

低碳减排一直是上海时装周重要主题之一。作为每一季 MODE 展中备受行业瞩目的一个展示板块,“善用材料,大有文章”的“有料”是上海时装周自2019年起在时尚产业可持续领域打造的试验田。聚焦国内外可持续前沿技术,围绕节能减碳、循环再造、商业创新等主题,甄选行业价值链上下游的可持续解决方案,发掘并联动业内优质绿色供应商与品牌,在展示中国原创设计力量的可持续创新作品的同时,打造公众与可持续时尚的零距离空间。

杨颖/文



“有料空间”特色展览以材料端为起点,聚焦行业前沿,阐释天然材料及新型生物基材料的新探索。

本版均为受访者供图

# 上海时装周探访可持续时尚

## 生物基►低碳时尚的好路径

今年的上海时装周,“有料空间”如约与观众见面。在为期五天的日程中,“有料空间”特色展区通过合作伙伴企业和机构的主题展陈,以材料端为起点,聚焦行业前沿,精梳实践脉络,进一步阐释天然材料及新型生物基材料在行业内的最新运用探索。

走进位于IM SHANGHAI长宁国际T1号22楼的“有料空间”展区,你会被一面LOGO墙吸引,色彩绚烂的SORONA六个字母在雪白的墙上排开,上面一排小字:“从植物到服装的神奇之旅”。一张示意图告诉观众,什么是SORONA:“作为植物来源生物基合成纤维的先驱品牌,SORONA的核心原料来自每年再生的植物资源。与尼龙相比,SORONA原料制成纤维的制程降低了30%的石油资源消耗,节省了30%的能耗,减少了50%的温室效应气体排放,优化了全产业链的碳排放。”

转过影壁,眼前豁然亮出一片绿色,森林中挺拔的树木,林间的草地,久违人迹的土地上厚厚的苔藓……深邃的森林被设计师在这个小小的角落里复制

再现,让人对陈列在“森林”里的时装有了探索的兴趣。

而SORONA不只是一个环保材料的生产商,通过多年的努力,他已经形成了生物基材料从研发到生产的全产业链。此次参展,带来从上游到下游的完整解决方案,并对系列活动进行了全新升级,让观众在多元参与中“涨姿势”。

更值得称道的是,这次SORONA不是单打独斗来的,他联合群德纺织、传越新材、三川纺织和自然化纤四家优选面料客户,从针织、梭织、填充棉等不同维度全方位展现SORONA生物基材料出色的性能特点。通过更富创造性、艺术性和互动性的创新,SORONA以艺术展陈与实验互动的形式,生动展现从植物到服装的神奇之旅,将晦涩难懂的科学术语转换成通俗易懂且富于时尚美感的真实体验。

与以往设计师注重通过回收废旧材料,以材料再生的方式去实现可持续发展的理念不同,这次“有料空间”中SORONA带来的生物基材料概念,通过集中生产,可以达到规模效应,节能增效的效果更加明显。



时尚产业也正在用新概念、新技术、新产品驱动实现正向转变。

## 羊毛►带给时尚新的惊喜

2023年地球日,全球羊毛时尚产业权威机构The Woolmark Company在刚遭受山火的重庆巴南山区埋下了数块美丽诺羊毛针织面料。让可生物降解的美丽诺羊毛遁入土壤,以天然蛋白质滋养受伤的山林,进行羊毛可降解实验。三块天然羊毛面料分别经历2个月、3个月、6个月的土壤掩埋后被逐一取出。从取出的面料可清晰发现,短短2个月内,羊毛已经开始迅速降解。6个月,面料已呈现出较大程度的降解,双手无法直接提起整块面料。经历数月挖出,时间再次见证了羊毛天然生物降解特性。

出于泥土,归于泥土。在此次的有料空间,The Woolmark Company将展区命名为“RE-TURN”,通过呈现三块在土壤中经数月自然降解的面料,展现美丽诺羊毛100%天然、100%可自然降解的优异特性,带领观众亲

身体验羊毛和泥土融合后的样貌,重新认识这一来源于自然的馈赠。

与The Woolmark Company同样让人惊叹的还有UPW公司,这家公司有超过200种纱线和3000种颜色,从粗犷风到细腻感,甚至还有那种让人眼前一亮的花式纱线。在这次有料展区

的呈现上,UPW大显身手,展示他们作为环保纱线大佬的丰富性。更酷的是,他们2024年秋季还要推出保护海洋系列和牦牛绒产品。

展板上,展示着UPW获得的碳中和认证标签,保护海洋系列和牦牛绒系列的海报也同样吸引着观众的眼球。



UPW公司有超过200种纱线和3000种颜色。

## 可持续►生活时尚的新底层逻辑

作为生物基材料创新的推动者,MATTTTER在本次上海时装周有料空间首次线下亮相,带来多款国内外新兴“下一代”材料,其中包括Natural Fiber Wielding著名的由全植物成分制作而成的100%无塑材料MIRUM、由城市植物废料制作的替代性皮革Tree-kind、SynMetabio以合成生物学主导的微生物培育皮革等。

在空间呈现上,展陈道具均为100%可回收或可生物降解。为此,分子与材料创新专家“蓝晶微生物(Bluepha)”与设制场联合研发的新型生物基材“PHA编辑砖”,颠覆传统资源消耗的搭建方式,从而用生物塑料搭配设计理念提出更强、更丰富的可编辑单元和更绿色可持续的解决方案。

除了企业,更多的专业人士对“有料空间”产生了共鸣。从时装编辑“转型”为初创公司负责人的MATTTTER生物基材料创新机构主理人陈绎菡认为,环保话题中躲不过的就是资源的消耗,无论是生物基材料还是其他可以替代不可再生资源的材料创新,都代表着时尚的未来。她将自己的创业视作一场“实验”,期望以“实验”的态度带动一众初创群体,用新概念、新技术、新产品驱动产业乃至市场端的正向转变。

她说:“我希望多年后可持续是一个不需要再反复讲述的词汇,而是成为一切的底层逻辑。无论是作为个人还是初创机构的代表,我所理解的可持续践行,一定是系统性的,正如同MATTTTER与产品研发及供应链紧

密合作的闭环生态,需要行业从材料端到产品研发、工艺生产乃至零售端的一体式商业模式进行,也需要行业内外的每一个元素、每一个点一起串联成闭环的圆。只有这样,才能迈向我们希望的可持续未来。”

英国奢华生活方式品牌Mulberry全球首席执行官Thierry Andretta则表示:“奢侈品品牌的全球发展策略,必须要在坚持品牌清晰理念的同时,根据每个国家市场经济发展的不同,作出针对性的、符合当地发展的差异性策略。而中国是我们非常看好的市场,尤其是在过去的五年间,我们深刻地感受到中国市场可持续时尚理念发展的速度,并为中国市场的潜力感到震惊。”