、快時尚品牌總是會找到好理由來解除內疚感的！」Henry 得意地說。

Jean 試著將眾人注意力拉回到生產覺醒：「大家看一下第三頁到第五頁，我來說一下怎麼樣推動生產覺醒。」

她提出集合各校學生會力量來完成三項任務：

1. 台灣是環保回收纖維的生產大國，也是眾多快時尚品牌的主要接單基地，我們應該與各永續發展協會、主流媒體合作揭露成衣製造商出貨給快時尚品牌的真實狀況。

2. 揭露快時尚品牌目前擁有的可持續發展產品。這些可持續產品線必須提高勞工薪資至合理生活水準、提高工作安全保障、增加可追溯性生產足跡、採用低汙染或是環保回收材質。
3. 仿效“Good on You”（一款提供時尚品牌道德程度的 APP），評比台灣服飾品牌的道德生產水準，以供消費者選購參考。

Jean 花了近二十分鐘說明這些想法，「最後，我想告訴大家，在歐美國家這些行動表面上看起來有了成果，有些快時尚品牌宣佈 2025 年將採用 100% 永續原物料製造衣服。但是，實際狀況是這些品牌，還有他們背後的生產體系沒有透明地揭露訊息，他們也沒有誘因引導消費者改變消費行為。我們應該促成生產者、時尚品牌往責任生產努力，而不是只是要求大學生、一般民眾少買一點。」

Tina 扳著臉，提出她的質疑：「副會長你離題太遠了，我們哪有那麼多心力與能力去做這些事？為什麼我們在上一次活動大獲成功？因為我們從大學生、社會大眾有感的方向下手！從源頭監督整個生產活動的確很重要，但是，我們是媒體嗎？我們是專職做這些事的人嗎？我們有多少資金可以投入調查？拜託，實際一點！我建議會長停止討論責任生產，回到消費覺醒主軸！」

她語畢，全場安靜無聲。

Teddy 打破了沉默局面，「Jean、Henry，還記得我們當初為什麼要做手搖杯回收倡議嗎？因為這個倡議能夠讓大學生感受到環境永續重要性。為什麼這次我一提出時尚服飾業的永續議題，大家很快地同意朝這個構想發想倡議活動？因為你們跟我一樣都可以感受到這是大學生很有感的倡議。我希望一個又一個的倡議帶動全國大學生提升對環境永續議題的敏銳度。」

Jean 皺起了眉頭，抿著嘴。

Teddy 注意到 Jean 的表情，繼續說著：「Jean，我們如果轉向生產者覺醒，我們整個學生會就成了一個環保稽查組織了。你跟 Henry 的提案內容遠遠超過我們的能力範圍，如果我們往這個方面前進，未來我們無法再談更多的環境永續議題了。」

Henry，「會長，我覺得要做到生產覺醒並不難啊。我們又不是第一個做這件事的人，歐美已經有很多團體、機構示範給我們看怎麼做了。我們偷懶一點，先當個搬運工就好。不然，我們聯絡這些外國機構，或是跟社企流、各地區永續發展協會合作，請他們指導我們怎麼進行。現在也不是福爾摩斯大學學生會單獨奮戰了，我們可以串聯全國那麼多大學學生會，還有公關長之前打下的媒體關係基礎，我很樂觀預期這會跟去年活動一樣成功的。」

Jean 緊接著說：「會長、各位，快時尚是個非常龐大、複雜的行業，就讓我們起個頭開始面對真正難題。我們也不要這麼大的壓力，覺得所有生產覺醒問題都得在我們這屆學生會手上解決，往後各屆學生會都可以繼續面對這個議題。我認為，有了生產者覺醒當基礎，日後消費者覺醒才能事半功倍。」

Tina 一臉不耐地說著：「你們真的是過度膨脹自己的能力了！倡議就是要讓大學生有感、社會大眾有感，要有群眾支持聲量做為基礎，才有可能促成生產覺醒。我從頭到尾反對我們現在就投入生產者覺醒活動！」

接著，有人附和 Tina，有人則是支持 Jean 與 Henry 的方向。有的幹部甚至提出兩個方案都做的想法。Teddy 耐心地聽著，並且飛快地記下各方討論觀點在筆記本上。20 分鐘後，他發現討論氣氛已經過於高漲，許多人站著大聲說話。

Teddy 出聲要求停止討論，「我得說今天的討論出乎我的意料，我認為這些討論都是好的、正面的。目前會議已經開了將近 2 個小時，各位至少現在已經有『消費覺醒』與『生產覺醒』兩個提案方向了。我不認為我們有辦法兩個方向都做，不必然是兩難取其一，但是至少得做出權衡。我想請各位先好好想一想，下星期三我們再來決定最終行動方向！」

下一步？

Teddy 看到 Tina 與 Jean 一言不發、互不相視地離開了學生會辦公室，他因此感到悶悶不樂。Jean 的提案雖然與他的提案大相逕庭，但是若是做得好，會是非常有影響力的。同時，Tina 也說出了她的心裡話，消費者覺醒是考量現有人力資源與能力下，較有把握的方向。

Teddy 獨自一人騎著 YouBike 在校園閒晃著，他想著，在過去一年誰也沒有想到一群大學生竟然能夠帶動如此成功的倡議行動。有了去年的經驗，他的確感受到大學生愈來愈有熱情在現今社會扮演變革者，改變這個不公平、不公正、不永續的環境。

「在下週三會議之前，我或許得先搞清楚學生會在社會倡議活動應該扮演的角色。」他喃喃自語地說著。

討論問題

1. Teddy 與學生會應該選擇「消費者覺醒」還是「生產者覺醒」做為活動主軸？為什麼您認為這是比較好的選擇？

2. 「消費者覺醒」與「生產者覺醒」各自涉及哪些利益相關者的利益？就三重底線（TBL）或是 3PL（people, planet and profit）而言，他們所提出的消費者覺醒與生產者覺醒各自如何解決可持續性難題？
3. 基於您建議 Teddy 與學生會的選擇，你認為應該怎麼衡量倡議活動的「成功」？具體來說，您認為倡議活動有哪些規畫與執行重點？