



从源头刮起的纺织“绿色变革”

本报记者 施珊妹 吴晓艳

近日,一场绿色纤维企业与下游企业的“联姻”在晋江展开。永荣锦江分别与海天、七彩狐进行签约,百川资源与骏昇纺织达成合作,立峰纺织与凤洋实业签署协议。一时间,绿色成为纺织化纤工业践行高质量发展的底色,贯穿全产业链。

业内人士指出,“十四五”时期是践行绿色发展理念、积极应对气候变化、实现碳达峰目标的关键期和窗口期。在此背景下,工业绿色低碳转型面临的新机遇和挑战,中国化纤工业也进入转型升级的关键时期,绿色发展既是中国纺织化纤大国必须树立的新形象,也成为企业必须遵循的发展方向。与此同时,“绿色生活,从纤维开始”的绿色理念,也已经在产业链的上下游,乃至在消费者中得到广泛传播。



绿色纤维备受关注。 本报记者 施珊妹 摄

01 顺应趋势 从纺织源头引领全产业链绿色发展

当前,绿色发展已成为全球共识,亦是我国纺织化纤工业践行高质量发展的底色。中国化学纤维工业协会会长陈新伟表示,纺织产业链的绿色化和纤维材料的创新引领息息相关。纤维是纺织产业链的源头,纺织产业链的优势根本在于纤维材料的创新,纤维的创新不仅决定着纺织行业的价值与应用,更影响着经济社会的发展与形态。行业之久远在纤维,创新之强盛在纤维,应用之广博在纤维。

对此,晋江七彩狐服装织造有限公司董事长洪建库表示认同。他告诉记者,绿色纤维是趋势,能够搭上风口先行一步,不仅可以企业接到更多订单,带动公司业务,还能践行社会责任,为社会多做贡献。

为此,七彩狐与福建永荣锦江股份有限公司达成战略合作,双方将进行资源整合,共同配合开发,发挥永荣锦江在纱线端的优势,应用在七彩狐织造、印染、成衣等环节。“涤氨、锦氨、泳布、瑜伽健身、针织等都是我们全面开发的方向。”洪建库希望将绿色纤维全面应用于主打的产品中。

事实上,对于七彩狐这样的外贸型企业而言,绿色纤维并不陌生。早在2年前,七彩狐便收到国外ZARA等欧美品牌对环保方面提出的硬要求。而此前,七彩狐便在原材料采购上有所调整。今年,七彩狐更是从源头研发入手,进一步加强绿色纤维的应用,顺应全球这一大趋势。

福建纺织产业经过20多年的蓬勃发展,已经形成了包括化纤、棉纺、织造、印染、非织造布、产业用纺织品、家用纺织品、服装服饰、纺机等行业在内的完善的产业体系,近年来全省纺织规上产值稳居全国前五。福建省纺织服装行业协会会长王启明表示,企业要有意识做绿色纤维认证。绿色纤维认证倡导产品的绿色设计、绿色材料和绿色制造,其具有传导和带动作用,能够推动从纤维到终端产品全产业链的绿色化进程。该认证在纺织产业链源头不断推进绿色化的进程,是一次有益的创新和尝试。

“希望本土企业能够推进绿色纤维及下游制品认证,扩大绿色纤维标志牌在服装、家纺、产业用等终端产品的悬挂范围,并通过推进后续的一系列合作,共同为纺织产业链的碳达峰碳中和目标及绿色可持续发展贡献力量。”王启明说。

02 提升价值 绿色产品铸就企业核心竞争力

福建永荣锦江股份有限公司是全国首批、福建省首家获得“绿色纤维”认证的锦纶企业。该公司副总经理陈信富表示,绿色纤维作为纺织行业的高端认证,由于认证难度大,可提升下游品牌知名度及产品价值,受到下游行业的高度认可。自2016年绿色纤维认证工作开展以来,永荣锦江高度重视、全面推进该项工作,坚持“节能、环保、利废”的原则,在促进环境保护的公共健康的同时,有效提升公司产品的核心竞争力,同时也为下游顾客的产品增添可信度,提升了产品档次和品牌竞争力,有效果,更有收获。

其中,永荣锦江的两类绿色纤维产品——原液着色锦纶长丝、再生锦纶取得不错的销售业绩,产品应用领域实现全覆盖。原液着色锦纶对锦纶产品实现原液着色、无染纺织、绿色制造,其节能减排与环境保护效果明显,是国家重点研发计划专题、重点新材料技术提升与产业化项目,该项目获得国家纺织科技进步二等奖。

基于NIKE、ADIDAS、UNIQLO等服装服饰品牌商及国际零售商纷纷提高门槛,以环保产品作为纳入供应链采购的硬性标准,永荣锦江首创再生锦纶工艺流程,自己生产再生切片,生产再生长丝,目前做出来的产品只够

国外品牌商的采购量,明年公司将继续扩大再生纤维生产量。陈信富表示,绿色、低碳、环保是未来永远不变的发展主题,永荣锦江从绿色产品研发和市场中得到了沉甸甸的收获,也看到了未来再生纤维产品的价值和信心,永荣锦江将不遗余力推动企业走循环再生之路,将“美好生活,从纤维开始”演绎得更加精彩。三六一度也在绿色产品的开发中尝到了甜头。三六一度服装材料技术总监田友如介绍,公司一直注重环保材料研发。在对生物基纤维材料的应用中,公司不仅着眼于市场中广泛使用的长丝,还首创了在短纤、填充棉方面的研究和应用,这几年已经收获了大量订单。361°“御寒一号”棉服的面料、辅料和填充物,都采用了环保型材料,其中,内置填充物采用了可回收的环保新型材料“蜂窝棉”,不仅保暖,而且经水洗后不易变形。

2020年,三六一度被评为中国纤维流行趋势2020/2021“最佳年度合作伙伴”,这是因为361°对海兴凯晟科技有限公司“舒弹丝棉涤弹力汗布”的应用,该面料采用生物基原料的聚合物和独特的清洁加工工艺生产,是生物技术和纤维技术的高效结合,原材料环保;舒弹丝有舒适的拉伸回弹性和优异的压缩回弹,用其面料制成

的成衣舒适,在人体穿衣的多个重要部位不易起包、变形,如肘部、臀部、膝盖。

田友如说,在运用环保材料方面,运动服饰市场当前已经初具规模,主要形成了4类产品体系,包括使用绿色植物纤维、再生纤维,使用环保染整助剂,以及提高节能减排水平等方面。这既顺应了绿色环保的流行趋势,又可创造很好的市场效益。

中纺院绿色纤维股份有限公司通过自主研发,攻克了莱赛尔纤维实现产业化的核心技术难点,拥有全套装备自主设计制造的单线6万吨新溶剂法纤维生产线。该公司总经理助理薛立伟表示,莱赛尔纤维是一款对纺织绿色发展具有使命感的纤维产品。其绿色基因主要体现在原料绿色、生产工艺绿色、最终产品可降解。莱赛尔纤维的生产具有流程短、效率高、溶剂可回收等环保特点,是纺织原料绿色可持续发展的重要选项。莱赛尔纤维性能表现优异,终端产品具有丝绸光泽、舒适触感,因此应用上也有很强的比较优势。

薛立伟指出,当前莱赛尔纤维的市场热点主要围绕在低原纤化、超短纤维、细旦化长丝、阻燃等方面,市场空间巨大。下一步,中纺院将结合市场运行数据分析,加大开发、终端引领、应用技术创新链的构建,加大品牌推广及与大师品牌的合作六方面加大绿色纤维推广的方向及实践。

03 面向需求 让绿色生活方式走进消费者

“我国纺织每年消耗的棉、麻、化纤等各类纺织纤维原料高达7000万吨以上,其中涤纶面料占比一半以上,是世界上最大的涤纶生产国和消费国。”在2021年“绿色纤维及制品认证”产业链推广交流会上,石狮市中纺院服装及配饰产业研究院副院长蔡涛介绍,其中,服装产业生产环节中生产的纺织边角料和家庭废弃纺织品超2000万吨,但只有5%得到循环利用,其他作为垃圾处理,对人类的居住环境及人体健康产生严重威胁。

随着人们对环境的保护意识日益提高,绿色产品和绿色标志“风头”迅速席卷发达国家,国际终端品牌积极拥抱绿色环保材料,“环保”“绿色”“无公害”“天然有机”等词汇更是成为各大企业打造品牌效应、增加产品附加值、凸显销售亮点的重要手段。如宜家、耐克、迪卡侬等国际品牌企业均制定了各自在材料方面的可持续发展战略,要在2025年前实现所有涤纶产品使用100%再生涤纶。

“环保是运动品牌必备而非附加的公平性品牌。制造也要讲生命周期,并通过打造循环经济闭环供应链。”田友如表示,工业科技进步带给人们物质享受的同时,也对环境造成污染破坏,环境质量日渐危害到人们的健康和生存,低污染、低能耗、绿色生产制造、节约资源、材料生产等围绕循环再利用,是新材料产业满足经济社会可持续发展的必然责任。他认为,在制造上可以使用绿色植物纤维,作为新型天然纤维,其具有其他纤维无法比拟的优点。其次,可以回收、使用可降解材料,运用环保助剂、环保染整助剂等。

作为全球最大的化纤生产国和消费国,巨大的市场需求和生产规模更加需要践行绿色环保的制造方式。业内人士指出,大力发展和推广“绿色纤维”,不只是我国化纤工业、纺织工业积极践行绿色发展的体现,更是为了让“源头绿色、内核绿色、产品绿色”的绿色纤维制品更多地进入人们的生活,让绿色生活方式走进千家万户,这需要纺织化纤服装全产业链协同共进。

蔡涛指出,企业要更多关注消费者对绿色循环再生产品的性能需求、心理需求、社会责任需求,回归到原动力,更多关注绿色循环再生产品的需求、规范、标准、认证,注重产业系统性。随着国际环保意识的强烈推动,我国国家政策的强力支持,绿色循环再生纺织品将迎来历史发展机遇。

标准是认证的依据,标准越高,认证的潜在价值越高。中国纺织科学研究院原副院长、中国化学纤维工业协会高级顾问赵庆章认为,先进的标准是绿色纤维认证的基础,标准越高,认证的潜在价值越高,要明确对生产过程、原辅材料、产品品质全方位的绿色低碳要求;要为消费者、生产和品牌方提供可信赖的服务,使标准和认证体系持续优化,促进生产方式与消费观念的转变;通过对标国际,用先进标准和服务赢得相关利益方信赖。

Advertisement for 'China Brand Capital' (中国品牌之都) featuring a grid of logos for various companies including Hengan Group, Anta, Lilanz, Xtep, 361°, SBS, Panpan Foods, Xintai, Jinlong, Daal, Shuhua, Fynex Textiles, Yake, Haina, Bigwasp, Xiaoyang, Jinyi, Guoxing Ceramics, Kelme, and Maotai Soles. It also includes a 'Source Leather Industry' (源泰皮业) logo and contact information for the 'China Brand Capital' platform.