

『屏风墙』变身收纳盒 废弃皮再生为时尚手袋 可持续发展成为进博会关键词

昨天17时多,随着最后几片木质屏风被观众拆下,MUJI展台的四面外墙终于全部消失了,露出了以山河土地为主题的展台全貌。那些“围墙”去哪儿了?它们被重新拼装,变成了“2023进博纪念礼限定款屏风收纳盒”,让观众带回家在日常生活中使用,体现“日常可持续”的理念。

从“消失的围墙”到“再利用的废皮”,今年的“绿色进博”有多拼?这两天,记者漫步在第六届进博会消费品展区,随处可见绿色产品设计、再生材料使用等方面的新产品、新技术和新理念,低碳、绿色、可持续成为了各个展台的关键词。

“我们希望现场观众共同参与,完成展台的最终搭建。”进博会开幕前,MUJI中国首席市场官邵恬宜卖了个关子,大胆邀请参观者“共创”一个“未完成”的展台。而在展台外墙全部拆除后,逐本溯源的绿色创造力呈现眼前。现场的羊绒和羊毛产品均采用天然毛发原色制作,避免造成对环境的负担;时尚编织包和抓绒外套则由回收塑料再生而成,就连一根丝线、一条拉链也是100%再生的;盛产于黑龙江的环保植物——纤维大麻,则是明年春夏新品的原料。

走到COACH的展台,全新子品牌“蔻驰之城”(Coachtopia)在中国首次亮相。回收的旧皮革、废弃的边角料,经过切割、编织、压纹等工序重获新生,变成了展台上一只只精美而又独特的时尚手袋;柔软的棉质T恤,制作材料95%来自回收棉;云朵花纹的单肩包,以废弃塑料瓶为原料制作而成……无论是手袋、配饰,还是成衣、鞋履,该品牌通过可循环利用材料和创新设计赋予产品多重生命周期,就连展台上的圆桌、展示新衣的模特,都是用废弃的皮料和木头再制作的。

“蔻驰之城”还请来了东华学子,搭建交流平台,将年轻人对循环时尚的思考与生活方式融入设计,重塑产品的表现力和生命力。“我们带来的这只镂空包包,就是用废弃皮革制作的,用激光切割的方式减少原材料浪费,皮面的绿色和蓝色则是天然环保的海藻染色。”东华大学学生王瑾瑜、潘钰、林婧怡告诉记者,对于年轻人来说,可持续时尚可以有更多的“打开方式”。

在“共创美好绿色健康生活”的展区愿景下,百联带来了中国首发的环保艺术展品——馆藏级生态艺术雕塑“Plasticity”,将岛屿、海滩和沿海社区回收的海洋塑料废物,通过3D打印技术制成建筑结构作品,让漫步其间的人们看到由生态拯救行动引发的艺术创造,唤起人类行为对环境影响的思考。展台上呈现的首发新品,UGG CO EXTREME 限定胶囊系列沙士达高帮靴采用100%再生聚酯纤维、60%环保再生羊毛等环保再生材质;来自法国巴黎的环保品牌Viròn利用植物例如苹果渣循环再造,呈现出一双新鞋。

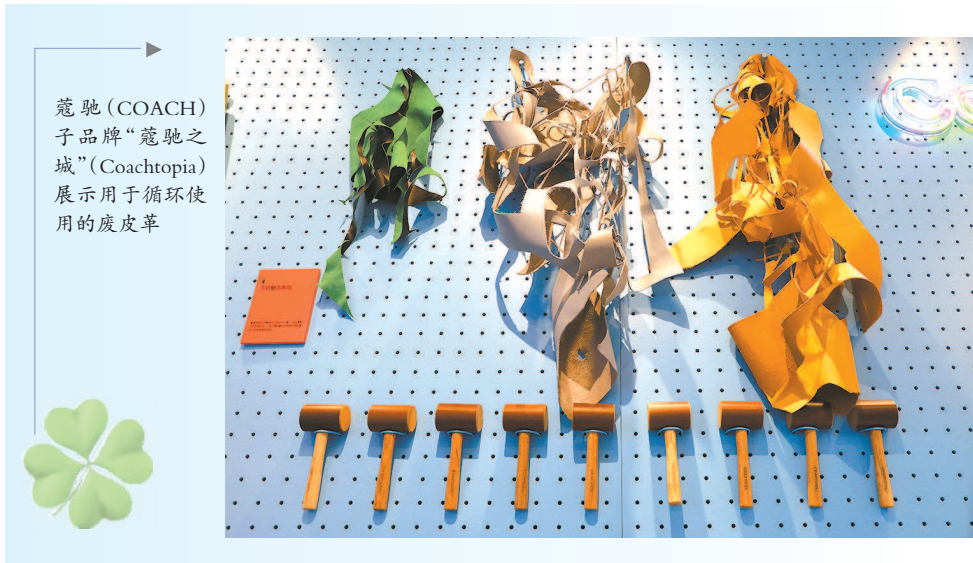
优衣库展台展示了不同板型的牛仔裤,产品均采用节水技术,相比传统工艺可减少95%水量。优衣库今年还推出了16款100%使用再生面料的摇粒绒产品。目前这项技术也运用到了防晒衣、速干衣以及凉感衣上,均采用了不同比例的再生面料。

围绕废弃运动鞋的闭环循环利用,耐克和同济大学共同开发的全球首套废弃运动鞋自动化拆分工艺及装备也在进博会上亮相。展台工作人员介绍,回收的废旧运动鞋经过热动力与机械力处理后,能够将鞋底与鞋面进行分离。分离出的鞋面经过AI系统识别后由机械臂分选进入下游回收体系,鞋底进入破碎系统后生产成再生颗粒,经过静电分选系统将鞋底RB、EVA和TPU进行分离后进入下游回收工厂,就能开启一双旧鞋的“新生”。

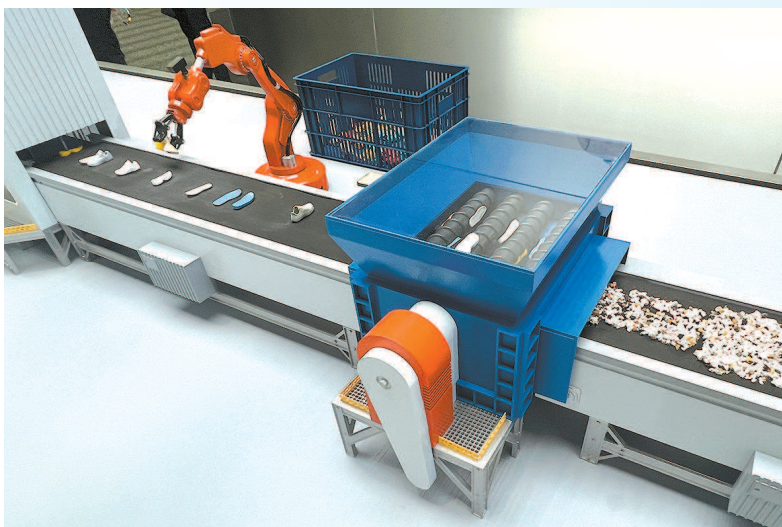
时尚品牌ZARA及其母公司Inditex集团的展台,没有一件时尚单品,而是重点展示集团在可持续发展领域的最新承诺:到2030年,其100%的纺织产品将完全由环境足迹较小的材料制成。此外,Inditex计划到2030年将集团内部运营及价值链中的排放量减少50%以上,从而达成2040年实现净零排放的目标。 本报记者 张钰芸



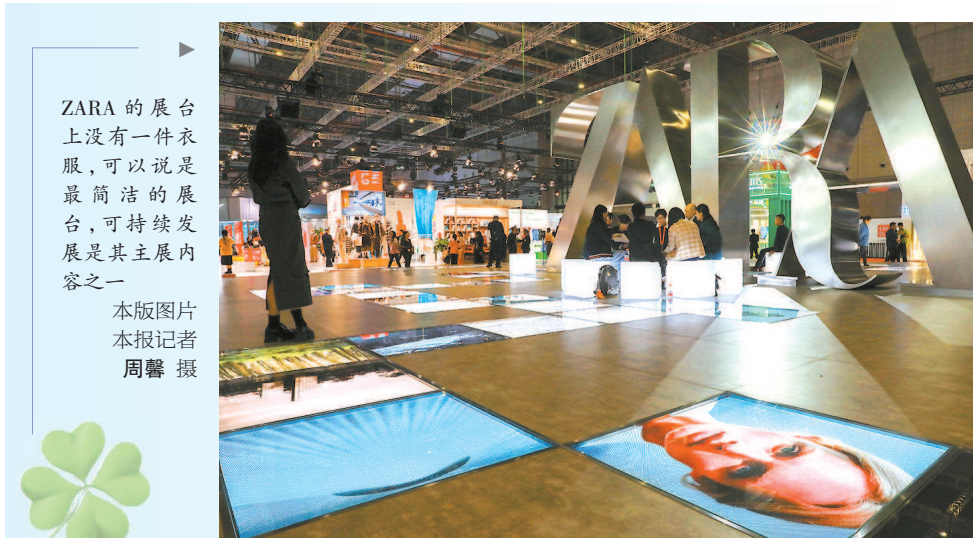
MUJI“拆墙”做成收纳箱,送给现场观众



蔻驰(COACH)子品牌“蔻驰之城”(Coachtopia)展示用于循环使用的废皮革



耐克展台的废旧运动鞋自动化拆分模型线,让旧鞋获得新生



ZARA的展台上没有一件衣服,可以说是最简洁的展台,可持续发展是其主展内容之一

本版图片 本报记者 周馨 摄



宝洁柜台展示的减塑软瓶好卷、好捏,既环保又利于回收