

逢甲大學學生報告 ePaper

Rent the Runway 時裝租賃打造永續時尚，

卻頻傳碳排疑慮？

Rent the Runway Fashion Rental Creates
Sustainable Fashion, but Have Carbon Emission
Concerns Emerged?

作者：廖品喬

系級：企管一甲

學號：D1388692

開課老師：楊曉琳老師

課程名稱：管理學

開課系所：企業管理學系

開課學年：113 學年度 第二學期

中文摘要

主要探討 Rent the Runway (以下簡稱 RTR) 如何透過共享經濟與時裝租賃的商業模式，試圖解決快速時尚帶來的環境衝擊，並推動永續時尚，RTR 鼓勵消費者以「租代買」的方式降低衣物購買次數，並以此延長服裝使用壽命，實現資源再利用與循環時尚的目標，但隨著公司規模擴大與會員數的成長，該企業面臨包括服裝運送、清洗與包裝流程涉及大量能源與水資源消耗的爭議，這些皆導致了碳排放量的上升，使其「綠色形象」受到質疑，面對顧客對便利與時尚的需求，以及社會對永續標準的高度關注，RTR 必須在提供高品質顧客體驗與降低營運環境成本之間尋求平衡。

本報告將透過企業社會責任 (CSR) 觀點評估 RTR 的永續實踐，並結合利害關係人分析與 SWOT 架構，全面檢視其內外部優弱勢與挑戰，最終針對碳排放爭議與永續執行策略，協助其在綠色轉型與商業發展之間建立長期穩健的永續競爭力。

關鍵字：以租代買、永續時尚、時裝租賃



Abstract

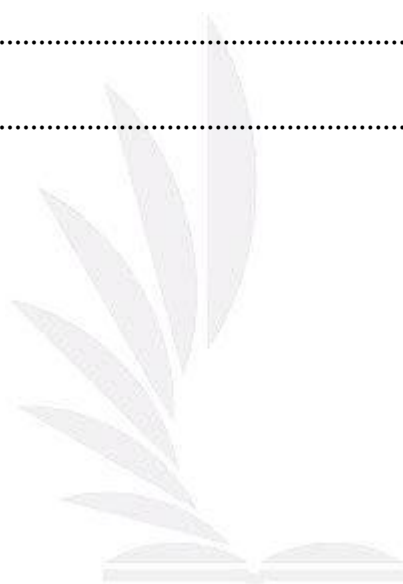
It mainly explores how Rent the Runway (hereinafter referred to as RTR) tries to solve the environmental impact of fast fashion and promote sustainable fashion through the sharing economy business model and fashion rental. Controversy over the high amount of energy and water consumption involved in the washing and packaging process has increased carbon emissions and called into question its "green image". In the face of customers' demand for convenience and fashion, as well as society's high concern for sustainable standards, RTR must find a balance between providing a high-quality customer experience and reducing the cost of the operating environment.

This report will evaluate RTR's sustainability practices from a corporate social responsibility (CSR) perspective, and comprehensively examine its internal and external strengths, weaknesses, and challenges based on stakeholder analysis and SWOT structure, and finally help it establish long-term and stable sustainable competitiveness between green transformation and business development in response to carbon emission disputes and sustainability implementation strategies.

Keyword : Fashion Rental, Run the Runway (RTR), Sustainable Fashion

目 次

一、個案簡介.....	4
二、個案企業從事社會責任.....	5
三、社會責任對利害關係人的影響.....	7
四、個案企業 SWOT 分析	9
五、個案問題.....	10
六、解決方法.....	11
七、結論.....	13
參考文獻.....	14



一、個案簡介

Rent the Runway (RTR) 成立於 2009 年，是一家來自美國的創新時尚租賃平台，由兩位來自哈佛商學院的學生 Jennifer Hyman 與 Jennifer Fleiss 所共同創辦的一家時尚服飾租賃平台，旨在顛覆傳統購衣習慣，透過「以租代買」的方式讓消費者能以較低的成本穿上設計師品牌服飾，同時減少過度消費與衣物閒置的浪費。這個點子源自創辦人之一的姊姊因應社交場合花費高額金額購買禮服，穿過一次後便束之高閣的情境，她們看見了快時尚與過度消費所帶來的經濟與環境負擔，也洞察到多數女性在有限預算下，仍渴望擁有多樣、時尚與場合合宜的穿搭需求。起初他們在校園裡內建立了租衣市場，提供學生們當場試穿以及租借衣服，能看到同齡人帶來的回饋和反應，鞏固了 RTR 的使命，因此他們決定創建一個可以租借高端服飾的平台，讓衣櫃真正「活起來」。

Rent the Runway 提供訂閱制與單次租借兩種模式，會員可選擇每月固定租借數件衣物，也能單次租借特定服裝應付宴會、婚禮或演講等重要場合。然而作為實現設計師時尚民主化的使命，他們推出的服裝款式超過 18,000 種，也提供一系列 14-22 歲以上的大碼商品與 750 多個品牌合作，包括 Jason Wu (吳季剛)、Marc Jacobs 等知名設計師，滿足不同年齡與風格的需求。用戶年齡主要介於 18 至 45 歲之間，大多數居住於都市、有穩定收入與社交需求頻繁。而 Rent the Runway 與一般二手租衣平台最大的不同在於數據推薦服務，在瀏覽 APP 時，它會自動依照顧客的身形進行各種的推薦，也會進而建議能夠搭配租借的時尚配件。

為了吸引更多品牌加入，Rent the Runway 設計出雙贏的合作機制，品牌商可選擇直接販售服裝給平台，藉此清理庫存並拓展新客源，也可採寄租方式，讓品牌保有所有權，並從每次租借中獲取收入，尤其對熱門款式而言，這樣的租金收益甚至有機會超越傳統銷售價格。更重要的是，這種模式讓品牌能以合理價格觸及更多原本難以負擔高單價商品的潛在客群，也提升了產品的曝光與再利用率。根據內部統計，約有九成以上的合作品牌表示與 Rent the Runway 合作有助於認識新客戶並建立品牌黏著度。除了消費端的租賃服務外，Rent the Runway 也觀察到約 50% 的活躍用戶最終會購買至少一件在平台上租過的服飾，形成租借與二手銷售的雙軌模式，平台也逐漸強化物流與包裝系統，確保租借與歸還流程順暢便捷。

2021 年，Rent the Runway 正式於那斯達克上市，象徵共享經濟在時尚產業的應用進入主流市場，並確立其作為時尚界「Netflix」的定位。雖然面對碳排放與包裝浪費等永續疑慮，Rent the Runway 仍持續朝向兼顧用戶體驗與環境責任的方向邁進，致力成為兼具創新、時尚與永續價值的產業領航者。

二、個案企業從事社會責任

Rent the Runway 作為共享經濟與永續時尚的代表企業，將「以租代買」的服裝租賃模式與 ESG 核心價值緊密結合。RTR 的企業社會責任策略展現出具體承諾與持續改善意圖，對內部、外部利害關係人皆產生廣泛且深遠的正向影響。

1. 環境永續

個案企業的永續策略聚焦「減碳、減廢、多元共融」等面向。在全球紡織廢棄物年增超過 9000 萬噸的背景下，RTR 推動租賃取代購買，平均每件服裝可穿著次數達 30 次，是傳統快時尚平均 7-10 次的三倍，極大延長服裝壽命。透過服裝維修與重複使用，避免了大量製造與丟棄過程中的水、電與碳排放消耗。

已實現之環境成果包括以下內容：

- ① 每件服裝平均節水 24%、節能 6%、減排 3%。
- ② 自 2010 年以來，已累計替代生產約 160 萬件新服裝。
- ③ 截至 2024 年初完成約 650 萬件維修，延長服裝壽命。
- ④ 同期約 140 萬件退租服裝被再次利用，避免填埋。
- ⑤ 自 2022 年起，所有租賃運輸碳排放 100%抵銷。

未來預期達成之環境成果：

- ① 2026 年利用「以租代買」模式可替代生產 500,000 件新服裝。
- ② 2026 年自有辦公與倉儲設施 100%使用再生能源。
- ③ 2026 年建立並量化供應鏈溫室氣體基準。
- ④ 2040 年達成運營活動淨零碳排放。

個案企業利用 **“租賃延長服飾壽命”**，根據研究顯示，租賃服裝相較於生產並購買同類新衣，在水資源、能源及二氧化碳排放方面均帶來減少，顯示出租賃模式有效延長服裝使用壽命並降低整體環境負擔。在 **“服裝維修”** 方面，RTR 強調服裝翻新，大幅延續單品的使用週期。並且 **“主張回收再利用”**，對於退役或嚴重損壞而無法再租的服裝，公司確保它們透過轉售、捐贈或紡織回收等管道再次利用，這些措施共同促進服裝材料的多次利用和減少廢棄。

2. 社會包容與性別平等

Rent the Runway 致力營造歡迎並放大各種背景和聲音的企業文化。作為由女性創辦的企業，RTR 持續將性別平權和種族平等視為長期策略的一部分，同時要求所有合作品牌和供應商遵守當地法律並維護高標準的商業道德，承認需持續努力才能改變時尚產業的系統性不平等。主要從事的社會責任包括員工關懷、供應商規範、與設計師品牌合作等內容。

(1) 員工關懷

- 截至 2024 年初，其員工中少數族裔佔 47%、女性與非二元性別者佔 76%；

領導階層和董事會也皆以女性為多數。此外，為增強員工賦能，RTR 已成立至少四個員工資源小組，串連不同族群成員並提供意見領袖平臺，同時推行包容性招聘及反偏見、反騷擾等培訓，確保包容行為融入日常運作。

- RTR 也在行銷與商品表現上體現社會共融，像是在品牌視覺素材中，部分模特兒來自少數族裔，這不僅重塑大眾對時尚的美感標準，也開放了被主流排除的身體與文化表徵。

(2) 制定供應商規範

- RTR 明文承諾平等機會，就業不受種族、性別、性向、年齡、宗教等法律保護特徵影響，員工手冊和網站均嚴禁任何形式的歧視。
- RTR 每年更新《供應商行為準則》，包括公正、安全對待勞工、保護環境、維持誠信帳目等，供應商必須承諾符合這些道德規範以及反壟斷和公平競爭的適用法律，作為繼續合作的前提，並對材料來源進行審查，所有供應商須接受不定期稽核，若不符合標準，公司保留終止合作權利。透過這些規範，RTR 在供應鏈端也推廣責任生產的價值，確保合作夥伴遵守環境和社會義務。

(3) 設計師品牌合作

- RTR 強調與多元設計師和品牌合作，早在 2015 年便與瑞銀 (UBS) 共同啟動「創業家計畫」，資助女性創業者，包括時裝設計師，提供培訓和資源以助其獲得資金與成長。近年來，公司也撥款支持少數族裔設計師，例如 2020 年宣布將投入 100 萬美元支持黑人時尚設計師，透過批發平台、數據分析、指導和資金援助幫助其為 RTR 開發系列商品。這些舉措顯示 RTR 不僅在自身品牌中，也透過生態系協同推動設計界的多元發展。

3. 道德原則與倫理責任：

(1) 動物保護

- RTR 以尊重動物福利、保護物種和生態系統的道德標準，採購動物延伸材料，並制定相關政策以反映企業倫理。公司採用基於農場動物福利委員會定義，由世界動物衛生組織推動的五項自由框架達到最佳實踐。2018 年起，RTR 正式淘汰所有真皮毛飾品，成為無皮草供應商。不允許使用從活體或強制飼養的動物身上摘取任何的羽絨，僅供應符合動物保護標準的材料。此舉回應了動保團體的倡議，也符合主流消費者對動物友好產品的期待。

(2) 資料隱私

- RTR 發布詳盡的隱私政策以規範個人資訊保護。最新隱私政策更新於 2024 年 12 月，明確說明公司在網站、App 及服務過程中蒐集哪些個人資料（如帳號資訊、交易記錄、反饋等）及其用途。政策承諾遵守相關隱私法規，採取技術和程序性安全措施保護客戶數據安全，用戶可透過隱私政策了解自身權利並選擇退出特定數據使用（如廣告追蹤），體現公司對資料保護的透明與責任。

三、社會責任對利害關係人的影響

1. 顧客 (影響層面：環保意識提升、消費行為改變、信任強化)

RTR 提供以租代買的時尚選擇，讓消費者在維持穿搭新鮮感的同時能降低對新衣生產的依賴，進而改變傳統「買即擁有」的消費行為，讓顧客以較低成本體驗設計師品牌，滿足多樣化的穿搭需求，特別是對環境友善有認同感的顧客，在選擇 RTR 的同時，也強化了自身價值與消費認同的連結。另外 RTR 也高度重視衛生標準與隱私保護，使顧客在使用租賃服務時能放心其服裝潔淨與個資安全，進一步建立對平台的信任與忠誠。RTR 的清洗與配送制度透明化，也減少了顧客對「二手衣物」的心理負擔，使更多人願意接受租賃作為日常生活的一部分，進一步提升顧客滿意度與忠誠度。

2. 員工 (影響層面：工作機會平等、職場安全與成長支持)

RTR 積極推動多元與包容政策，在招聘、晉升與文化建設中都體現對少數族群與弱勢性別的支持，例如在公司內部促進女性與族裔少數群體的參與，並設置員工資源小組 (ERG)，提供社群支持與反歧視聲音管道，讓員工能在安全與被尊重的環境中發展。同時也重視員工的福祉與職涯發展，提供平等的休假制度，包括育嬰假、家庭病假與喪假等，並設有長期員工的休假計畫，鼓勵員工在工作之外追求個人興趣與成長。在社會普遍重視多元、公平、包容的背景下，RTR 提供了一個值得信賴的雇主形象。

3. 品牌合作方與設計師 (影響層面：市場拓展、收入多元化、創作空間擴大)

透過 RTR 的平台，許多設計師與小型品牌能夠接觸到過去無法觸及的消費群體，特別是年輕、注重永續與品牌理念的使用者。這有助於提升品牌曝光度、測試新品市場反應，甚至帶動實體商品的銷售。RTR 提供靈活的合作模式 (例如寄租分潤與批發販售)，讓合作品牌不再只能依賴傳統零售通路，也能透過平台數據回饋來優化設計決策與生產規模。對於女性與少數族裔設計師而言，RTR 提供資金與技術資源支持，打破過去產業內部的資源不對等，擴大其創作空間與產業地位。

4. 供應鏈與製造商 (影響層面：責任生產提升、合規壓力增加、品牌聲譽聯動)

RTR 與供應商建立長期合作關係，公司一面提供穩定的訂單與技術支援，一方面協助供應商提升生產效率與產品品質，實現雙贏的合作模式，並對供應鏈夥伴設有明確的行為準則，要求其遵守人權、勞工權益與環境保護法規。供應商必須符合公平待遇、反強迫勞動、動物福利與誠信財報等標準，否則將面臨合作終止。這種規範不僅提高了供應商自身的風險管理水準，也促使他們在生產過程中更加重視環境與社會責任。然而能與 RTR 合作的供應商通常也會受到市場認可，進一步帶動其聲譽與合作機會，形成良性循環。

5. 社會與環境 (影響層面：推動環保時尚意識、減少資源耗損、實踐社會公益)

RTR 的營運模式整體上對社會與環境具有正向外部效應。除了大量減少新衣製造、推動衣物重複使用與維修、回收與再利用的系統，更積極參與社區公益活動，與非營利組織如 Dress for Success 合作，將無法再租的服飾捐給經濟弱勢女性，幫助她們在求職與職場上重建自信。當面對自然災害，RTR 亦展現企業的社會責任，在 2025 年洛杉磯野火事件中，RTR 向受災民眾提供免費的兩個月會員資格，並捐贈數千件服飾給當地 YMCA，協助災民重建生活。透過這些以及支持少數族裔與女性設計師、實施公平交易與動物友善政策，RTR 傳遞出企業不僅服務市場，更積極參與社會價值實踐的形象，對公共利益團體與倡議者來說，也打造了一個正面可複製的企業典範。

四、個案企業 SWOT 分析

Strengths (優勢)	Weaknesses (劣勢)
1. 創新且差異化的商業模式 開創「以租代買」的新型態時尚消費模式，有效結合共享經濟與環保理念，顛覆了傳統時尚產業供應鏈，為服裝創造更高的生命週期價值。 2. 龐大品牌合作與服裝資源池 RTR 與 750 多個品牌合作，服裝款式超過 18,000 件，包含高端與新銳設計師品牌，提供顧客高質感選擇，同時幫助品牌曝光與接觸新客層。 3. 個人化服務與庫存管理 利用會員穿搭數據與身形資料進行精準推薦與庫存優化，減少庫存積壓與配送錯誤，強化客戶體驗。其平台亦整合使用者評價與建議，進一步提升服務品質。 4. 強化多元與共融企業文化 公司不僅女性員工比例高，還鼓勵族裔、性別、性取向、文化等各類差異共融，並設有員工資源小組 (ERG)，加強內部平等發聲機制，吸引具價值導向的青年人才。	1. 營運成本與固定支出高 租賃模式涉及反覆配送與專業清洗，所需設施及勞動成本高。若訂閱人數下滑，固定支出將造成壓力，對資金流動性造成挑戰。 2. 物流與碳排議題 雖主打「環保租賃」，但多次配送與包裝仍伴隨碳排放與資源耗費。若沒有更透明的碳足跡公開與第三方驗證，易被質疑「漂綠」。 3. 服裝耗損與損壞率高 多次租借與清洗使服裝品質受損速度快，須大量投入修補與汰換成本，增加營運壓力。 4. 目標客群集中，擴張受限 目前以 25-45 歲、都市、高社交需求女性為主，對中低收入、郊區或保守族群吸引力較低，市場規模有局限。
Opportunities (機會)	Threats (威脅)
1. 消費者永續意識提升與 ESG 熱潮 根據調查，全球有超過 60% 千禧與 Z 世代傾向選擇永續品牌。RTR 可強化其 ESG 敘事吸引年輕消費者與機構投資人。 2. 擴展至新市場與產品類別 有機會拓展男性、孕婦、童裝等租賃市場，亦可推出生活風格產品	1. 快時尚與二手平台的價格競爭 Zara、SHEIN 等品牌迅速上新與極低售價仍具吸引力，而 ThredUp、TheRealReal 等二手電商平台也吸引同樣關注永續與價格的客群。 2. 消費者對租賃模式的信任與習慣 衣物屬於貼身商品，對潔淨度、個人衛生要求較高的消費者可能存

(如配件、包包、鞋履等)以擴大會員黏著度。 3. 國際市場進軍潛力大 歐洲、亞洲等地租賃平台仍屬發展初期，RTR 可進行區域性合作或技術授權，輸出其成熟的模式與平台。 4. 科技整合與 AI 強化平台服務 強化穿搭建議、虛擬試衣、AR 穿搭模擬可大幅提升顧客互動與轉換率，打造服裝即服務平台。	有疑慮，也因此對「租用過的衣物」接受度不高。 3. 經濟衰退或通膨導致訂閱流失 訂閱制屬於可選擇性開支，一旦經濟緊縮，使用者容易取消服務，對收入穩定造成衝擊。 4. 資料安全與個資隱私風險升高 RTR 蒐集大量用戶資訊(身形數據、信用卡資訊等)，若資料洩漏，將造成嚴重信任危機與法規責任。
---	---

五、個案問題

問題一：租賃模式的碳排放與綠色漂綠爭議

Rent the Runway 主打「以租代買」的時尚訂閱模式。然而，事實並不如宣傳般純綠：芬蘭《環境研究快報》分析發現，相較於直接長期穿戴或廢棄處理，租借衣物模式的碳足跡反而更高，其原因是租賃服務中的多重流程帶來「隱形碳排」，衣物需往返倉庫與客戶之間多次運輸，且每次寄送都使用塑膠袋、紙箱等包裝，每件衣物無論是否實際穿過，都要經過乾洗或消毒才能再次租出，消耗大量水電和化學劑。儘管國際研究指出將衣物使用壽命延長 9 個月可減少約 20%~30% 的碳排，但要實際達到這個效益，必須監測並減少租賃流程中的所有排放。當前許多品牌僅透過部分永續手段就宣稱推行「循環經濟」，容易被質疑為漂綠。

問題二：營運資源耗損與商業可持續性問題

除了碳排疑慮，租賃服飾本身也面臨高資源消耗的營運挑戰。Rent the Runway 每次租借都包含免費乾洗和運送服務，這意味著巨大的水電和包裝消耗，傳統乾洗不僅需使用高能蒸氣機與控溫設備，還會用到具毒性的有機溶劑，RTR 擁有全美最大的自營乾洗廠，但每年高溫烘乾機所排二氧化碳量可達 4,000 萬噸級，相當於亞馬遜的排放量。另一方面，為確保用戶體驗，包裹中通常放置塑膠袋、紙箱、多餘衣架等消耗品，這些一次性包裝加上大量洗滌耗材，使得整體營運耗損難以忽視，加上服裝在頻繁流轉過程中容易損耗，幾乎每年都有大批服裝因污漬、破損而報廢，需要重新補充庫存，增加資本壓力和廢料。

問題三：市場接受度與用戶黏著度挑戰

服裝租賃尚未成為主流消費習慣，Rent the Runway 也面臨會員增長瓶頸。一方面，部分消費者對「共享衣櫥」存有疑慮，擔心衛生、身材是否合適、或單純覺得買斷更方便。另一方面，訂閱模式需要複雜的會員教育與價格說明，對新手而言理解門檻較高。除此之外，市場上快時尚與二手買賣選擇多元，RTR 須與這些替代模式競爭。據報導，美國消費者近年持續累積衣物庫存，一旦熱潮過後大多丟棄，而追求「衣物穿 30 次以上」的年輕世代正逐漸興起，他們對環保穿衣態度較開放，可能成為租賃市場的主力族群，RTR 需同時吸引保守消費者和理念型客群，並持續提升會員黏著度。

六、解決方法

問題一解決方法：

- **綠色物流與區域佈局**：採用電動車或自行車等低碳交通工具運送衣物，並利用區域配送中心或取貨點，只服務鄰近客戶，以減少長途運輸所產生的碳排。
- **可重複包裝和回收**：使用耐用的衣物袋、可重複使用的衣架等包裝資材，並主動回收舊的塑膠袋、紙箱等包材。例如，英國租賃平台 Hurr 就與減碳清潔商合作，提供可重複使用的包裝袋來降低包材浪費。
- **碳足跡監測與抵銷**：全面量測租賃業務的碳排放，建立公開透明的報告，並採購碳權或投資減碳項目來中和剩餘碳排。嚴謹審視各環節的減排成效，避免僅以片面數據或個別計畫宣稱永續。
- **延長衣物使用週期**：鼓勵消費者多次租用同一件衣服，提升衣物周轉率，例如，採取獎勵制度鼓勵長期租用。

問題二解決方法：

- **採用環保洗衣技術**：引入水性或其他創新清洗方式，取代石油基乾洗溶劑。專業的水洗模式結合溫和清潔劑，對大多數傳統只能乾洗的衣物也很有效，且更安全更環保。美國租賃平台 Le Tote 就宣稱其 80% 的庫存衣物改用可生物降解洗劑水洗，避免乾洗。
- **優化倉儲與清洗效率**：提升自動化物流與智能倉儲管理，減少無謂的運輸與搬運距離。在衣物清洗方面，應評估是否必要每次都執行全程清洗，若衣服未穿過或目測無污漬，可簡化處理流程，如僅除菌、輕微整理，以節省資源。另可考慮採用臭氧滅菌或紫外線消毒等輔助技術，在不影響衛生安全的前提下降低能源消耗。

- **強化品質管理與維修：**租賃公司應嚴選材質較耐磨的品牌款式，並定期檢視損耗率，會員造成的污損，也可實施小額自付或押金制度，以減少隨意使用，同時應設置內部維修中心，及時修補線頭或小裂痕，延長衣物壽命。對於必須淘汰的服裝，可捐贈或提供給循環計畫，避免直接廢棄。

問題三解決方法：

- **提供使用者教育與支援：**強化新會員的入門體驗是關鍵。RTR 已開始推行主動式客服，例如在用戶加入後不久即由專人致電說明會員權益與租借流程、中途與月底進行回訪。可將此作為常規操作，確保每位新手都對服務有清晰認識。相關方面，網站和 App 應簡化操作介面，提供個人化推薦，新訂閱者甚至可享有線上造型師諮詢和首單輔導，加深品牌印象。
- **強調衛生與信任保證：**針對衛生疑慮，應公開說明清洗流程與品質控管標準，像是展示採用無毒洗劑、每次消毒程序的影片，包裹亦可使用密封袋封口，提供到貨時衣物未開封的保證，對破損衣物的賠償機制也要透明明確，讓顧客放心租借高價單品。
- **豐富產品線與體驗渠道：**擴大目標市場，增加更多尺寸、孕婦服飾、男裝及童裝選項，以滿足不同族群需求。可在實體百貨或快閃店設點，讓消費者實際觸摸、試穿服裝，活動現場提供臨時租借優惠，並邀請時尚達人分享穿搭。利用這種線上線下結的合作建立信任感。

七、結論

透過對 Rent the Runway 的個案分析，我們可以看出它作為共享經濟與永續時尚的先驅企業，在企業社會責任的多個面向展現出積極行動與具體成果，從減碳、延長服裝壽命、推動多元共融，到強化供應鏈的道德標準，RTR 的經營策略不僅回應了全球對永續發展的期待，也為時尚產業提供了新的想像。儘管如此，卻也仍在實務上存在一些關鍵挑戰，像是物流與清洗過程的碳排放爭議、租賃營運成本過高、使用者接受度尚未全面普及等，這些都可能影響其永續承諾的實踐效果。

針對 SWOT 分析可以更清楚看見，RTR 的優勢在於其創新模式、強大品牌合作網絡與永續價值定位，但也需面對來自市場、成本結構與信任建立上的壓力。總結來說，Rent the Runway 的確走在企業社會責任的前端，但未來能否長期維持其競爭力，仍需仰賴其在營運效率、顧客體驗與資訊透明上的持續優化與投入。如果能在這些面向做出改善，它將不只是提供租衣服務的商業平台，更可能成為推動時尚產業轉型的重要推手。



參考文獻

[1] The Impact Strategy of Rent the Runway

https://drive.google.com/file/d/13sGeW4kE6MenEUA8RfYbPdXB_G5x_zwb/view

[2] Inventory Vendor Code of Conduct of Rent the Runway

https://drive.google.com/file/d/19na7pxtQ6qL_W4tfOHztmI7AN5xS7-E5/view

[3] Code of Conduct of Rent the Runway

<https://www.keepandshare.com/doc6/38319/code-of-conduct-pdf-81k?da=y>

[4] Animal Welfare Policy of Rent the Runway

https://drive.google.com/file/d/10Avpyq6VoGV2D_wTP5Lkh87HBJgI9T_S/view

[5] Rent the Runway Official Website

<https://www.renttherunway.com/content/cleanconfidence>

[6] Carbon Offsets Overview for Rent the Runway

<https://drive.google.com/file/d/12N2Gilhdtbg2A1sDAGqRiH6doMdrVbf0/view>

[7] Renting encourages consumers to buy less new clothing

https://drive.google.com/file/d/1h67a_p00p82fsraiQborAEUOLT4h3sj0/view

[8] Careers at Rent the Runway

https://www.renttherunway.com/about-us/careers?action_type=footer_link

[9] 租賃服飾能降低碳排？高奢時尚平台減碳技術創造循環商機，ESG 遠見，2024/03/26。 <https://esg.gvm.com.tw/article/47944>

[10] 二手衣是門好生意？Rent the Runway 怎麼靠「拯救衣櫃」登上那斯達克，2021/12/22。 <https://meet.bnext.com.tw/articles/view/48499?>

[11] 快時尚下，也能友善地更換衣服，循環台灣基金會，2023 年 2 月。 <https://circular-taiwan.org/case/rent-the-runway/>

[12] Rent the Runway 時裝租賃打造永續時尚，卻頻傳碳排疑慮，ESG 遠見，2022/05/16。 <https://esg.gvm.com.tw/article/5017>