

P.E.T.:再设计,塑料废品进军时尚圈

■ 崔小玲

从踩在地上的毛毯、随处可买的瓶装饮料,到女生们用的化妆品,穿的雪纺连衣裙,PET塑料无处不在。

PET塑料是英文 Polyethylene terephthalate 的缩写,简称 PET 或 PETP,它的最大特性是纯净和坚韧,因而被大规模用来制作塑料瓶。但 PET 瓶的性质十分稳定,一个瓶子自动分解需要 500 年的时间,因此 PET 瓶快速消费的使用性质对地球环境和生物构成了重大威胁。而 2018 年的世界环境日主题为“塑战塑决”,正凸显了全球对抗塑料污染的呼声。

其实在时尚圈,塑料垃圾制品已悄然成为时尚风向标。CHANEL 2018 春秋大秀上,把塑料材质用到了极致,从包包到长靴帽子手套,应有尽有。塑料与时尚并存,别有一番风味。

把塑料废品变为时尚圈的宠儿,在这一点上,我国的环保社会企业 P.E.T.(Plastic Ecological Transformation) 做出了非常有意义的尝试,他们以回收的 PET 塑料为原材料,通过专业的设计与制造,生产出实用的布袋、衣物等日常用品。

从服装到环保的跨界实践

从事了 11 年服装行业的赵文静是一位“80 后”二胎妈妈,有着从零开始创建品牌的丰富经验。看到最近几年关于塑料污染的相关报道,她觉得非常揪心,很担心长此以往,孩子们以后会生活在什么样的环境下。因此,赵文静特别希望可以保护环境做一些努力。

作为纺织业的专业人士,赵文静对 PET 这种材料非常熟悉,它其实就是纺织服装行业里最常用的聚酯纤维,只是传统纺织业的聚酯纤维大多都是通过石油提炼而成。因此,如果能够把聚酯纤维的来源从石油改成回收的塑料瓶,是一件一举两得的事情——既解决了回收塑料瓶去向的问题,又解决了纺织业过度依赖石油的被动局面。

2017 年,赵文静成立了上海好润环保科技有限公司,并推出了品牌商标“P.E.T.”,一间环保社会企业就这样诞生了。P.E.T. 的创始团队是来自服装行业的三位专业人士——赵文静负责

统筹与推广,另外两位创始人,一位负责前端供应链,一位负责后端供应链及技术支持,三个人形成完整的产业体系。

变塑料废品为时尚品

P.E.T. 供应链都是来自产业链的专业工厂,而且是非常完善的一整条产业链条。在我国,PET 塑料瓶的再生处理其实已经有了一套完整的建构工序和成熟的技术:清洗、分拣、破碎(粗加工)——加工成瓶片或颗粒——制成再生成品。

再生 PET 中的纤维用途占到了大多数,但再生 PET 纤维制品往往被定义为低端产品。P.E.T. 期望通过回收 PET 塑料,经过专业的设计与制造,为客户提供有实用价值的产品,提升回收 PET 材料后端产品的附加值,从而使得更多价值回馈至产业链的前端,推动回收产业的规范、高效,实现 PET 闭环产业链循环,从根本上解决 PET 塑料瓶的污染问题。

P.E.T. 生产的产品包括袋子、丝巾、T 恤、玩偶、围裙、帘子等。PET 材料本身使用范围特别广泛,因此他们能够做的产品还有很多。P.E.T. 致力于将产品线扩大到更多有实用价值的日常用品上去,如雨伞、桌椅等家居用品,将日常需求与环保创新相结合,践行可持续发展的理念。

目前 P.E.T. 的核心业务以 B 端企业定制为主,同时,为个人设计师与独立品牌提供全套的后端技术与产业链支持服务。P.E.T. 也正在尝试做 C 端产品,今年主推了一款便携式随身购物袋:这个袋子装有一个钥匙钩,可以挂在常用的包上,方便随身携带。

值得一提的是,这个袋子有各种各样的面料和颜色,这些面料并非特别定制,而是来自 P.E.T. 为 B 端企业客户定制产品时用于测试面料各项数据的测试面料,一般这些面料在订单结束后就被丢弃。但 P.E.T. 选择将它们做成环保购物袋,既减少了不必要的浪费,又创意地实践了塑料 0 污染的理念,希望更多的人放弃使用塑料袋。

定位做一家时尚社会企业

谈到为何要选择走“社会企

业”这条路,赵文静说她理解的社会企业首先是一个企业的形式,商业的模式,企业要能够自我养活、自我造血,其次,这个企业所从事的事情是对这个社会有益的,可持续地去解决一个社会问题,对她来说这就是社会企业。

而关于时尚这个定位,文静表示,P.E.T. 目前主推的是通过以回收的塑料瓶制造的实用产品,她们有非常多优秀设计师的资源,在产品选择好的设计,实现更多的附加值,让公众能够更好地接受这样的环保产品。

P.E.T. 在去年成为了影响力工厂 (Impact Hub Shanghai) 的孵化项目,在商业模式、产品打磨等方面得到了很多专业的建议和支持,他们也大力向关注可持续发展的企业和 NGO 组织宣传推广了 P.E.T. 的产品和理念。

推动 PET 闭环循环

因为 PET 的材料本身有着非常结实耐用的特性,所以通过回收塑料瓶生产的产品质量都是不错的。P.E.T. 的团队成员是来自纺织业的专业人士,他们比任何人都懂品质、关心品质,致力于打造高品质经典的环保产品。

P.E.T. 所有的产品原材料都会经过专门的测试,相关机构的技术检测报告也都全面。赵文静表示,机构的产品是保证百分之百 PET 材料,不做任何混纺。因为机构推出了产品回收项目。凡是 P.E.T. 生产的产品都能进入回收系统,让产品实现重复使用,推动塑料瓶闭环循环。石油是不可再生的,但是当塑料瓶循环起来,那意义就完全不一样了。

自带传播属性

P.E.T. 正处于一个初创阶段,没有专门做宣传或者推广工作的人力和预算,但是 P.E.T. 的产品有这样一个特点——自带传播属性:P.E.T. 所有的产品上会附上二维码,拿到产品的人通过扫描二维码就能够对接到 P.E.T. 的团队。

赵文静也表示:“目前测试下来发现,很多客户或媒体通过参加某一次会议或者是活动,拿到了我们 P.E.T. 的产品,就会主动找到我们,希望去帮助我们做更多、更好的有影响力的事情。相对于常规的公司推广来讲,我们的产品自带传播性质,帮助我们节省了很多成本。”

塑料垃圾制品并不低廉

P.E.T. 正面临着产品成本较高的现实困境和挑战:原材料从 PET 塑料回收的成本价格是要高于从石油中提取的价格。这是因为目前国内塑料瓶的前端回



收这一块产业链非常混乱,基本属于无组织、无序化状态。人工捡拾是目前使用最普遍的 PET 瓶回收方式,这种方式难以管控,很可能导致塑料瓶进入回收处理资质差的小作坊,产生二次污染。

P.E.T. 现在要做的事就是通过专业的设计和制造去做一些更好的产品,当有人为这个更高的产品附加值买单的时候,就可以有更多的价值去推动前端的塑料废品回收产业链做得更规范,这样就能源源不断为机构提供原产品材料。当整个产品产业链完善的时候,成本自然会降下来。

携手共进,重塑未来

P.E.T. 的下一步战略规划是集中精力做这两大内容的工作:一是继续推动 B 端产品的定制,支持更多品牌与设计师选择使用 PET 面料,实现机构的自我造血和可持续发展的同时,推动更大的影响力;二是联合前端回收做得特别专业的机构去合作,一起推动 PET 塑料回收的高效、有序,同时实现 PET 塑料瓶的来源追溯,完成产业链的闭环循环。

赵文静期盼未来能看到这样一种场景:每个人都可以非常简单地参与到塑料 0 污染的行动中,用完的塑料瓶可以快速进入 PET 的循环系统,产业链上的每一个参与者,都能够感受到高效回收和再利用带来的裨益。

P.E.T. 在开展自身主营业务的同时,也非常乐于参与一些环保 NGO 及社区、学校的相关活动,并且入选了阿拉善基金会发起的“第八季创绿家计划”。赵文静表示,未来可能会有更多的跨界合作与联名产品。

开辟循环经济

世界经济论坛与埃伦·麦克阿瑟基金会于 2017 年 1 月发表了《新塑料经济:促进行动》(The New Plastics Economy: Catalysing action) 报告,提出解决塑料污染问题的三大策略——重复使用,改善回收,包装设计创新。

埃伦·麦克阿瑟说:“要想达成系统性的改变,需要全球共同努力,需要全球塑料供应链上所

有利益相关方协同合作。”换言之,重新好好思考下塑料经济是很有必要的。

其实很多企业早已有所行动,探索用循环经济的策略和思路解决塑料污染问题。

可口可乐中国刚刚研发了首台兼容饮料售卖和包装回收的概念设备——“左右未来”,探索饮料智能零售和包装环保回收的整合解决方案,向“天下无废”的小目标更进一步。

David Katz 创办了塑料银行 (Plastic Bank),在世界各地建立塑料银行连锁店,在这些连锁店店里,塑料成为了一种能交换一系列如学费、医疗保险、Wi-Fi 等产品和服务的货币,鼓励当地人们收集和交易塑料废品,回收塑料变得收入不菲。

来自印度的瑞图芭那 (Rituparna Das) 和安吉莉 (Angeline Babu),成立了“Silver Nut Tree”品牌,将原本被废弃的垃圾塑料以手工改造的形式,制作成精美的首饰和家居装饰物。

设计师 Vanessa Yuan 和 Joris Vanbriel 创立了 ecoBirdy,一个专门用回收废塑料制造家具的品牌,在巴黎家具展上推出了以废旧塑料玩具为原材料制成的儿童家具系列,环保而又不失艺术的美感,吸引了不少目光。

FREITAG 作为环保包中的先驱品牌,由瑞士两兄弟马库斯和丹尼尔·弗莱塔格创立于 1993 年。FREITAG 在欧洲各地收集旧卡车防水布,经过精妙的设计和出彩的手工,将回收防水布打造成背包、邮差包、手提包、电脑包,甚至钱包。

此外,阿迪达斯、宜家、联合利华、星巴克、H&M、戴尔电脑等大品牌也正在践行可持续发展的目标,用更积极和新颖的方式改变塑料垃圾的命运。环保的理念让大牌更具魅力,由此可见,塑料污染带来的“麻烦”背后蕴藏着广阔的商机和巨大的潜力。

在应对不可逆转的塑料污染问题时,不妨跳出思维的框架,探索循环经济的思路和策略,寻求跨界合作,用创新的方式赋予塑料新的生命意义,引导绿色生产和消费的模式,抓紧这次塑料危机催生的商业机遇。

(据公益慈善学园)

