

國立台中女子高級中學九十七學年度人文暨社會科學實驗班  
專題研究成果

社頭鄉織襪產業發展史

學生：劉岱欣 撰

指導老師：林淑華老師、劉 瑋老師

中華民國九十八年六月

## 中文摘要

社頭人說「剃頭婆，看面水；社頭兄，相大腿。」社頭鄉是為台灣織襪產業的重鎮，由襪子王國社頭所生產的各種襪子，佔全台灣市場七十%以上。在台灣經濟起飛之時開始蓬勃發展，產業為當時的台灣帶來了巨額的外匯。

近二十年來，政府積極推動台灣的高科技產業及服務業的發展，以高附加價值的產品為重點支持對象；加上市場日益開放、內外環境變動快速、對岸世界工場低價競爭，過去傳統產業的勞力、成本和政策等優勢日漸消失，在市場上的競爭對手也逐漸增加。但相對於台灣其他眾多勞力密集之紡織工業的外移與沒落，社頭鄉織襪產業在面臨激烈競爭環境之下，並未外移或消失，反而是形成當地特有的產業文化，顯現了這個產業在社頭鄉的特殊性，也因如此，在這裡，研究者從各文獻和鄉民的訪談中，試整理出社頭鄉織襪產業的發展脈絡和其在地化的過程。

社頭鄉織襪產業大致可分為三個時期：戰後~1950年代，是為社頭鄉織襪產業的開端；1960年代~1980年代，此時魏氏家族投入大資本成立絲襪廠、政府政策的鼓勵和織襪產品開始外銷，中雖有經歷兩次石油危機和政治動盪，但產業整體仍不失處於蓬勃發展的階段，此階段是為鼎盛期；1990年代起，許多開發中國家崛起，相對擁有勞力優勢，至此，社頭鄉織襪業者將產品推入另一個層次，走高單價、高品質路線，此階段是為轉型期。

而在社頭鄉織襪產業變遷的過程中，社頭鄉的織襪業者和鄉民，也因為產業的變革，生活也隨之改變，此外，社頭鄉的人文景觀，也因織襪產業的存在有所不同。社頭鄉在從原本的傳統農村到全台灣的「織襪王國」過程中，改變的不僅僅是產業本身，對於社頭鄉的人、事、地、物，都帶來深遠的影響。

## **第一章 緒論**

第一節 研究背景與動機

第二節 研究目的

第三節 研究方法

第四節 文獻回顧（因字數限制故暫且刪除）

## **第二章 社頭鄉織襪產業的變遷**

第一節 社頭鄉織襪產業的開端(戰後~1950 年代)

第二節 社頭鄉織襪產業之鼎盛期(1960 年代~1980 年代)

第三節 社頭鄉織襪產業之轉型期(1990 年代~)

## **第三章 產業對於社頭鄉生活的轉變**

第一節 社頭人民生活的改變

第二節 產業對於環境和景觀的轉變

## **第四章 結論**

**附錄**（因字數限制故暫且刪除）

附錄一 社頭鄉織襪產業大事紀

附錄二 彰化縣社頭鄉織襪王國特色產業輔導計畫

## 第一章 緒論

### 第一節、研究動機與目的

社頭鄉位處彰化縣境內，其產業結構偏重農業，但它和縣內其他鄉鎮最不同之處，在於這裡有許多從事食品、紡織、染整、成衣、塑膠的工商業居民。其中，織襪產業的襪子和褲襪產量最大，更行銷到世界各地，社頭人說「剃頭婆，看面水；社頭兄，相大腿。」社頭鄉是為台灣織襪產業的重鎮，由襪子王國社頭所生產的各種襪子，佔全台灣市場七十%以上。在台灣經濟起飛之時開始蓬勃發展，產業為當時的台灣帶來了巨額的外匯。

近二十年來，政府積極推動台灣的高科技產業及服務業的發展，以高附加價值的產品為重點支持對象；加上市場日益開放、內外環境變動快速、對岸世界工場低價競爭，過去傳統產業的勞力、成本和政策等優勢日漸消失，在市場上的競爭對手也逐漸增加。但相對於台灣其他眾多勞力密集之紡織工業的外移與沒落，社頭鄉織襪產業在面臨激烈競爭環境之下，並未外移或消失，反而是形成當地特有的產業文化。

自小生長於社頭這塊土地，從小便看著來來去去滿載襪子的貨車在街頭穿梭，由於這層地緣關係，對於家鄉產業文化有非常大的認同感與熟悉感。並期望在研究過程中，深入了解織襪產業在社頭的影響力與相互的依存關係、產業發展上面臨的助力與阻力、政府和民間業者在其中所扮演的行為角色。

在本篇研究中主要探討的有下列幾個面向：首先，了解社頭鄉織襪產業的發展歷程與演變。社頭鄉的織襪產業始自一位外地人引進第一台織襪機，至今成為傲視全台的織襪王國，外部環境和內在因素的變動都是發展的關鍵要素，分析一個產業的發展便要先了解其歷史，此乃研究目的之一。

其次，研究者要鄉民生活的角度切入，了解織襪產業對於社頭在地所帶來的影響和景觀變化，此乃研究目的之二。

## 第二節 研究範圍

本文探討對象為社頭鄉織襪產業，研究區域為社頭鄉，其概況說明如下：

社頭鄉位於彰化縣東南角，八卦山麓西側，東北鄰於員林鎮，東南銜接田中鎮，西南緊鄰田尾鄉，西北與永靖為鄰，東側為南投縣（見圖）。地形上除了東面為八卦山脈丘陵區，有部分山陵、台地外，西面有四分之三為彰化平原一部份，全鄉總面積為 36.1449 平方公里。

交通方面，其主要是仰賴鐵路和公路運輸，西部縱貫線經過本鄉西側，但僅有區間車和少數復興號停靠，而鄉內主要聯外道路是以縣 137 線（山腳路）與縣 141 線（員集路）為主，東西向以新雅路、社斗路、清水岩路與社石路為主。本鄉雖位於彰化縣較偏僻的位置，但近年來林厝交流道的開放與高鐵（下圖黃線）田中社頭站的規劃，本鄉交通網路也日益發達。

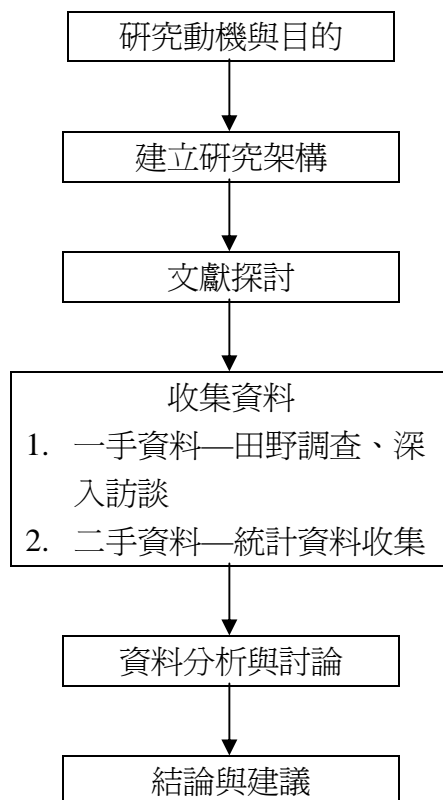
在行政區方面，社頭鄉主要區分為 24 個村，至民國 96 年止，戶數為 11898 戶，人口合計為 45498 人。

根據民國 96 年的彰化縣統計要覽，社頭鄉在農業方面，戶數為 3727 戶，農戶人口數為 15130 人。水田以水稻為大宗作物，次為蕃石榴，早年以龍眼、鳳梨、荔枝等為主要作物，果菜批發市場以蕃石榴交易為主。蕃石榴在本鄉栽培已有三、四十年歷史，已成為本省蕃石榴主要產地之一，更有「蕃石榴王國」之美譽。

本鄉重要工商業，織造襪子、成衣、鬆緊帶、緞帶工業為主，尤以襪子、絲襪聞名全球。台灣有百分之六十至七十的絲襪由社頭生產供應，成為社頭鄉內重要產業之一。



#### 第四節、研究流程與步驟



本研究分為兩部份進行，一為收集相關文獻資料，諸如產業界、學術界和民間研究團體發佈之相關訊息、國內織襪進出口數據等文件和資料進行統整分析與探討，並配合比較。但由於織襪工業為紡織工業中一環，甚少有文獻資料將其獨立介紹，故本篇研究將以深入訪談作為主要的資料來源。二為訪談資料，連絡位於社頭鄉的織襪廠、中型代工廠和小型代工廠以及與織襪產業活動相關的業者與社頭鄉鄉民，進行深入訪談，並就其內容做整理分析與討論，並從中做出結論。在訪談的部份，相較於文本的資料，不僅可以取得較新的訊息，更可以深入了解目前產業的在地化程度和產業經營情況、外在因素的困境和調整因應的過程。

## 第二章 社頭鄉織襪產業的變遷

織襪產業由於在其製造與過程上有其特殊性，在產業發展的過程中，織襪產業在生產方式與經營型態上均產生極大的變革，而社頭鄉在台灣織襪產業的發展中佔有相當重要的地位，隨著整體織襪產業的變化，也帶動了社頭鄉織襪產業的變化，同時，因為製造過程的特殊性，勞力投入方式的改變，也使得鄉民的生活隨之改變。是以，在談織襪產業的歷史前，在這裡先了解織襪產品製造的過程和名詞，以便在以下行文中對於其背景有所了解。

織襪產品可區分為兩種：一為「粗襪」，即一般所穿的襪子，如棉襪、尼龍襪等，二為「細襪」即所謂的絲襪。此二種區分的標準取決於織襪機台的針數，以細襪為例，每四英吋之襪筒的針數在 360~500 針之間不等，而粗襪則是在 180~220 之間不等。

雖然織襪種類繁多，但是不同的襪子其運用的材料及織襪機台的種類亦不相同。不過其製造過程大致上則是相同的：在設計、打樣後決定生產成分的原料成分比例，再利用織襪機台編織成襪子半成品（又稱襪筒）。然後縫合其腳根與腳尖部分（絲襪則需經過將襪統拼襪的步驟），接下來再繡色紗或染色，再將襪子高溫定型，最後包裝完成。

以棉襪的製作流程為例，生產流程如下：

- 一、設計打樣：與貿易商討論樣式，色彩等細節後敲定訂單，進入製造流程。
- 二、選紗：選擇不同的紗種及色系來搭配作為織襪的原料。
- 三、編織：選好的原料經由織襪機筒狀式編織出圓柱型的襪子半成品。
- 四、縫製：將織襪機台所製成的織襪半成品縫合起來。
- 五、定型：將襪子套進襪型的鐵板，送進蒸氣鍋爐，經由其熱高壓將之定型。
- 六、包裝：定型過程完後，經由小型的生產線將劣質品篩選，加以配雙和包裝，裝訂商標等，而包裝之後就是等待出貨的完成品。

### 第一節 社頭鄉織襪產業的開端(戰後~1950 年代)

在日治時期，社頭鄉可說是一個以農業為主的傳統農村。1936 年為例，全鄉 19552 人中，農業人口就佔了 14653 人，佔總人口數約 75%。此時期在工業的部份，則較不發達，在日治時期僅有少數的食品加工廠如「滄雅鳳梨罐頭工廠」、「新和春醬油廠」、「金源成澱粉廠」、「豐雅蜜餞工廠」、「永豐蜜餞工廠」和各庄頭部落的碾米廠，多屬於農產加工業。<sup>1</sup>

日治末期，原於新竹設立「升記織襪廠」的鄭岑及鄭學父子為躲避盟軍空襲轟炸，從新竹南遷至本鄉，於 1946 年復業後更名「勝利織襪廠」，這是社頭鄉織襪產業的起始點。光復後，鄭岑及鄭學父子除了生產襪子以外，同時又從上海採購手搖織襪機、羅紋織襪機和平車織襪機來社頭販賣。而真正開始由社頭鄉民投入織襪事業則是在 1949 年間，鄭學將織襪技術帶入社頭時，蕭柏南正開始創辦瓊麻工廠，從事草席的編織工作，後來因利潤太低，苦思突破，見鄭學開設的織襪廠似乎較有利潤，便派了兩名女工前往學習，之後輾轉得到初步技術，加上自己的研究，開始製襪事業，同時也說服了已各有所成的兄弟加入，成立了大同實業股份有限公司製造棉襪。<sup>2</sup>社頭織襪產業發展初期，正逢國民政府自大陸撤退，帶來約兩百萬軍民人口，需求量大增，連帶的也增加了許多織襪廠。

<sup>1</sup> 陳國典，《社頭鄉誌》（未刊），1998。

<sup>2</sup> 曾慶國，《彰化縣口述歷史》，1999。

1951年，彰化縣織襪同業公會成立，當時公會會員有五十三家，而襪子一個月間產量有一萬五千餘雙，估計佔全省總產量的60%<sup>3</sup>。韓戰爆發後，美國國會通過共同安全法案，對台灣提供各項經濟援助，而其中美援的棉紗更是依據工廠數、織襪機台數來配給與低價廉售。當時棉紗配給價格極為便宜，約只佔市價的三分之一。由此，當時將原有土地變賣轉而購買織襪機台者便大有人在，只要織襪機台越多，配給的棉紗也就越多，就算不開工，只要轉手將棉紗以市價賣出便有極豐厚的收入了。

直至1952年底，社頭鄉手搖式襪廠計有63家，為全省之冠，但時均為手工製造，規模並不大，所有的織襪業者大都使用日本製的手搖式織襪機，每一部織襪機均需要一人織襪，一天至少工作十小時。在全省114家織襪廠的月產總量七萬四千五百雙中，社頭一地的生產便有五萬打，佔全省總量67.1%。並以台北為最大銷售對象，佔總銷量的50%，台中縣佔30%，佔第二名。<sup>4</sup>

由相關數據顯示：社頭鄉織襪產業在台灣整體織襪產業中約佔了百分之六十，已具有相當之代表性，是以，社頭鄉織襪產業的發展方向其實也就相當於台灣整體織襪產業的趨勢。

表 2-1-1 1952 年底社頭鄉已申請登記工廠數

共計	紡織工業	機械器具工業	窯業	食品工業	其他工業
68	42	1	2	8	15

表 2-1-2 1952 年底台灣織襪工業廠家數的分布

地點	台北市	基隆市	桃園縣	新竹縣	台中縣市	彰化縣	南投縣	嘉義縣市	台南縣市	高雄縣市	屏東縣	共計
家數	27	1	1	15	2	69	1	1	7	1	1	126
比例	21%	0.7%	0.7%	12%	1.4%	55%	0.7%	0.7%	6%	0.7%	0.7%	100%

表 2-1-3 1952 年底彰化縣織襪工廠家數的分布

地點	彰化	和美	伸港	員林	田中	永靖	社頭	二水	田尾	溪湖	全部
家數	7	1	1	2	6	1	39	2	9	1	69
比例	10%	1.5%	1.5%	3%	8.7%	1.5%	57%	3%	13%	1.5%	100%

由表 2-2-1、2-2-2、2-2-3 中可以得知，到了 1950 年代，織襪產業多聚集於彰化縣，有 69 家佔了 55%，其中，更以社頭為最，佔了三十九家。而從社頭鄉的登記工廠數來看，紡織業可謂社頭鄉工業之大宗，在 68 家的工廠中，就有 42 家從事紡織業。

1953 年，政府實施第一個四年經建計畫，將紡織工業列入優先發展項目之一，對於紡織

<sup>3</sup> 聯合報 03 版，1952。

<sup>4</sup> 中國時報 02 版，1952。

工業採取保護和扶持的策略。由於台灣缺乏天然纖維原料，如欲發展紡織工業則必須要以人造纖維為主，在此條件下，台灣開始進口尼龍絲原料。而國外也有伸縮尼龍襪的引進，深受一般消費者的喜愛，爲了迎合市場的需要，大同實業也開始從製造棉襪改成生產尼龍襪，同時也引進了較新的機台，在往後的幾年間投入大量資金並進行一貫作業，甚至在北部也有設廠。值得一提的是，約至 1956 年，由於所需製造尼龍襪原料（伸縮尼龍線）全部由國外進口，況且原料需求漸多，乃有一些襪廠也自行設廠產製伸縮尼龍線，間接開創了台灣的合成纖維絲加工業，上承人造纖維製造業的各種纖維原料，下接下游之成衣工業，對台灣紡織工業基礎的奠定功不可沒。<sup>5</sup>

1958 年 3 月，台灣省織襪同業公會成立，織襪同業公會原屬於台灣省針織工業同業公會，後因謀同業合作並爭取尼龍絲原料外匯收入才由其中分出，當時織襪業主要生產伸縮合成纖維線、鬆緊帶、橡膠絲、褲襪和襪子等產品。<sup>6</sup>

## 第二節 社頭鄉織襪產業之興盛期（1960~1980 年代）

1960 年，美國向臺灣政府建議規劃新的財政方針，政府提出了十九點改革計劃並且通過了「獎勵投資條例」，希望藉由租稅減免，建立良好投資環境，爭取國內商人等投資。同時，政府的經濟策略也由於面臨國內市場飽和的問題，而由「進口替代」轉爲「出口導向」策略，織襪產品也在滿足了國內市場以後，在 1965 年開始外銷到東南亞及日本、1968 年開始外銷美歐、中南美、中東，此時織襪產品出口金額約爲 100 萬美元。

國外需求的增加，使此階段社頭鄉織襪產業走向了鼎盛期，除了美援所配給的棉紗導致鄉民投入織襪事業以外，需要大資本且一貫作業的絲襪廠也建立了起來。魏氏家族是社頭絲襪製造事業的開創者，魏國煌原本從事流動百貨業，後鑽研於化妝品製造，成立美香堂。台灣光復後，進入紡織工業的領域，成立美香織造公司，並轉投資許多子公司製造鬆緊帶、鞋帶、伸縮線、絲襪、成衣、紗線等紡織產品。而後因爲考量勞力與資金等問題，後漸轉型爲織襪工廠。在赴日本考察過後，由日本引進技術與機台全力轉型爲絲襪工廠。相對於傳統棉襪，由於絲襪在機台設備成本和製程技術上均較複雜，魏氏家族在當時投入一億兩千萬元成立四家織襪工廠生產絲襪，分別爲陸友纖維工業股份有限公司（1968 年）、金福隆實業股份有限公司（1970 年）、大和纖維公司（）、福助針織公司（1970 年），進行一貫作業。

魏氏家族第二代有八位兄弟，先後有七名從事織襪業，也陸續建立了各自的織襪工廠。

表 2-2-1 魏氏家族及其品牌

<sup>5</sup> 《重修台灣省通志卷四經濟誌工業篇第一冊》，1998。

<sup>6</sup> 《重修台灣省通志卷四經濟誌工業篇第二冊》，1998。

魏國煌	魏和衷	品牌：琨蒂絲(陸友纖維工業股份有限公司)
	魏和斌	品牌：華貴(金福隆實業股份有限公司)
	魏和齡	品牌：迪思佳(大和纖維有限公司)
	魏和祥	任教職(淡江大學化學系教授)
	魏和讓(芳達)	品牌：蒂爾夢(永貴實業有限公司)
	魏和靖	品牌：佩登斯(佩登斯工業股份有限公司)
	魏和結	品牌：豐妮(翰妮織造有限公司工廠)
	魏和舜	品牌：甜心(美香織造有限公司)

而今日魏氏家族中的琨蒂絲、華貴、佩登斯也成為台灣五家絲襪大廠中的三家(另外兩家為彰化縣和美鎮曾姓家族的蒂巴蕾和伊雷斯),該五家絲襪廠在台灣絲襪總產量據紡織公會的估計約為六、七成,且魏氏家族成員擔任台灣區織襪公會理事長多達七屆(至目前為止共有 16 屆),由此便可知魏氏家族在台灣區和社頭的織襪產業中的地位,也讓社頭鄉織襪產業的內涵更加全面和發達。

1971 年台灣退出聯合國,外交上迭遇困境,又遇 1973 年第一次石油危機,許多大型襪廠因而倒閉,在社頭,原為全台第四大紡織企業的大同實業也在此經營出現狀況,又因生產伸縮尼龍絲假出口,觸犯貨物稅條例,於 1977 年裁定重整,織襪部門因而解散。大同實業解散之後,原本廠內已擁有織襪技術的員工或管理階層便出資購買廠內的織襪機台設備,使得織襪機台分散至社頭鄉各處,形成了許多的中小型襪廠。由於一貫作業需要大量資本的投入,但這些技術人員並無充足的資金,但又希望能自行創業,為了降低成本,於是便形成了以分工合作方式進行的「外包制度」。而在 1970 到 1980 年代,當時的副總統謝東閔先生提倡「客廳即工廠」,一般家庭均可申請工業用電,也間接鼓勵了鄉民投入製襪產業。雖說受到石油危機影響,但織襪業出口仍達 39,899,008 打,出口金額超過 1,300 萬美元,佔內外銷總金額之 67.7%。<sup>7</sup>

1980 年代起,由於台北縣市經濟環境高速成長、工資上揚、土地成本增加等因素,且又受到 1984 年 4 月 1 日實施的勞動基準法的影響,許多襪廠開始南遷至已擁有許多衛星廠且成本較低的社頭,而許多相關的上下游產業也有聚集在社頭外圍的趨勢。發展中心廠與衛星廠制度的好處在於分工合作,按件計酬,由生產者負擔生產過程之損耗,因此,生產者一定會注意品質管制,減少浪費,可降低成本;中心工廠之成本固定,提高產品之競銷力,並可減少庫存,節省經營資金,而且中心廠可節省機器設備費用;另一項好處是,中心廠之生產量可機動調整,不受產能之限制。尤其是在國際市場不景氣的時候,中心廠可減輕負擔,具備較佳的適應能力<sup>8</sup>。綜合以上所知,社頭鄉在經營結構上已朝產銷分開的方式進行,業者多採取中心廠與衛星廠制度,衛星廠擁有機器設備,負責生產,中心廠則負責接單、提供原料、

<sup>7</sup> 《新纖維紡織月刊》,1983 年 6 月,頁 2。

<sup>8</sup> 黃渝洲 經濟日報 12 版 1986

分配生產業務、控制交貨期限<sup>9</sup>。尤其是在國際市場不景氣的時候，中心廠可減輕負擔，具備較佳的適應能力。另一方面，一貫作業的織襪廠可說是非常的少，主要都是以絲襪廠為主，經過訪談後了解，其原因在於絲襪的主要原料尼龍遇熱容易產生變化，因此在織襪機台上的成本便要比粗襪來的高，所以生產絲襪的工廠所需投入資本相對的也較高，較能維持一貫生產模式。

表 2-2-2 織襪工業生產運銷過程 資料來源：彰化縣綜合發展計畫第四章第三節

---

<sup>9</sup> 黃渝淋 經濟日報 12 版 1987

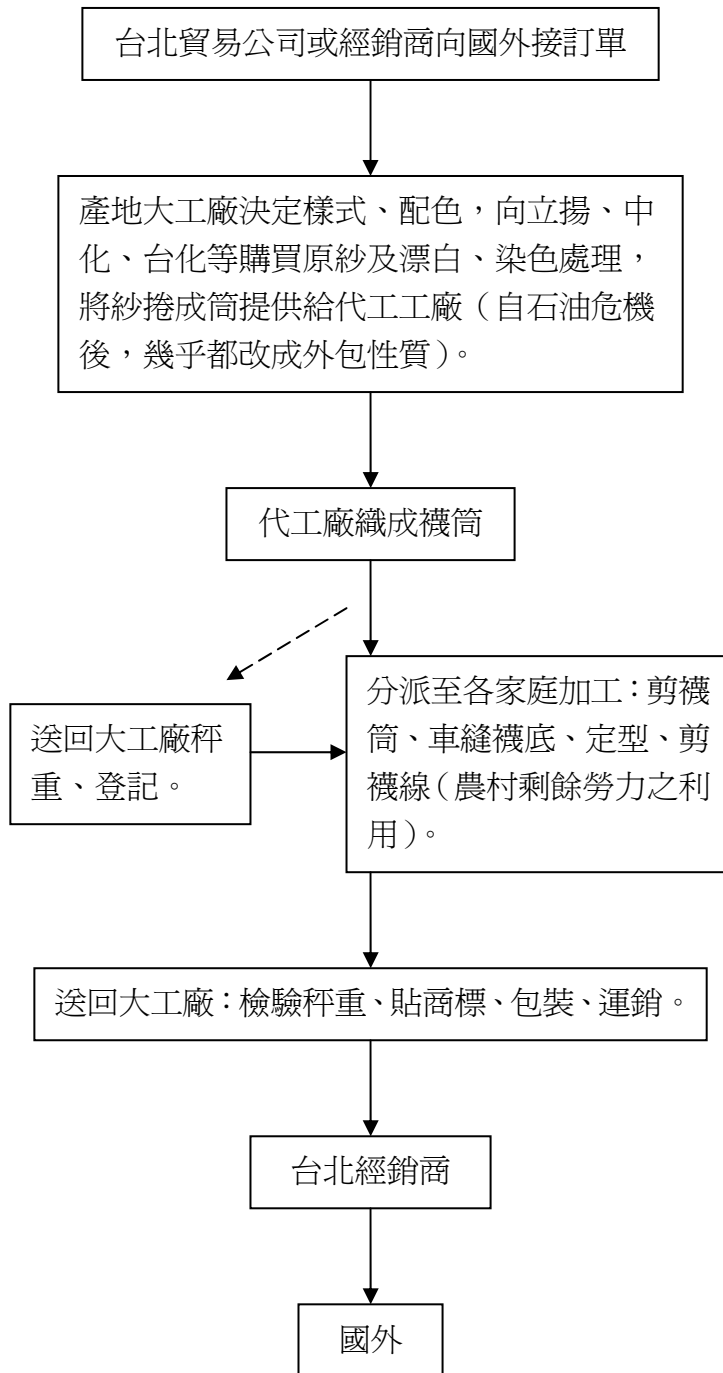
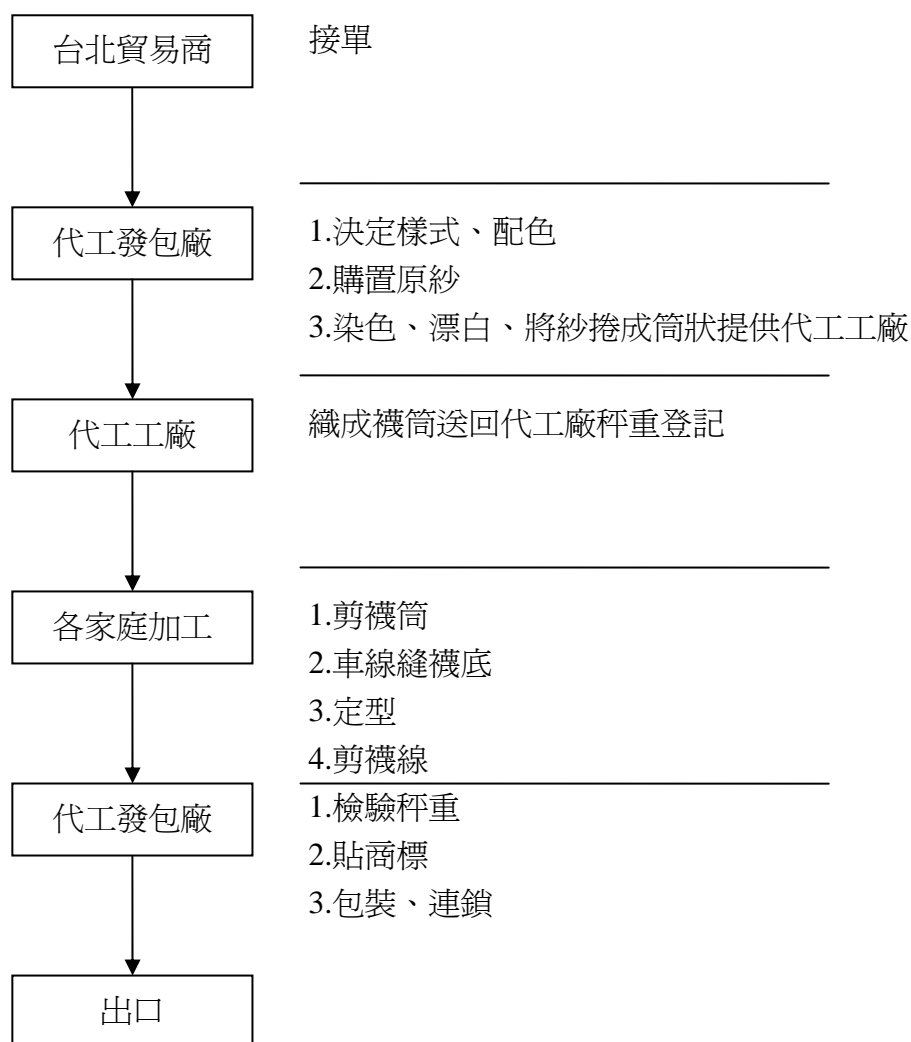


表 2-2-3 織襪生產單元及工作內容示意圖 資料來源：彰化縣綜合發展計畫第四章第三節



在外包制度中，接单工廠通常在接到訂單後，將部份或全部的生產流程發包給代工廠，而各家不同的代工廠所擁有的機台數量和款式也不相同，所以一張訂單可能同時發給很多家代工廠，而一家接单工廠也會有很多家與之合作的代工廠，相對的，一家代工廠同時也會與許多不同的接单工廠合作。站在接单工廠的角度而言，若評估訂單後覺得打數太少、太複雜或是無法在期限內交貨，便會請代工廠協助，甚至出現有些代工廠本身並無織襪機台，而是在接到訂單後再分發至各家代工廠的情況。而在代工廠的角度而言，由於織襪機台的熱機時間頗久，因此最好的情況便是維持全天候的運轉，同時這也是一家代工廠須與多家接单工廠合作的原因。

1980 年代前期同時也是織襪產品出口旺盛的時期：1980 年出口數量為 8,409,996 打，合計金額 32,040,339 美元；1981 年出口數量為 9,225,357 打，合計金額 35,476,128 美元；1982 年出口數量為 8,869,933 打，合計金額 37,434,397 美元，出口額年成長率為 10.7%。<sup>10</sup>

<sup>10</sup> 《新纖維紡織月刊》，1983 年 6 月，頁 2。

表 1984 年底台灣織襪工業廠家數的分布

地點	台北縣	台北市	桃園縣	苗栗縣	台中縣	彰化縣	雲林縣	高雄市	共計
家數	10	1	1	8	1	<b>20</b>	1	1	43
比例	23.27%	2.32%	2.32%	18.61%	2.32%	<b>46.52%</b>	2.32%	0.7%	100%

(資料來源：1985 年紡織年鑑)

直至 1985 年彰化縣已登記織襪工業之廠家共有 46 家，其中社頭鄉就有 35 家。<sup>11</sup>此時織襪產業在外銷市場上有相當大的出口值，尤以美國為大宗，也因如此，經常受到美元匯率和國際情勢的影響，如 1986 年起新台幣開始大幅升值，美元相對走軟而不利於外銷；中東市場在 1990 年發生伊拉克侵吞科威特使得廠商怯於接單或轉移拓銷市場而呈現衰退；非洲市場因政局較不穩定，導致廠商較無興趣往此發展。

表 1985、1986 年織襪外銷值、量比較

\年 地區	1985 年		1986 年		成長率%	
	數量	金額	數量	金額	數量	金額
<b>美國</b>	<b>4,213,559</b>	<b>21,819,378</b>	<b>4,157,010</b>	<b>19,280,839</b>	<b>-1.34</b>	<b>-11.63</b>
加拿大	177,201	912,572	179,931	1,210,900	1.54	32.69
歐洲	1,123,825	4,529,060	2,494,375	10,021,875	121.95	121.28
中東	3,436,047	10,037,808	3,929,857	11,373,780	14.37	13.31
非洲	1,126,568	2,578,112	1,296,100	2,952,978	15.50	14.54
亞洲	2,042,987	4,314,905	1,983,067	6,315,511	-2.93	46.36
中美	1,484,915	4,847,423	2,640,960	8,978,600	77.85	85.22
其他	1,551,044	6,764,603	1,693,925	10,360,450	9.21	53.16
合計	15,156,148	55,803,864	18,375,227	70,494,934	21.12	26.33

(資料來源：1987 年紡織年鑑)

1986 年美國對台灣限制配額，導致織襪產品輸至美國數量銳減，導致織襪業者在 1987、1988 年呈現衰退情形，所幸 1989 年美國恢復配額，外銷市場再度出現榮景，又因業者積極開拓東歐與蘇聯市場，故而增進不少的外銷實力與成效。<sup>12</sup>

除了匯率的影響以外，此時落後國家也開始興起，其勞力與台灣相比相對低廉，在勞力優勢失去後，社頭鄉織襪產業便轉向整合，各個需要織襪產品的貿易商在提出購案後向各國詢價，而社頭鄉在此運用強大的整合能力，連絡大大小小的代工網路，可快速的反應並製造交

<sup>11</sup> 經濟部中小企業處，《織襪社頭－彰化縣社頭鄉織襪產業文化導覽手冊》，2005 年 7 月。

<sup>12</sup> 《中華民國紡織工業年鑑》，2001。

貨。在亞洲四小龍中與我國條件極為相似、常與我國在市場激烈競爭的南韓也同時跟進此一作法並加以推展：將打樣機直接置於各處與貿易商討論產品的據點，在國外與貿易商面對面的討論，於現場直接打樣直接修改，確定訂單之後隨即聯絡位於南韓的龐大工廠馬上生產，在時間上節省更多，此方式便是規模經濟的優點，擴大生產規模且引起了經濟效益的增加。同時也促使了社頭鄉織襪產業進入另一個嶄新的階段。

### 第三節、社頭鄉織襪產業之轉型期（1990~）

至 1990 年代，國際間其他開發中國家如亞洲四小虎等崛起，而相對於經濟起飛後，政府的獎勵政策實施對象轉移，工商業逐漸發達的台灣在勞力成本優勢上便漸漸不如中國大陸和越南等勞力資源豐沛的國家。而下表為世界各國的紡織工業平均每小時薪資比較，且依此表可見，台灣現今在低廉勞力的方面，已無法跟泰國、中國等勞力資源更加豐沛的國家競爭。

表 2-3-1 2000 年世界各國紡織工業平均每小時薪資比較表

國別	平均工資/時（美元）	國別	平均工資/時（美元）
日本	26.10	西班牙	8.32
瑞士	22.15	阿根廷	5.90
德國	18.10	南韓	5.32
義大利	14.71	葡萄牙	4.31
加拿大	14.29	土耳其	2.69
美國	14.24	泰國	1.18
法國	13.85	中國	0.69
英國	12.72	中華民國	7.23

（資料來源：WERNER INTERNATIONAL INC.）

同時，1990 年代也是全球紡織業不景氣的時期，以往國際織襪市場只有中國大陸、南韓產品採低價競爭，而日本、加拿大、義大利等織襪品質較高的國家也紛紛以低價方式搶攻國際市場，尤以美國市場最為明顯。對以美國為最大出口市場的台灣織襪業而言，形成極大的衝擊。

表 2-3-2 1993~1995 年台灣襪類出口統計 單位：量：（萬打） 值：（新台幣百億元）

年度	絲襪		長短襪		合計			
	量	值	量	值	量	成長率	值	成長率
1993	435	15.6	2111	27.4	2546	--	43.0	--
1994	335	10.4	1720	25.8	2055	-19.3%	36.2	-15.8%
1995	377	9.1	1746	25.4	2123	3.3%	34.5	-4.7%

（資料來源：海關進出口貿易統計月報）

1993 年到 1995 年，在紡織業不景氣之下，台灣織襪類出口值也年年遞減，尤以 1994 年衰退最大。1995 年出口量為 2123 萬打，較 1994 年稍增 3.3%，然出口值則因絲襪類出口單價

大幅滑落，1994 年比 1993 年減少 13.4%。主要出口國源為美國、歐洲、中南美洲和中東等，不過中南美洲市場已淪為中國大陸、南韓等低價出口國的天下。

鑑於外銷市場連年衰退，織襪業者紛紛開始以低價搶攻內銷市場及拓展外銷高單價商品因應。投入大筆資金在內銷市場促銷，包括琨蒂絲、佩登斯等絲襪大廠都積極推出新產品、降低價格或調整行銷通路等以擴大內銷市場佔有率。而在積極搶攻內銷市場下，導致進口產品量值遽減，在 1995 年進口量為 118.9 萬打，較 1994 年減少 29%；進口值亦因價格大幅調降而衰減 38.6%，進口品的價格已與國產品接近。國產品在景氣低迷之下之因應策略，似已成功鞏固內銷市場。<sup>13</sup>

表 1993~1995 年台灣襪類進口統計

年度	量 (千打)	成長率	值 (新台幣千元)	成長率
1993	2754	--	849950	--
1994	1675	-39.2%	970633	14.2%
1995	1189	-29.0%	596425	-38.6%

但在 1990 年後期，因台灣原物料物價、人力成本飆漲、消費習慣改變，加上全球經濟衰退，中國與東南亞廉價襪子回銷台灣，造成製襪業業者入不敷出，有的關廠、有的苦撐、有的另起爐灶，織襪業產值一落千丈。也從這時候開始，社頭鄉織襪產業進入了轉型期，此階段將織襪產品推向高單價和精緻化的另一個層次，並積極的開發新產品和專業品項、推廣客源，並與傳統的較低價產品做出市場區隔。而在國際貿易市場上，加入 WTO 和一些國際貿易法規也帶來了衝擊，由於紡織品是一項勞力密集產業，所以可說是許多開發中國家的外匯重要獲利來源，同時也由於其較低廉的價格迅速搶佔了其他已開發國家的紡織市場，歐美等國家的紡織製造業者便無法抵擋此種競爭，紛紛要求其政府採取配額措施，以保護國內工業。因為如此，從 1961 年到 1994 年間，各已開發國家所簽訂的紡織品貿易多邊協議均是以配額管制的方式，避免開發中國家產品的銷入以保護國內工業。而在烏拉圭回合結束之後，開發中國家堅持訂定了「紡品及成衣協定」(Agreement on Textiles and Clothing, ATC)，自 1995 年起取代了先前的協定，並規定在十年內，也就是在 2005 年時，紡織品部門必須整合至世界貿易組織(以下簡稱 WTO)的自由貿易體系，並且廢除紡織配額，且進口國也不得歧視特定紡織品出口國。而中國與我國先後加入 WTO 後，國內產業也引發了諸多的討論。

表 2-3-4 2002、2003 年台灣襪類出口比較表

地區	數量 (打)			金額 (美元)			2002 年平均單價	2003 年平均單價
	2002 年	2003 年	增減%	2002 年	2003 年	增減%		
亞洲	1,253,604	1,040,314	-17.01	5,022,801	4,075,700	-18.86	4.01	3.92
日本	309,186	192,934	-37.6	2,598,283	1,563,400	-39.83	8.40	8.10
中東	387,323	453,543	17.1	1,586,081	1,808,000	13.99	4.09	3.99

<sup>13</sup> 《產業經濟第 182 期》，1996 年 10 月，頁 94。

歐洲	1,286,740	1,577,881	22.63	10,585,764	13,240,100	25.07	8.23	8.39
非洲	26,226	5,768	-78.01	167,704	41,600	-75.19	6.39	7.21
加拿大	487,079	562,357	15.45	3,601,592	4,032,500	11.96	7.39	7.17
墨西哥	111,451	65,565	-41.17	637,020	332,000	-47.88	5.72	5.06
美國	15,347,297	11,764,560	-23.54	77,675,908	68,534,800	-11.77	5.06	5.84
中美	242,428	310,006	27.88	583,306	851,000	45.89	2.41	2.75
南美	232,308	308,953	32.99	654,820	802,900	22.61	2.82	2.60
大洋洲	106,629	110,666	3.79	474,907	683,900	44.01	4.45	6.18
合計	19,790,271	16,362,547	-17.32	103,588,186	95,965,900	-7.36	5.23	5.86

(資料來源：2004 紡織工業年鑑)

表 2-3-5 2004、2005 年台灣襪類出口比較表

地區	數量 (打)			金額 (美元)			2004 年平均單價	2005 年平均單價
	2004 年	2005 年	增減%	2004 年	2005 年	增減%		
亞洲	1,220,529	1,055,767	-13.40	5,027,300	5,136,900	2.18	4.12	4.87
日本	306,158	158,001	-48.39	1,971,000	1,265,100	-35.81	6.44	8.01
中東	461,666	497,821	7.83	1,933,800	2,347,600	21.40	4.19	4.72
歐洲	1,394,991	1,229,156	-11.89	12,756,300	11,169,200	-12.44	9.14	9.09
非洲	7,952	54,075	580.02	74,400	261,000	250.81	9.36	4.83
加拿大	413,275	414,125	0.21	3,230,900	2,485,400	-12.07	7.82	6.00
墨西哥	118,974	85,541	-28.10	589,800	514,700	-12.73	4.96	6.02
美國	10,061,317	13,844,142	37.60	62,485,600	89,783,900	43.69	6.21	6.49
中美	313,711	171,372	-45.37	1,034,000	614,800	-40.54	3.30	3.59
南美	417,838	262,999	-37.06	1,010,400	715,400	-29.20	2.42	2.72
大洋洲	143,506	123,458	-13.97	969,500	1,083,800	11.79	6.76	8.78
合計	14,859,917	19,896,457	20.43	97,083,000	115,377,800	36.67	6.13	6.45

(資料來源：2006 年衣著及傢飾用紡織品年鑑)

由表 2-3-4 中可以得知，2003 年台灣區織襪工業的出口金額為 9596.59 萬美元，數量約為 1636.25 萬打。與 2002 年相比較，不管是在金額或是數量上，都有明顯下降的趨勢。而到了 2005 年，市場又有明顯的成長，主因可能是為經濟環境變動有關，因此積極謀求高技術產品、分散外銷市場，拓展外銷區域可說是織襪產業的因應之道。而從 2002、2003、2004、2005 年的平均單價總平均值來看，分別為 5.23、5.86、6.13 和 6.45 美元，單價有很明顯的提高，特別是歐洲和日本等地區價格較其他國家有顯著的差異。

在配額方面，以往的配額限制對於社頭襪業可說是一種優勢，有受訪者如此表示：「本來年初都沒什麼生意，等到了八九月，中國的配額一用完，生意馬上好起來，全社頭的襪廠都動起來了。」配額在社頭織襪工業以往具有保護的功能，使中國在織襪的輸出有一定的限制，而目前紡織配額取消後，對於社頭襪業卻影響不大。以美國為例，雖說現今紡織配額已取消，

不過美國對於進口國接近以往的配額量之後仍會對其發出警示，同時進口國內部亦會有所節制，由此，雖說已解除紡織配額，不過所帶來的衝擊並沒有想像中的大。另一方面，由於需要配額管制的產品往往是價格低廉且大宗生產的織襪產品，而現今社頭鄉的織襪產品中，已有許多走高單價路線，是以產品的銷路市場及層次不同，產品在價格上的差異便不甚重要了。

2005 年美國和南韓政府討論了美韓自由貿易協定（FTA）並公佈了草案，在其簽訂的協定中，許多南韓的紡織產品在協約生效後即可享有零關稅（棉襪與絲襪在特定年限內降到零關稅，而台灣至美國的關稅則是 13%），但由於此協定的內容開放後會影響南韓汽車工業和畜產品甚巨，在南韓造成許多產業的反對和拒絕的聲浪，協定向處在窒礙難行的階段，目前對於織襪產業影響仍然不大，但如果美韓之間排除障礙且正式並確實的實行後，對織襪產業可謂是相當大的挑戰。

近年來中國浙江杭州義烏的興起，則是確確實實的衝擊到了社頭織襪產業。義烏擁有聞名遐邇的中國小商品市場，目前已成爲世界上最大的小商品集散地，其市場的規模和成交量均居中國各專業市場之首。依託于小商品城的發展，義烏也建立起了較多的製造業企業，所生產的產品大都通過小商品市場銷往中國國內和海外，實現了「貿工聯動」。義烏在 2008 年中國綜合實力百強縣排名第八，2008 年義烏城鎮居民人居收入達到全國縣級市第一。義烏城市規模與經濟實力等多方面均已超過了金華市轄區，而且和周邊的東陽、永康等縣市聯繫密切。義屋國際商貿城被中共國家旅遊局授予中國首個 AAAA 級購物旅遊區榮譽稱號。「小商品海洋，購物者天堂」已成爲義烏市的代名詞。<sup>14</sup>

社頭可說是一個相當大的織襪專區了，但是你能想像嗎，義烏的規模可說是比社頭多了好幾十倍。每一個房間就是一個小工廠，如果有需要的貿易商，在館內走一個下午便可以找到需要的商品，這是社頭無法辦到的，就像是一年三百六十五天都在辦產銷招商會一樣，如果我是貿易商，我也去義烏就好了。<sup>15</sup>

如同受訪者所表示，義烏是一個相當大的專區，其規劃就如同台灣以前的加工出口區，將所有性質類似的工廠集於一地進行製造，光是織襪這個類別就有一個場館，每一個空間都是一家小工廠。相對於社頭的家庭代工而言，家庭代工每一戶大約有五到十台的織襪機台，而這裡則是具有三四十台的規模。且義烏可說是有一個完善的對外窗口，井然有序，貿易商到此都可輕易的尋找到需要的商品，而社頭的一些家庭式工廠，機台和產品往往都在自家中，就算貿易商到了社頭想找也不知從何找起，此爲義烏的極大優勢。但義烏的各個小工廠大多爲專一商品，較無法多樣化生產，且多各自爲政，仍無整合能力，社頭在此方面則是佔有優勢。同時也有另一個現象，現今的紡織展等，以往在亞洲通常是於日本、新加坡等地舉辦，而今都直接在義烏舉行了。

面對這些衝擊，存留在社頭鄉的產業型態，已甚少有純粹代工的案例，大多已在時代的腳步下淘汰或轉型。而存留下來的襪廠則以兩個方向發展：

一爲產品多元化，在如此競爭的環境下，同一個廠房能製造的織襪產品數量更豐富，則較容易承接到較多的訂單，例如陸友纖維公司，其便可製造出一萬多種式樣不同的絲襪，可說是非常大的數目；反之，一個廠房能夠生產的產品款式少，則需要產品的公司或貿易商便

<sup>14</sup> 維基百科 <http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=%E4%B9%89%E4%B9%8C&variant=zh-tw>

<sup>15</sup> 口述訪談資料 陸友纖維公司總經理魏平儀

需花費更多成本在尋找其他廠房上，是此為產品生產需要較多樣化的原因，若一家襪廠所能承接的樣式少，自然漸漸會被其他可製造樣式多的襪廠取代，而根據陸友纖維公司所做的市場調查統計，以消費者而言，以品牌購買絲襪並只穿專一品牌絲襪的消費者只有 4%，但對於批發商和貿易商而言，公司的信譽和品質則是重要的依歸，如果公司有口碑，自然會放心的把訂單交予其製造。是以如此，現今的織襪廠可說是集 OEM（Original Equipment Manufacturing 委託代工）、ODM（Own Designing & Manufacturing 設計加工）和 OBM（Own Branding & Manufacturing 自有品牌）於一體。以陸友纖維公司為例，其訂單的主要來源不單單僅有自有品牌琨蒂絲，同時也代理許多的品牌國外如亞曼尼、ANNA SUI、維多利亞的秘密、香奈兒等，國內如 SWEAR、奧黛莉、蕾黛絲等，另一方面也接受國外的客製化訂單，依照顧客的要求進行製造。也有自行設計打樣，主動至國外尋求客戶的狀況，由此可見，現今的經營方向是朝向多元化且不受限制的發展。

二為專業化的生產，現今有許多襪廠致力於研發新品項的襪品，諸如竹炭襪、果酸襪、醫療襪等，投入高額資本研發專攻一項產品並申請專利，在其市場競爭者便相對較少，也是其存留的原因之一。而以往的大量生產、低廉的價格等生產方式在社頭已漸漸式微。

在此我們也討論外移的襪廠，由於社頭的織襪產業是一種緊密的生產鏈，於是外移的現象在社頭並沒有很嚴重，不過仍是有前往大陸設廠的案例。曾有某公司到中國設廠但經營狀況卻並不突出，有受訪者表示，前往中國設廠首先要考慮到的便是資金問題，以大宗生產的方式而言，從原料到庫存、出貨、收盤期的時間中，均有大量資金擠壓的現象，而前往中國設廠在一開始又要額外付出土地和廠房的成本，是此，前往中國設廠的襪廠發展便不十分成功。

在政府的支持方面，雖說中央政府對於織襪產業並沒有相關且實質性的獎助辦法，織襪產業便多有賴民間團體的自行推動或是地方政府的支援，如台灣區織襪發展協會，在早期由於政府會將相關產業的配額交給其產業的公會發放，因此之襪公會便擔任了發放配額的重要角色並依此收取手續費，現今則是做相關產業訊息的傳達和幫助業者作國內外的參展等事宜，也向政府爭取補助，做為業者和政府交流溝通的平台，同時也是我國織襪業對外的櫥窗。雖說是台灣區織襪協會，但仍然是以社頭的廠商佔了大多數，依照統計，台灣區織襪協會中的會員約有百分之六十五設籍在社頭，也因如此，造成了雖然公會辦公處位於台北，可是理監事會卻在社頭和台北輪流舉行的現象。

而經濟部中小企業處曾經於 2003 年針對社頭推動「彰化縣社頭鄉織襪王國特色產業輔導計畫」<sup>16</sup>，主要是期望民眾對產業文化能有更深入的了解且塑造產業形象，以期能推動產業經濟的發展。而此計畫委由民間顧問公司規劃和執行，在計畫期間，在社頭成立了社頭織襪發展協會，也成立了相關的產業發展網站，但可惜的是由於其規劃時間僅為期三年，時間結束後網站等相關宣傳管道便消失了，而輔導成立的社頭織襪發展協會也由於規模不大且已有同質性的台灣區織襪公會，漸流於聯誼性質的社團，殊為可惜。

地方政府也投入的不少心力發展社頭鄉的織襪產業，尤其是在魏陳春惠女士擔任鄉長時期，由於魏陳春惠女士本身便是從事織襪產業，因此也對於產業的發展相當的重視。社頭鄉內一年一度的重要活動——織襪節便是在其任內開始舉辦，織襪節通常舉行於十二月的週

---

<sup>16</sup> 詳見附錄二

末，在活動期間均吸引大批人潮前往購買襪子，在消費者購買織襪產品的同時也將產業形象行銷到四處，而對於廠商而言，這時候卻是清倉拍賣、降低庫存壓力的重要日子，由於貿易商和批發商所需的量為固定，如果織襪工廠有多生產數量也只會是所謂的「死貨」，完全沒有通路，便在此時用極低的價格銷出，依據研究者走訪了織襪節會場也發現，有許多廠商所銷售的產品為知名品牌或特別通路（如屈臣氏），在此可以得到一個印證。

隨著面對越來越多的挑戰，社頭鄉織襪產業已慢慢由傳統邁向具有企業管理概念的產業，從以往的代工到現在的自行設計和研發，因為如此，所以更隨時注意流行的脈動，在平時派員到國外吸收最新的資訊，作為研發和創新的參考。更至國外尋求市場，開拓銷售據點，同時也需要了解各地的消費生態，以美國和歐洲為例，美國對於價格要求比較便宜，而品質要求較低；相對的歐洲則是要求較高的品質，在價格方面要求並不高，因此利潤便較高。知識經濟時代的來臨同時也代表了在設計的創新上需要下極大的工夫。

一公斤的尼龍紗 240 元除了作成絲襪以外，只要多了一截的設計（上半身），他的附加價值就更高了，一件可以賣到五百到七百塊。<sup>17</sup>

由此我們可見，社頭織襪產業的發展已不僅僅侷限在單純的織襪方面，更思考如何發展新的款式和式樣。而類似這種的創新產品，雖然利潤很高，在由於相對的銷售量較少且市場不大，因此他人並不會模仿。在織襪機台方面，更是要發揮其最大效能，如果一台織襪機台所能製造的織襪有五種，那便要想辦法讓它可以製造出更多種不同款式的織襪，甚至不必侷限於傳統的織襪機，像是性質相似的織布機、織帶機等，都可以成為創造出新產品的最佳利器。雖說現今大多是廠內一貫作業，但仍有場外加工和委託設計的情形，畢竟現今訂單偏於打數少的情況下，為了一個設計或加工再買一台機器並不划算。而在自行設計以外，同時另一個重點便是在客製化的商品上，產業期以服務業自許，從打樣開始到包裝出貨，從頭到尾做到完整，如此在市場上才更有競爭力。今在市場上與社頭鄉織襪產業的主要對手便是義大利，雖說社頭主要是以客製化生產，而義大利是以時尚品牌的設計生產為主，兩者方向並不相同，不過由於價格均走高單價路線，市場中價格差不多，是為主要競爭者。

---

<sup>17</sup> 口述訪談資料 陸友纖維公司總經理魏平儀

### 第三章 產業對於社頭鄉生活的轉變

#### 第一節 社頭人民生活的改變

社頭鄉原本是一個極為傳統的農業聚落，在日治時期有 75%，以種植水稻為主。<sup>18</sup>織襪產業在社頭鄉生根之後，漸漸的轉變為農工業混合的農村，生活型態也有了極大的轉變。在這一章節，將大致分成從勞力與設備的角度來切入織襪產業對社頭鄉民的影響及鄉民的生活。

##### （一）社頭織襪產業的勞動力——女工和家庭

在織襪產業的發展初期，製造機器均是以手搖式織襪機為主，在 1940 年代到 1950 年代，人口只有一、兩萬的社頭鄉中，就有四百多台的手搖式織襪機分佈於二、三十家規模各異的工廠<sup>19</sup>。由於投入門檻低且工資不高，投入製造者多為女性，在當時「男主外、女主內」的社會風俗習慣中，製造的女工不乏帶點打工性質以便貼補家用的已婚婦女和前來學習技術以作為一技之長的未婚女性。對於這些勞動力而言，製造織襪雖然只是農村副業，不過卻佔了額外收入的七八成。到了 1951 年已有七十家工廠，有一千餘台織襪機在不停的轉動，兩千多名女工，近萬人的口從事相關行業<sup>20</sup>。

1960 年代起，台灣織襪產品開始外銷，織襪產品的產量及產值不斷向上攀升。

那時我在工廠裡面做配雙（將織襪產品配對成雙）和包裝的工作，有的時候一忙起來明天要交貨，作一整個晚上三四點才回家是常有的事。雖然如此，工錢也不多，大概一天幾十塊錢而已。<sup>21</sup>

由上可知當時織襪產品的熱銷程度。而在勞動內容上，因為技術不高且單一化，以當時一碗麵價格大約是一塊半來看，工資並不高。

除了到工廠上班以外，也有許多的家庭代工，常常有小發財車載著許多織襪半成品到家門口，約定好收貨的時間後，全家就忙起來了。像是只需要雙手就可以做的來的翻襪和包裝等動作不管是大人還是小孩都可以投入，時常坐在家中邊聊天，不知不覺中就有一筆為數不少的收入。除了翻襪以外，還有被稱為「車輪頭」和「掃腳底」的車襪底、車襪頭的動作，這些過程就需要透過針車的輔助，而這些生產工具通常是自購或由外包商提供。相對的，這比較複雜的工作就是交由大人或較年長的兄姐操作了。

我剛嫁到社頭來的時候（1988 年），發現幾乎全村子裡的長輩們都在做襪子代工，幾乎每個人家裡面都是一堆一堆的襪子要做包裝或是翻襪，而很多人的家裡都是丈夫在外頭上班，妻子在家裡做襪子。還有人問我先生說：「你老婆是在家裡做襪子嗎？」到現在，村子裡還是有

<sup>18</sup> 陳國典，《社頭鄉誌》（未刊），1998。

<sup>19</sup> 霞溪，《民聲日報》，1950。

<sup>20</sup> 《中國時報》，1952。

<sup>21</sup> 口述訪談資料 劉黃巧

一些中年婦女在從事車縫的工作。<sup>22</sup>

九二一大地震的時候，我們一群人待在社頭沒事做，就打電話叫了一些襪子作包裝，邊看電視邊做，打發一些時間。<sup>23</sup>

由上述可見當時鄉民投入的景況，且每人家中都會做襪子似乎已經成了見怪不怪、極為稀鬆平常的現象，打發時間的時候也會想到可以作一些生產動作。因為如此，社頭出現了句有趣的諺語「家家和你有一腿」，充分顯現了織襪產業在社頭鄉的普遍性。

不過這幾年來，村子裡做襪子的人口明顯了少了很多，感覺跟以前有很大差別，而且現在工資又不高，鄉內的年輕人又不會去做，真的要打工的話機會多的是。<sup>24</sup>

另一個方面，現今的家庭代工數量不如以往的多，不過仍是有一些工廠仍在招收女工作一些簡單的翻襪或包裝等工作，對於業者而言，由於是按件計酬的方式支薪，節省人事成本；對於勞工而言，由於許多勞工都是中高年齡層的婦女，已經不算是家中的經濟支柱，雖說工資不高（翻二十四隻襪子一塊錢），很多人都是因為屬於休閒和交朋友性質而到工廠做工，大家邊做邊聊，工作環境也十分融洽，可說是勞資間的雙贏。

## （二）社頭鄉織襪工廠的形態與轉變

1974 年和 1979 年國際間發生兩次石油危機，台灣紡織品的主要兩大輸出市場美國和加拿大將棉織品限額擴大到所有紡織品皆採限額，許多適應不良的業者被淘汰下來，而幾家大襪廠的倒閉造成了數百家中小型襪廠聚集的情況，且政府又推出「家庭即工廠」的鼓勵口號更間接導致了鄉民投入織襪產業，可說是體質改變、重新出發的年代。此時的織襪產業可分為三個單元：

類型	工作內容
接單工廠	有直接銷售織襪產品的行爲，如設有行銷部門或與批發商、大盤商、貿易商往來接取訂單者，即一般所指「襪廠」。
代工廠	指向接單工廠承包而從事生產織襪，主要可分為織襪機台代工廠、縫合代工廠、定型代工廠、染整代工廠、包裝代工廠。
家庭代工廠	指更小代工，發放到家庭內進行，以縫合、包裝為主。

由於在前一個部份已經提過家庭代工，在這一個階段將以討論接單工廠和代工廠為主。

接單工廠通常都擁有數十台的機器，同時，在產量增多時也有代工廠與之配合，以擴張生產線，以往的接單工廠都有外包行爲，但到現今比例都不如以往的高。而一貫作業的絲襪廠也有這種情形：

有時候客戶會要求一些特別花樣的產品，但我們總不能因為這些打數少的商品就再買一台新

<sup>22</sup> 口述訪談資料 王孟容

<sup>23</sup> 這裡是筆者回憶到老師曾經說過的話，並非訪談而得 吳珍珍

<sup>24</sup> 口述訪談資料 王孟容

機器去製造可能只做一次的東西，這時候我們就會外包出去。<sup>25</sup>

可見接單工廠大多有不定程度的外包行為，這時，接單工廠和代工廠的默契就十分重要了。

在社頭，很多代工廠的老闆多為夫妻檔或兄弟檔，由於織襪機台熱機不易，因此需要盡量保持其運作以發揮其最大的效能，所以必須日夜不停的製造產品，白天由妻子看守機台，而晚上則由丈夫看守，鄉民都笑稱：「那時候的社頭人可以說是『有閒做襪仔，沒閒生囡仔』」，由此可以想見當時社頭鄉民對織襪事業的投入，而且由於利潤高，只需要兩台機台就可以維持一家的開銷額度，可見當時榮景。走入社頭街道，處處可聽見織襪機轉動的聲音，而許多家庭門前更是堆積了許許多多的織襪半成品，時可見孩童在「襪子山」上嬉戲，在接單工廠和代工廠及家庭代工其中的街道更是有許多的小發財車在其間穿梭。也因為上述這些情況，大家掏出名片上的稱謂不是董事長便是總經理，結合了社頭本身的農產品，形成了社頭「三多」的現象，即芭樂多、襪子多、董事長多。全鄉從事製造業的工商人口中，有過半數均投入織襪業。

那時候社頭街上幾乎都是織襪工廠，事實上，還有許多機台是放在家裡製造的，所以工廠數量比見到的多很多。<sup>26</sup>

這樣的家庭工廠，根據社頭鄉公所以往統計，鄉內 5 人以下的小型工廠佔總織襪廠的比例，從 1986 年的 32%，上升到 1998 年的 53%，而且 90% 是 30 人以下的小型工廠，這些上千家的織襪外銷貿易、代工廠，4、50 年來有如「螞蟻雄兵」般進行彈性式的外包合作策略，當訂單需求量的時候，這些小型工廠能立即組合成為規模的大工廠，即時回應國外廠商的需求，所以台灣的襪子能在外銷市場闖出亮麗的天空。

到現在，雖說織襪產業不如 1970 到 1990 年代的盛況，且利潤也降低。許多織襪機台都有「凍台」（指沒有運轉）的情況，很多原本擁有織襪機台的家庭便將原有的機台賣給較大的工廠，雖說是中古機台，但經過先前的投入製造，並沒有虧損的問題。

那時候我買一台中古機器，修一修作了好幾年，賣掉的時候還有三四十萬（一台全新的織襪機約一百多萬）。<sup>27</sup>

另一個因應則是轉而投入其他產業，將織襪產業作為副業經營。

既有外包制度，「仲介」這個行業自然也就隨之而生，仲介的工作便是充當貿易商和接單工廠，或是接單工廠和代工廠的橋樑，賺取其中差價。

我在民國七十幾年的時候把公所的工作辭掉，開始做襪子，一開始的樣本就是買雙日本流行的襪子，仿造改良一下就拿去招商。後來又常常參加國外的紡織展覽以便得知流行趨勢，而現在我家沒有機台，大多是以電話連絡廠商製造產品。<sup>28</sup>

<sup>25</sup> 口述訪談資料 陸友纖維公司總經理魏平儀

<sup>26</sup> 口述訪談資料 王孟容

<sup>27</sup> 口述訪談資料 蕭敏淳

<sup>28</sup> 口述訪談資料 蕭敏淳

那時候公所好幾個人把工作辭掉去做襪子。<sup>29</sup>

這些仲介商通常都有固定的廠家與之配合，而其本身也需熟知哪一個工廠的製造種類有哪些，以利在工作上的調配。而也可以看出收入頗豐，許多人都把原本工作辭掉投入生產。

## 第二節 產業對於環境和景觀的轉變

### (一) 鄉村風貌的改變

社頭鄉除了東面臨南投縣的部份有丘陵、台地外，有四分之三均為平原。在全鄉 36.14494 平方公里中，約有 20 平方公里的耕地<sup>30</sup>。在社頭，人口聚集最多的廣興村、社頭村、仁雅村和崙雅村是織襪工廠的主要聚集地，同時也是社頭鄉行政機構如鄉公所、農會、圖書館的所在地。而代表現代消費習慣的 7-11、50 嵐、85 度C 等店最大的生鮮超市都在這個範圍內。由此可見織襪工廠大量聚集的地方，不僅是鄉內的精華地帶，同時也是社頭鄉的發展重心所在。



除了坐落於中心地帶的襪廠以外，也有為數不少的襪廠分散於其他村子，但仍是以前所述的中心向外分散為多。也有少數分散於較偏遠的村落，但通常因為較不方便，或是無法適應產業轉型等因素，有些已歇業。

既然有織襪廠，自然也有販賣襪子的襪行，這種以織襪產品批發為主、兼賣一些週邊產品為主的商店，是在其他鄉鎮比較少見的，也是一些中盤商前來批貨的好所在。這種襪行，在社頭便有三、四家，如「大東發襪行」、「三美襪行」等。

近年來由於時代的變遷，漸漸開始有了保存產業文化和行銷的概念，也因為如此，社頭鄉公所從 2003 年開始，每年都會在果菜市場舉辦先前所提到的「織襪芭樂節」的活動，並且每個家庭都會贈送園遊券和摸彩券，鼓勵大家參加，裡面除了織襪產品以外，還有農產品和

<sup>29</sup> 口述訪談資料 劉原輔

<sup>30</sup> 彰化縣政府主計處，《彰化縣統計要覽》，2008。

許多小吃的展售，在一個週末的活動期間，幾乎每個鄉民見面的第一句話就是：「阿哩去果菜市場阿沒？」，很多鄉民都一定會抽空前往大採購，同時也吸引了許多外鄉鎮的遊客，行銷社頭形象。另外，在各條進入社頭的縣道或省道，都懸吊了特別製造的標語牌，上面有「歡迎來到襪子的故鄉－社頭」的字樣和一雙襪子的圖案，令人印象深刻。

## （二）產業帶來的環境問題

織襪產品在製造的染色過程中，會產生有機廢水，這些廢水都排放到了員林大排水溝成為污染源之一，但是相較於鄰近的工業區如員林鎮等，社頭鄉的污染問題卻不明顯。

一般而言，灌溉渠道和排放廢水的渠道是分開的，雖然在渠道末端的地區沒有分開，廢水和灌溉渠道為同一條的情形，但由於工廠的分布大多位於中心地帶，所以水污染並不嚴重。而且，社頭鄉除了襪子工廠外，其他種類的工業也不多。<sup>31</sup>

由上述可看出，一般鄉村工業區的普遍污染問題，在社頭鄉並沒有出現，可謂相當的特別。

---

<sup>31</sup> 口述訪談資料 劉原輔

## 第四章 結論

本研究從兩個面向切入討論社頭鄉織襪產業的發展歷史。一為產業本身的發展，這一部分主要從產業年鑑和社頭鄉相關文獻及與社頭鄉織襪業者訪談中取得資料。二為織襪產業對社頭所帶來的影響，分為社頭鄉民生活和產業景觀的變化談起，在這裡，資料主要的取得則是以口頭訪問和實地探看為主，而口頭訪談的對象多為當時在工廠工作或是曾經投入生產的女工和社頭在地人。以此兩大部份整理為文，茲將研究結果說明如下：

彰化縣社頭鄉，可稱是台灣織襪產業的生產基地，此地聚集了台灣約 70% 的織襪廠商，博得了「織襪王國」的美稱，在此，將社頭鄉產業發展的歷史作出一個整理，並以台灣工業和紡織工業發展相以對照。

年代	工業發展歷程	紡織業發展	社頭織襪產業發展
1940	戰後恢復期，資源主要投入戰後的恢復，此時台灣工業以製糖產業為主。	除了在日治時期設立的紡織公司外，國府遷台後，上海紡織界亦遷至台灣，將部份原料、成品、機械和維修技術人員帶入台灣。	社頭第一家織襪工廠「勝利織襪廠」開業。
1950	進口替代時期，利用本地生產的原料和美援或進口的物資進行原料自行加工的民生工業如麵粉、紡織、水泥、肥料、自行車與電氣等。	政府實施第一個四年經建計畫，將紡織業列入優先發展項目之一，對於紡織工業採保護和扶持且計畫性的管制策略。	以手搖式織襪為主，由於有美援棉紗依據工廠數、機台數配給，吸引許多人投入生產。
1960	出口擴張時期，由於國內市場狹小、資金、技術不足，且擁有大量勞力。政府實施單一匯率政策和訂定獎勵投資條例，設立工業區鼓勵外資設廠。	此時紡織工業生產指數年平均成長率達 22.6%，但在 1960 年代前期國際紡織市場發生不景氣現象，後來政府採取外銷退稅、出口及內銷補貼等措施，才扭轉情況。	1965 年開始外銷，出口金額約為 100 萬美元。在此同時，需要大資本投入的絲襪廠也由魏氏家族投資建立。
1970	第二次進口替代時期，此時經歷台灣退出聯合國、石油危機等問題，經濟受到衝擊。政府已進行十大建設做為因	紡織品兩大出口國美國及加拿大對於所有紡織品皆採限額，政府為因應此變化，針對一些紡織品進行協調減產，又	一些大型織襪廠倒閉，原本廠內員工購買廠內機台，織襪機台散佈全鄉，且政府提出家庭即工廠口

	應，產業轉型為重化工業，自行生產部分工業原料、中間產品與機械設備，以取代進口，朝向資本與技術密集。	提出各種輔導措施及產銷政策，引發大小公司的合併，適應不良的業者就被淘汰下來。	號，外包制度形成。
1980	產業升級時期，國內勞力成本提高、美國取消台灣優惠關稅且台幣大幅升值不利出口產業，許多傳統產業外移至中國及東南亞。國內進行工業升級如成立新竹科學園區、發展高附加價值的工業，或是調整傳統產業的經營方式。	紡織工業日趨成熟，前期貿易順差曾達到 110 億美元，但中期以後因為新台幣升值、工資上漲等原因，使得成長率開始下滑，許多產業外移。	因北部縣市工資上揚、土地成本增加等因素，且 1984 年實施勞動基準法，許多襪場南遷至社頭，許多上下游廠業也同時聚集在社頭外圍。台幣大幅升值後，較不利外銷。
1990	高科技工業時期，工業成長率衰退及全球化發展趨勢，政府挑選十大新興高科技產業作為加速產業升級的關鍵性產業，朝高科技工業的方向發展，如在 2002 年推出兩兆雙星（半導體產業、影像顯示產業、數位內容產業和生物科技產業）的規畫藍圖	進行產業轉型，運用過去累積的管理知識、整合生產組織，並提升層是以達到知識經濟的效果，進行全球佈局和產業國際策略分工。	外銷產值連年衰退，不少地區淪為低價出口國如中國和南韓的天下，進而回過頭來鞏固內銷市場，並研發高單價、特殊功能等產品。
2000			積極開發高單價、高附加價值的織襪產品，進行專業化、客製化的生產並拓展外銷市場。集 OEM、ODM 和 OBM 於一體。

在鄉民生活和景觀的部份，從全鄉幾乎家家都曾經從事過相關產業、相關活動的參與度及全鄉中心和產業的重疊度來看，無庸置疑的，織襪產業已走進了鄉民的生活。