晋江品牌“碳”索时尚

本报记者 吴晓艳 柯国笠 董严军 文图

近日，劲霸男装发布中国首套商务休闲男装碳足迹测评——劲霸男装“碳”索套装及劲霸男装产品碳标签，让消费者对原料的开采、加工到产品的制造生命周期碳足迹一目了然。劲霸这一做法，无疑将带动绿色低碳循环体系发展，引领消费者开启全新可持续的时尚生活方式。

如今，人们的环保意识愈发强烈，“碳达峰”“碳中和”更已成为社会热词。包括安踏、特步等在内的越来越多晋江企业承担起社会责任，积极探索应对全球生态危机和气候挑战的方法，将环保贯穿到产品生产、品牌传播等各个环节。

01 引领新消费时尚

当前，绿色发展已成为全球共识，越来越多的消费者正从消费主义向可持续生活方式过渡。

在第26届联合国气候变化大会上，R.I.S.E.可持续时尚实验室发布了2021年度《中国可持续时尚消费人群行为图谱》调研报告。报告显示，89.1%的受访者愿意购买具有可持续性的产品。而随着年龄的递增，消费者对时尚产品的关注点从价格转移至材料，高达73%的消费者将时尚产品的“生命周期”列入购买条件。

时尚界迎来了文化迭代，可持续织就成新的时尚底色。面对刮起的绿色“旋风”，众多时尚品牌不约而同加入“绿色”“低碳”赛道，争当可持续时尚的先行者。

2021年12月28日，劲霸男装在上海发布了中国首套商务休闲男装碳足迹测评——劲霸男装“碳”索套装及劲霸男装产品碳标签。该套装由中国首件碳足迹茄克、碳足迹慢跑裤、碳足迹印花棉T恤构成。消费者通过扫描服装吊牌上带有二维码的碳标签，即可追踪并实时查阅该产品的碳足迹，从原料的开采、加工到产品的制造生命周期碳足迹一目了然。

从一朵棉花，到一根丝线，到一匹坯布，到一件衣服；从一滴木浆，到一根纤维，到一块布料，到一件衣服……劲霸男装“碳”索套装追溯每一件产品的生命周期碳足迹，并精细计量每一件产品的能耗，用切实行动响应国家号召。

“长远来看，品牌之所以能经久不衰，在于其所呈现的精神价值驱动了消费者最深层次的感受。围绕需求，为消费者创造价值，并提供解决方案，引领他们走向更加健康可持续的生活方式。”劲霸男装CEO兼创意总监洪伯明表示，品牌除追求品质、设计之外，更需要关注所传达的精神世界。因而，劲霸将可持续时尚生活方式带给消费者，以此满足当下及未来“物有所值”到“物超所值”的演变。

不仅是劲霸，各大品牌也在以“环保理念”构建新时尚。2021年6月3日，特步发布新品聚乳酸T恤，引起热议。该产品采用的聚乳酸主要从玉米、秸秆等含有淀粉的农作物中发酵提取，经过纺丝成型后变成聚乳酸纤维，其制成的衣服通过土埋，1年内能自然降解。

据特步粗略计算，比起涤纶梭织面料，聚乳酸每缸布染色使用的蒸汽可省近100千克。倘若特步所有服装生产全面采用聚乳酸，每年可节省300多万吨蒸汽；所有面料都换成聚乳酸的情况下，一年可节省3亿立方米天然气，约等于26亿度电、62万吨煤的消耗量。

安踏集团近几年来也一直在寻求激发科技创新的活力，研发推广环境友好型产品。其“唤能科技”环保系列，通过回收770万个废弃塑料瓶，制成纱线再做成衣服，减少自然界的塑料污染；咖啡纱系列回收使用咖啡渣约100吨，为实现废弃物回收再利用提供了新的解决方案；首款用可降解或可回收材质制作的“霸道”环保鞋，将环保理念贯穿整个产品设计、生产、研发和制造的过程中，让消费者穿得好看的同时，感受安踏倡导环保生活的理念和态度……

02 呼吁更多人加入

可持续发展是一条须长期践行的道路，各大企业在推出绿色产品吸引消费者的同时，也在不断践行自身社会责任，引领更多的人参与其中。

以一件茄克为主体向供应链上游溯源，涉及服装业、纺织业、印染业和农业等多个领域。劲霸男装发布碳足迹产品，不仅是自身品牌向动作，更是一次对生态上下游价值链的一次低碳宣贯，对产业绿色生态圈的构建产生了积极的推动作用。

“劲霸一直在加强与可持续材料供应商的接触、合作开发专属环保面料等。”洪伯明介绍，此外，劲霸还联动全国近2000家门店发起“衣旧有型·劲享新生”活动，鼓励近48万消费者到门店来捐赠旧衣，践行可持续时尚。

在特步总裁丁水波看来，环保是件任重而道远的事情，作为一家有担当的民营企业，要坚持可持续发展理念，为可持续时尚探索更多可能。

除了在产品端发力，特步把绿色环保理念不断外化。在提倡零废弃环保理念，全程遵循垃圾分类和回收规则的“豹走西山”2021北京生态公益行赛事中，特步作为赞助商，为赛事提供可降解的聚乳酸T恤和聚乳酸纸杯，为跑友、赛事主办方和环境带来实际帮助。

而作为行业龙头企业，安踏在推动自我可持续发展的同时，也在影响、带动上下游合作伙伴共同参与。从采购生产到产品端，从供应商系统到自身组织运行，推动供应链体系的可持续发展，并不断推进“双碳”理念与企业文化相融合；在设计端，推动数字化设计工具使用，大幅度减少研发过程的样品数量，从而大幅降低因设计开模、打样等环节产生的原材料、物流、人力等产生的“碳”成本。

2020年8月，在安踏与世界自然基金会WWF合作签约仪式上，安踏提出将在环境、社会和企业治理中，联合上下游合作伙伴，推动行业在水管里和包装领域的转型和发展，减少生产过程中的资源与环境压力，倡导循环使用，研发应用可降解原材料，联动亿万消费者共同参与推动。在计划中，安踏提出将实现工业增加值能耗降低30%、用水量降低22.5%，主要污染物排放量累计减少15%等多个重点目标。

不仅如此，在第26届联合国气候变化大会前夕，特步、劲霸男装、七匹狼、九牧王等中国17个市场领先品牌企业和40家重点纺织企业首批加入“30·60中国纺织服装碳中和加速行动”，成为集合3000亿营收时尚产业领跑者，引领万亿美元市场的气候行动。

03 落脚点在科技创新

“‘碳中和’关乎子孙万代的环境问题，未来高碳的产品，将越来越失去国际一线市场的竞争力。”安踏集团董事局主席丁世忠如此认为。

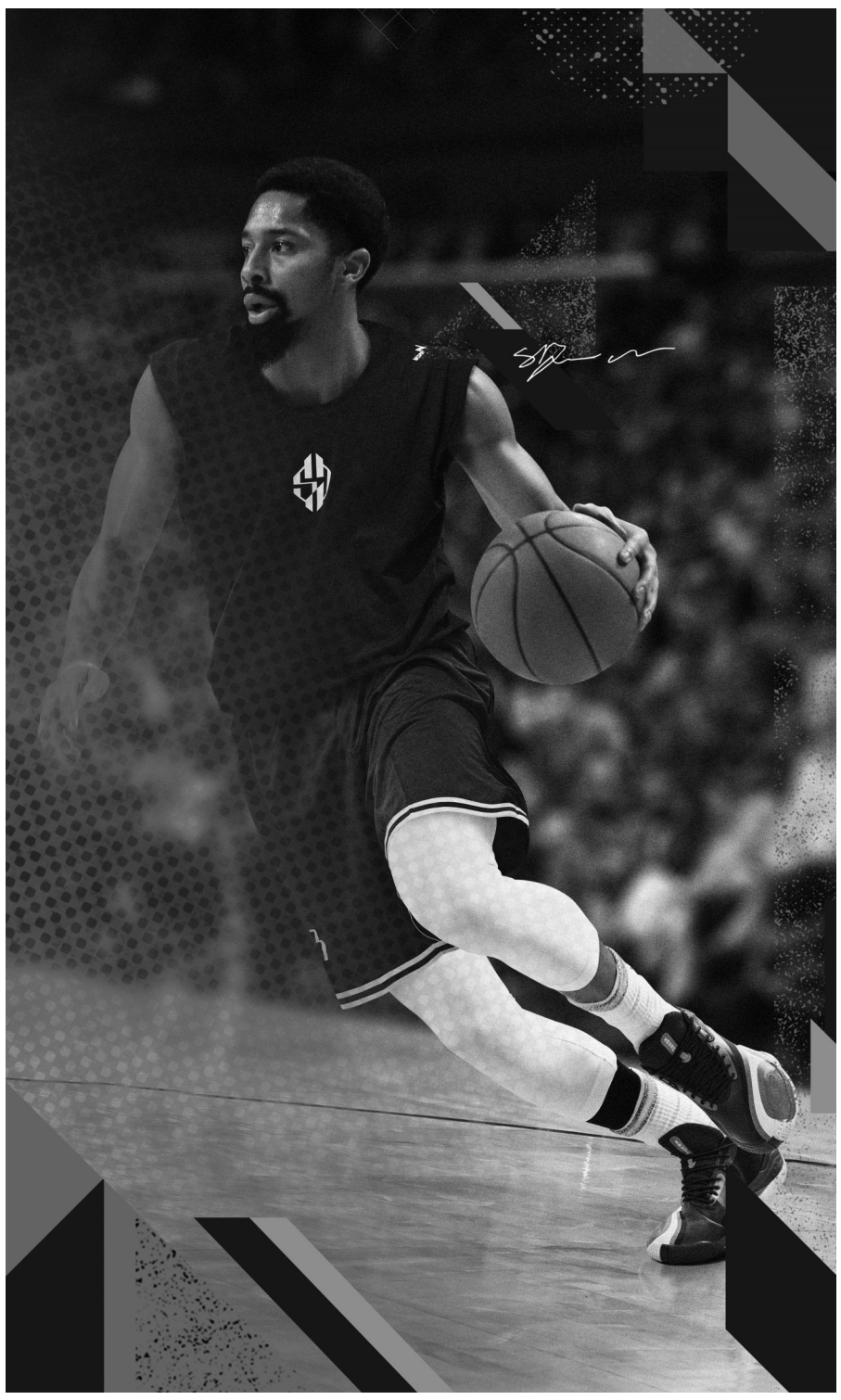
站在30周年新的发展起点上，安踏提出“与环境共生 2050实现碳中和”的目标，其中，在2030年前实现自有生产废弃业物零填埋，自有营运设施原生塑料零使用及零碳排放的三个“零”目标，把营运对环境的影响降到最低。同时，在产品端，提出五个“50%”，2030年前将可持续产品的比例提高到50%；战略合作伙伴能耗的50%采用可再生能源替代；50%的产品使用可持续包装；自有运输设备能耗的50%采用清洁能源替代；产品中实现50%可再生或可回收原材料。

实现这些目标，践行低碳可持续发展，最终还要落脚在科技创新上。

“科技与绿色不可分割，绿色发展对行业科技创新力提出了更高的要求。”东华大学研究员、博士生导师王华平在2021年中国纺织科技成果对接峰会上表示，在资源与环境双重压力下，以消耗石油为主的传统化纤经济增长已无法持续。这也意味着，纺织服装行业未来发展要使用可再生能源，减少碳排放、促进碳减排；加强固废的回收再利用减少固废填埋；注重可持续原材料的使用可降解、循环再利用，减少资源消耗等。

“在2035年中国基本实现社会主义现代化国家时，中国纺织工业要成为世界纺织科技的主要驱动者、全球时尚的重要引领者、可持续发展的有力推进者。”中国纺织工业联合会副会长李陵申表示，为完成纺织科技强国目标，纺织行业需要在纺织纤维新材料、纺织绿色加工、先进纺织制品、纺织智能制造与装备四大领域实现突破。这也要求企业要在有限的时间内，大力推进技术创新和变革。

361°正式签约丁威迪



本报讯（记者 柯雅雅）昨日，361°宣布华盛顿奇才队主力后卫斯宾瑟·丁威迪（Spencer Dinwiddie）已正式签约成为其品牌代言人。

斯宾瑟·丁威迪于1993年4月6日出生在美国加利福尼亚州洛杉矶。人们记住他，可能是因为他在2018年NBA全明星技巧挑战赛上夺得冠军，或是投中反绝杀球的高光表现，也可能是因为他从一名二轮秀励志成为球队首发的一路坚持。丁威迪的蜕变印证了“机会总是留给有准备的人”这句话。随着他逐渐彰显自己的领袖能力，丰富的得分手段和日渐成熟的组织能力，让人们愈发期待他在赛场上的表现。

本赛季，斯宾瑟·丁威迪以亮眼的表现成为队中不可或缺的一员，并为球队带来了不错的战绩。

在谈及与中国体育品牌361°的合作时，丁威迪表示十分开心和荣幸能够加入361°品牌的大家庭，“我把这次合作，当作是我与更多中国乃至全世界范围内球迷交流沟通的桥梁。相信未来无论在赛场内外，我和品牌都会有更多深入交流与合作的机会，并将我对篮球运动的热忱分享给更多人。”

斯宾瑟·丁威迪对篮球运动的无限热爱和坚持，与361°品牌一直以来秉持的“多一度热爱”的品牌理念十分契合，这也是促成双方合作的出发点之一。

“欢迎斯宾瑟·丁威迪加入361°品牌大家庭。作为NBA中强有力的中生代后卫球员，他的能力有目共睹。我们期待与丁威迪一起，碰撞出更多激情的火花。在提升国产品牌市场影响力的同时，激发更多人，尤其是年轻一代对篮球运动的热爱。”361°品牌管理中心总经理郑业欣表示。

斯宾瑟·丁威迪是361°继阿隆·戈登后签约的新一位NBA现役职业篮球运动员。司职后卫的丁威迪的加入将为361°篮球产品矩阵的发展提供更多可能。对此，361°表示，将在后卫鞋款上持续发力，为运动员提供更多的选择，以及更优质的产品支持。

据悉，361°本月发布的MENACE鞋款便是其中之一。该鞋采用低帮造型，其设计灵感源于跑车的性能结构，外观极具速度感。鞋款中底搭载“ARCHLOCK”结构，以大片贯穿式TPU连接前后脚掌，配合QU!KFOAM∞缓震材料，在分散足弓压力的同时，优化缓震性能，帮助球员提升赛场表现。

“我们将继续深耕篮球领域，为篮球爱好者提供更专业且更丰富的产品选择。”郑业欣表示。

庆祝第二个中国人民警察节 泉州晋江国际机场花式宣传

本报讯（记者 吴晓艳）昨日是第二个中国人民警察节，同时也是第36个“110宣传日”。泉州市公安局晋江国际机场分局联合晋江市公安局、泉州晋江国际机场、晋江市烟草专卖局，结合机场旅客流动性大的特点，充分发挥泉州晋江国际机场作为“全国禁毒示范机场”的示范引领作用，组织开展形式多样的“禁毒+便民+防疫”宣传活动，与旅客共同庆祝警察节。

活动现场，民警通过摆放宣传展板、发放宣传资料、播放宣传片、提供法律咨询及有奖问答等多种形式，走进候机楼、到达厅，与旅客互动交流，宣传110报警服务、如何预防诈骗、毒品的危害等，以及相关法律法规。同时，结合“我为群众办实事”实践活动，开展“红绶带、心连心”为旅客助行活动。

在禁毒宣传展区，毒品仿真模型吸引了不少旅客的目光。民警在向旅客发放禁毒宣传册的同时，深入浅出地讲解毒品种类的识别方法和危害性，精彩的内容引来了旅客的驻足围观和阵阵掌声。

活动还设置了反诈骗有奖问答环节，答对即可领取精美的飞机模型。一时间，旅客们热情高涨、踊跃抢答，现场氛围浓厚。此外，针对近期疫情防控形势，民警还开展了卫生防疫宣传，提醒广大旅客全程佩戴口罩，做好预防。

“祝所有警察节日快乐！”旅客蒋先生表示，此次宣传内容翔实，让他对防范诈骗有了更多的认识。“凡是电话要求转账的都是诈骗，凡是有疑问的都可以找警察。”

据了解，此次活动共展出宣传展板40块，向旅客发放宣传资料2000余份，接受旅客咨询60人次，发送飞机模型300余份。

劲心劲意推出全家福口罩

本报讯（记者 吴晓艳）老老少少穿着新衣，围坐在餐桌边，享用美食佳肴……这样的画面交织在口罩上会是怎样的效果？昨日，劲心劲意推出新品全家福口罩，红色的笔触与白色的布面碰撞，显得喜庆又可爱。

“10日刚好是中国传统节日——腊八节。古往今来，腊八节都有着阖家欢乐的寓意，借此时节推出全家福口罩，也想祝福大家团圆幸福。”劲心劲意相关负责人表示，该款口罩上的图案是由劲霸集团旗下设计师所绘，并与劲霸新推出的童装相互呼应。

从国风潮流新品——二十四节气“立冬”款，到以滴水兽为灵感的“与虎同MENG”亲子口罩，再到新推出的全家福口罩，劲心劲意在保障产品防护功能的同时，一直在不断创新，解锁口罩新样式，并由此搭建更多元的口罩使用场景。

“我们希望让口罩有更多的时尚可能。”该负责人表示。