一條蝴蝶結 見證紡織業高值化奇蹟

緞帶王織帶文化園區 找回台灣「手創」的感動

過去，台灣曾有相當完整的紡織產業鏈，將整經、織造到印刷的繁複程序專業分工；
然而紡織業群聚締造的規模經濟，仍禁不起大環境變遷的衝擊，工廠紛紛外移另謀出路。
在紡織產業的出走潮中，從內銷代工到進軍國際的縉陽企業，
決心以「緞帶王織帶文化園區」根留台灣，保存緞帶完整的生產流程，
一同見證傳統產業轉型茁壯的奇蹟。

文 陶曉嫚

1970年代，美國等先進國家的勞力密集產業外移，台灣加工出口區，從農業社會轉型為工商業社會。當年還是一介學徒的縉陽企業有限公司董事長吳世長，在這樣的時代背景下，進入叔叔的服飾補料工廠，每天接觸琳瑯滿目的蕾絲、紐扣與緞帶，自此與緞帶結下不解之緣。

緞帶類型主要分為成衣、民生裝飾兩種，當時，緞帶的供應鏈全由日本主宰，工廠經常為了配合日商進貨而人仰馬翻，這讓吳世長不時思考，台灣應該自力生產緞帶取代進口。

「於是退伍後，我就朝這塊開始，買最簡單的機台、從最簡單的技術學起，這是一段從無到有的過程。」吳世長回憶，從1986年開始緞帶的染整代工，他與妻子帶著型錄、色卡跑遍台灣各地織帶市場，向台北迪化街、延平北路等地的中盤商推銷，弟弟則專注產品研發，如此打拼了六年，才打造出真正具有貿易能力的縉陽公司。

吳世長秉持
「MIT產品必須以技術拉升產品價值」的理念，
切入花藝、節慶用的裝飾緞帶領域，
因此打開歐美市場。

代工起步 編織三十年成就緞帶王

早期，縉陽的生產線主要供應內需市場，製造花樣較單純的服飾鞋包輔料，但這個技術含量少的領域，當大陸和東南亞國家挾廉價勞力優勢，來爭奪市場大餅時，許多台商受不了微利競爭，紛紛關廠賣機器，不然就是外移出走，這令吳世長也一度掙扎。然而，借鏡同業經驗讓他體悟到，想要生存下來，除了在大陸內地設廠，MIT產品必須以技術拉升產品價值，切入花藝、節慶用的裝飾緞帶領域，打開外銷歐美市場的藍海。

針對聖誕節、情人節等主題所設計的緞帶，經常需要印刷金蔥粉、縫合多種材質的緞面、在花俏的滾邊內加鐵絲，每多一道工法，就讓生產難度更高

一層。同時，禮品緞帶的需求是少量而多樣化，歐美消費者不僅求快速，更講究緞帶的品味與精緻度，希望一條緞帶就能包裝出心意和新意——技術面考不倒吳世長，但要將事業版圖拓展到海外，這條轉型的路，走得蓽路藍縷。

「以前拎著皮包就可以去拜訪客戶，英文一句都不懂也吃得開，現在要帶著英文秘書參加各種海外展覽，跟全世界的競爭對手搶訂單！」吳世長印象最深的一次，是和美國客戶約定在聖誕節前夕談生意，突如其來的暴風雪卻讓所有航班都亂了套，千辛萬苦趕到客戶家門口，客戶只丟下一句「You're late！」，就讓他孤立在大雪中吃閉門羹。

即使受到如此冰冷的對待，吳世長還是鍥而不捨地聯繫、拜訪客戶，終於讓比縉陽更具規模的織帶工廠決定下單。一開始縉陽透過貿易商，將產品外銷到東南亞、中東與歐美，後來品質好、設計佳的MIT緞帶被美國大賣場Costco相中，直接讓縉陽的產品在賣場上架販售。

二次轉型為觀光工廠 向寶島的紡織業致敬

目前縉陽約有五萬種緞帶品項，吳世長為了平衡禮品緞帶的淡季、旺季，除了成衣緞帶之外，還開發出化妝品緞帶、食品緞帶等各種新品項，讓緞帶可以被塑膠或玻璃封裝在拐杖、雨傘甚至廚房鈷板下，絢麗的花紋不會磨損、退色，完全跳脫過去傳統產業「一項產品養活一座工廠」的模式。

「做緞帶做了大半輩子，總覺得應該讓紡織業在台灣留名，向這塊土地上努力的身影致敬。」吳世長感性地說，會想要二次轉型觀光工廠，是因為自己的理想與期許，所以投資逾新台幣二億元在彰濱工業區購地，並花了一千多萬做內裝，成立「緞帶王織帶文化園區」，希望以免費參觀吸引更多遊客，來認識一條鞭的織造生產過程，並感受到一條蝴蝶結繫起的幸福感。

在織帶文化園區內，遊客還可以親上前線，執行紡織中最辛苦的「穿紗」。首先要釐清許多條經紗，將它們正確穿過整經機上的停電片與鋼扣進行織造，接下來還需要進行第二次穿紗才算完成，在這邊可以看到一群遊客聚精會神地自我挑戰，簡單的動作卻有大學問，經過這番體驗後，所有人都由衷佩服第一線作業人員的巧手，以及紡織業的辛苦。走過無數緞帶交織成的七彩走廊，遊客在強大的視覺震撼下，還可以透過偌大的玻璃窗，親眼目睹緞帶整經、織造、染整、印刷、針車、包裝的一貫作業。

一開始，緞帶王只有展示與體驗，但是許多遊客參觀後，都希望買漂亮的緞帶當伴手禮，「工研院的輔導團隊告訴我們，一間觀光工廠，要讓客人帶走他喜歡的東西，所以我們增加了DIY課程以及展售中心，營收也大幅提升。」吳世長笑道。

在工研院輔導團隊的建議下，緞帶王新增了禮品設計部門，雇用了二十幾位設計師研發新產品，從人氣商品飾品架、手拉花、緞帶晚宴包，到高科技的時光膠囊緞帶手環、LED緞帶金縷衣、LED緞帶星光馬甲一應俱全，讓遊客玩得開心、買得盡興，短短一年內就讓人力投入損益平衡。

在工研院輔導團隊的建議下，緞帶王新增了禮品設計部門，讓遊客玩得開心、買得盡興，短短一年內就讓人力投入損益平衡。

緞帶王從2011年8月成立至今，吸引了超過50萬人次造訪，現在也被列為台灣好行觀光巴士的停靠站之一，與白蘭氏健康博物館、台灣玻璃館並列為彰濱工業區的三大亮點，「從製造業縉陽到品牌緞帶王，我希望讓傳統產業蛻變為時尚產業。」吳世長許下宏願，希望在「手創」的感動中，再創台灣紡織業高值化奇蹟。