

# 论服装的“二次改造”

文 / 贺琼萱, 古 怡

**摘 要:**近年来时尚大行其道,消费者对时尚潮流的追求导致“换衣”频率过快,使大量衣物未坏却弃。通过对中部城市长沙和时尚都市上海的相关消费者群体进行问卷调查,分析服装消费中的这种未坏却弃现象的原因。文章认为只有对服装进行“二次改造”才能解决服装行业所带来的环保问题,从而实现服装行业的可持续发展,并提出相关的应对措施。

**关键词:**服装;旧衣物;二次改造

由于人们物质水平的提高以及对时尚潮流的追求,导致消费者购买服装的频率增加,造成未被充分利用的服装迅速成为“旧”服装,遭到购买者冷落或抛弃。然而服装行业本身就是“高污染行业”之一,消费者对服装时尚的贪婪追求必然使服装污染问题突显。本文基于服装消费中存在的环保问题,提出了服装二次改造的命题,继而阐述了国内外知名企业对服装进行二次改造的方案,最后用SWOT分析法分析了中国进行服装二次改造的优势、劣势、机会、威胁,以期为中国服装行业可持续发展决策提供借鉴。

## 1 服装消费中存在的环保问题

### 1.1 服装消费中存在环保问题的表现

社会化大生产虽然对整个社会发展起到一定的积极作用,但是却是一种对个性和人性的践踏。<sup>[1]</sup>在服装行业,批量生产使得服装不停的被复制,由于规模经济价格越来越低。同时物质水平的提高,使得消费者对穿的要求已经不再停留在保暖的需求上,而是更多地追求潮流、时尚,刺激着更多的消费者去消费更多的服装,因此加速了衣柜服装的更新频率,缩短

了服装的使用周期。因而,服装污染问题以及环境问题的日益严重,如上海每年制造的“服装垃圾”为13万吨,<sup>[2]</sup>使得人们开始意识到急需改变过度消费、盲目消费等消费观念。适度消费能从消费的数量上避免过度消费所带来的资源浪费。<sup>[3]</sup>

长沙作为中国中部的一个大型城市,其服装的时尚性、消费量都处于中国服装时尚业的平均水平,其具有一般典型性。上海是中国沿海城市的典范,作为中国时尚之都,引领全国时尚潮流,其服装时尚业最为发达,与中国其他城市相比较具有差异性。笔者选取长沙五一西路商圈、上海陆家嘴商圈作为问卷调查场所,发放200份有效问卷,问卷显示两地问卷者的职业结构、年龄结构、收入结构多样,说明两地是一个比较理想的问卷调查场所。

问卷调查结果显示:除2.38%的被问卷者没有闲置服装外,其他被问卷者或多或少都有未曾穿过的服装(图1,见下页)。可见,闲置的服装已经在人们的衣柜中泛滥,这造成了资源的浪费。图2(见下页)中是关于人们如何处理自己闲置服装的柱状图,66.67%的被问卷者让

**基金项目:**教育部人文社会科学规划基金《当代服装时尚的身体问题研究》(12YJAZH100)

**作者简介:**贺琼萱,武汉纺织大学服装学院硕士研究生;古怡,武汉纺织大学服装学院副教授

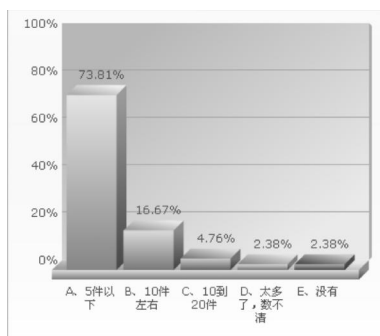


图 1: 衣柜里从来没穿过服装数量的问卷调查

闲置服装压在箱底, 26.19%的被问卷者会选择把闲置服装送给他人或者捐给灾区, 4.76%的被问卷者会选择直接扔了, 2.38%的被问卷者会自己对闲置服装进行改造。可见, 关于“二手服装”增多对环境危害的知识并没有普及, 大量的旧服装被运送到填埋场, 使其中的有毒物质释放, 加重了环境的负担, 特别是旧服装中的化纤即使被填埋几百年后也不能降解, 对环境危害极大, 令人担忧的是现在的服装更新速度呈几何级数暴增, 旧衣的数量惊人。

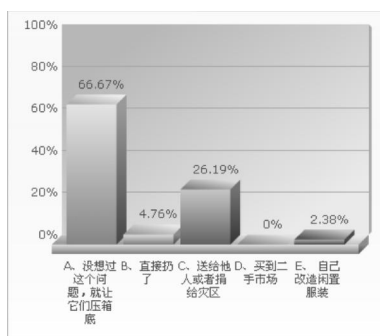


图 2: 如何处理闲置服装的问卷调查

图 2 中显示被问卷者不会把自己的闲置服装买到二手服装市场, 可见在被问卷者眼里并没有“二手服装市场”的概念, 几乎没有人会对自己闲置的服装进行“二次改造”。按照过去的一种观念, 捐助和慈善的方式是解决“二手服装”的主要途径, 其实这是一种对“二手服装”利用的误读。(1)从国际上看, 捐赠只能解决 15%的“二手服装”。(2)对于慈善机构和民政部门来说, 他们需要的是冬季的服装, 如羽绒服、棉袄、大衣等。慈善机构以及民政部门认为穿好并不是他们的义务, 因此淘汰率很高的轻薄服装并不是必需品。由此可见, 闲置服装的日益增多和处理不力已成为一个相当大的矛盾。

## 1.2 服装消费中存在环保问题的原因分析

服装消费所带来的环保问题是多方面原

因造成的。

(1)冲动消费是造成过度购买的一个重要原因。图 3 是关于是否冲动消费的调查, 可见绝大多数被问卷者都会冲动消费服装。冲动消费带来的直接影响就是服装资源不必要的被占有。图 4 是关于冲动消费的原因调查, 47.62%的被问卷者冲动消费是因为衣服时尚又便宜。可见物质水平的提高使冲动消费者有了物质基础, 而时尚、新潮、吸引眼球成为一个极大的诱因, 这从另一方面说明人类审美观的存在和变迁是对服装过度消费一个不可避免的内在此因。而促销活动和销售人员的营销策略共占被问卷者的 28.77%, 这是冲动消费的外在诱因。另外, 被问卷者中 23.81%认为不存在冲动消费, 这还值得疑问, 因为心理问题的回答存在着个体差异。

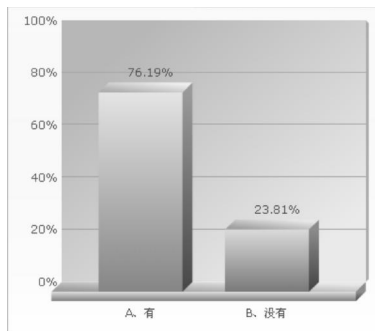


图 3: 是否冲动消费的问卷调查

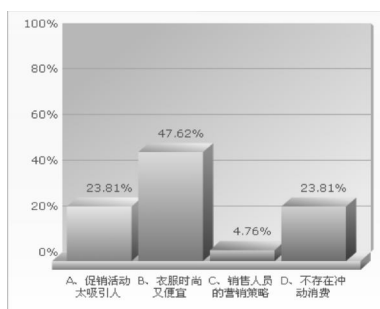


图 4: 冲动消费原因的问卷调查

(2)人们对待“二手服装”的态度不友好是导致服装过度消费的另一个原因。如图 5 中被问卷调查者中 69.05%对“二手服装”不了解。图 6 (见下页)中被问卷调查者中 61.9%不会选择把自己的闲置服装放到“二手市场”去卖, 26.19%的被

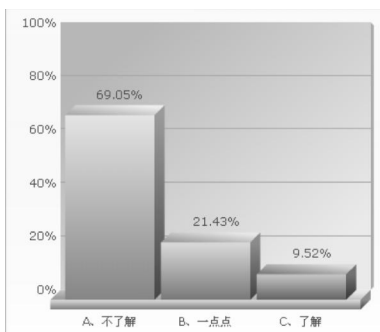


图 5: 对“二手服装”了解程度的问卷调查

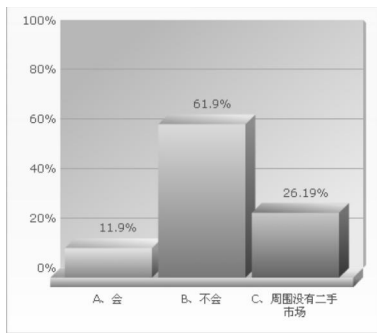


图6: 是否把闲置服装放到“二手市场”去卖的问卷调查

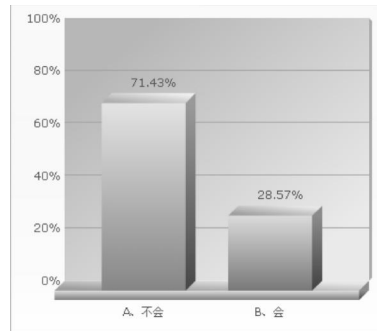


图7: 是否购买“二手服装”的问卷调查

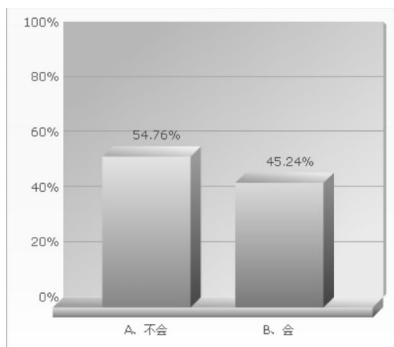


图8: 是否购买“二手服装”改造的服装、饰品等的问卷调查

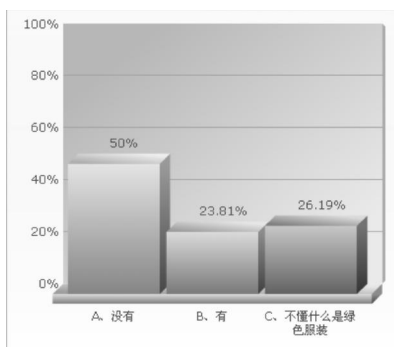


图9: 是否考虑购买绿色服装的问卷调查

问卷调查者是因为周围没有“二手市场”，仅仅只有11.9%的被问卷调查者会选择把自己的闲置服装放在“二手市场”去卖。图7中有71.43%的被问卷调查者不会选择购买“二手服装”，仅仅只有28.57%的人选择购买“二手服装”。之所以大多数人们不会把自己闲置的“二手服装”放到“二手市场”进行交易也不会购买“二手服装”，其原因在于人们被“衣不如新，人不如故”的传统观念束缚，认为“二手服装”是贫穷的象征，并且具有卫生问题。<sup>[5]</sup>正因为根深蒂固的传统观念，多数人不会选择买“二手服装”更不用说进行服装的二次改造(图8)，可见，中国“二手服装”的

市场很小以至于“二手服装”没有被很好地利用，造成了资源的堆积和浪费。图9是关于是否购买绿色服装的问卷调查，只有23.81%的被问卷调查者选择购买绿色服装来缓解环境的压力，50%的被问卷调查者根本不会购买绿色服装，26.19%的被问卷调查者根本不懂什么是绿色服装，这说明人们的环保意识薄弱，这也造成服装在消费中产生一系列环保问题的一个原因。

图10: 男女购买服装的频率的问卷调查。柱状图显示：A. 男 (13.64%, 9.09%, 31.82%, 27.27%, 19.18%)，B. 女 (25%, 35%, 20%, 10%, 10%)。图例：A. 只要看到喜欢的就买；B. 一个月买一次；C. 三个月买一次；D. 半年买一次；E. 很少买。

图10: 男女购买服装的频率的问卷调查

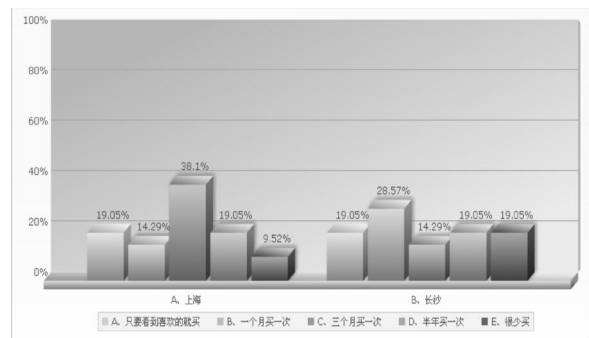
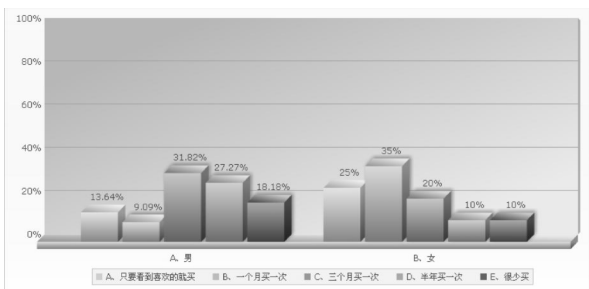


图11: 上海、长沙两地购买服装的频率的问卷调查

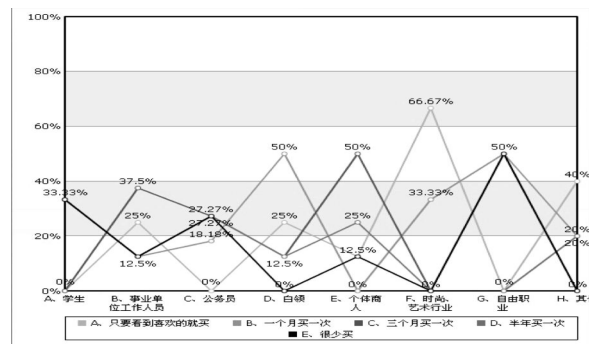


图12: 不同职业的购买频率的问卷调查

(3) 男女性别差异、地域差异、职业差异是影响消费中环保问题的又一原因。图10显示女性的购买新衣物的频率大于男性，可见女性在服装上的消费远大于男性。图11显示的是

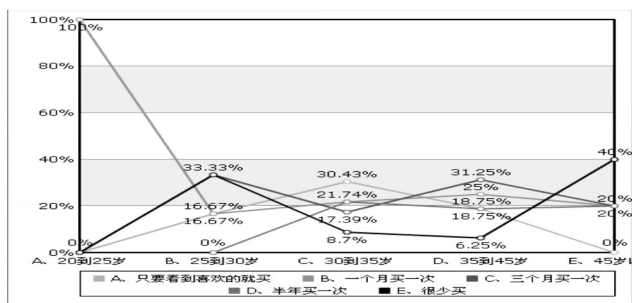


图 13: 不同年龄段的购买频率的问卷调查

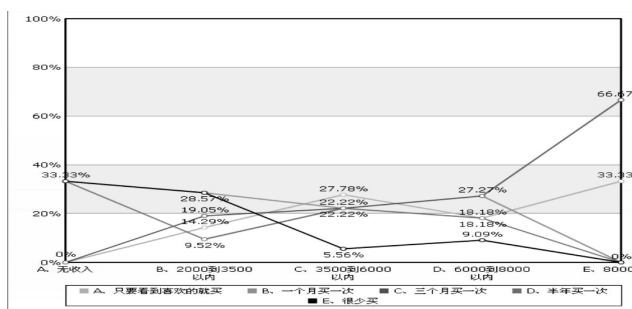


图 14: 不同收入的购买频率的问卷调查

上海、长沙两地关于购买服装的频率。从整体上看,上海市民的整体购买力要大于长沙市民的购买力,可见,不同的城市的发展以及时尚程度也会影响人们的消费习惯。由图 12(见上页)可以看出职业也是影响人们消费的一个重要因素。图 12 显示除了其他行业之外,购买最没计划性的是从事时尚、艺术行业的人,时尚、艺术行业有 66.67% 的被问卷调查者只要看到自己喜欢的服装就会买。可见,不同的职业也决定了人们不同的消费观念。图 13 显示的是不同年龄段的消费情况。由图 13 显示,30 岁到 35 岁以及 35 岁到 45 岁这两个年龄段的人购买频率远大于其他年龄段的人。30 到 35 岁有 30.43% 的人只要看到自己喜欢的服装就会买,而 35 到 45 岁的人有 18.75% 的被问卷调查者看到自己喜欢的服装就会买。由于这两个年龄段的人购买服装的频率之快,导致他们更换服装的速度快。图 14 主要显示的是不同收入的人的购买频率,图中无收入是针对在校学生。

## 2 基于环保下的服装“二次改造”

### 2.1 服装“二次改造”的含义

“二次改造”最早出现在建筑行业。土地资

源的缺乏,很多地产商买入闹市区具有老旧建筑的地皮,然后请装饰公司对旧建筑进行再设计,从而提高旧建筑的价值并且获利。<sup>[6]</sup>

在 20 世纪 90 年代,kerry 和 anni ka 是服装行业最早真正意义上提出“二次改造”的两家服装企业,它们将“二次改造”的手法运用到废旧的“二手服装”中。<sup>[7]</sup>服装“二次改造”就是收集被人们闲置、丢弃的服装,然后把它们进行分类、重新设计、最终投入市场,让其在市场上得到循环利用。“二次改造”也同样存在一定程度的“二次污染。在对旧衣物进行改造的过程中,由于技术的局限性使得有些面料无法进行降解,因此资源依旧遭到浪费;同时,降解的过程中,有些面料释放的气体对环境造成了污染。

### 2.2 国内外企业服装“二次改造”的设计方案及现状

面对人们衣柜中积压以及丢弃的旧衣物,国内外越来越多的企业开始对旧衣物进行“二次改造”,它们的设计方案并不是十全十美,仍旧存在一定的弊端。

上海的缘源公司是国内最早开始进行“二次改造”的企业。从 2011 年开始已经上海的社区、学校试点回收旧衣物,已经在 990 个试点小区安置了 1200 多个铁皮熊猫回收箱,半年的时间就已回收 305 吨旧衣物。它将具有穿用价值的服装,按照国内普遍的做法,都会寄出去。在每个月回收的旧衣物中,有 10 多吨的毛衣,除了完好可以捐赠的,还有 40% 的毛衣会拆开重新编织。他们会请一些社区的阿姨进行编织,然后把编织好的送到山西、安徽等希望小学。对于夏天穿的轻薄服装,通过整理好送到非洲,救济当地贫民。缘源公司对 70% 不能再穿用的服装按照面料进行分类,从而进行回收处理,整个过程都在上海进行。

由于国内环保观念弱,从事旧衣物改造的企业少,因此进行旧衣物改造的技术性弱。从国外来说,虽然政府、企业都特别关注环保问

题、有些企业对旧衣物改造的方法值得我们借鉴,但旧衣改造技术还未成熟,并不能让所有旧衣物都得到升级利用。

在欧美等发达国家,专门的旧衣物回收加工企业已有近百年的历史。<sup>[8]</sup>美国联邦商业委员会声明对2008年的绿色指标进行重新评估,并且将废旧纺织品的处理纳入国家政策,充分体现了发达国家政府对旧衣物回收、再利用的高度认识和显著支持。自20世纪90年代,全球二手服装贸易额增长了10倍,占全球纺织服装贸易总额的0.5%。<sup>[9]</sup>20世纪90年代就已经有人开始投入到旧衣物的改造中,迄今为止H&M和Goodone对旧衣物的改造方案最为可行。

从2013年3月开始,瑞典的快时尚品牌H&M在上海淮海路店、陆家嘴正大广场店试行“旧衣回收”项目,只要有人送二手服装到店里都将得到一张H&M八五折优惠券。上海H&M隔天会将收到的衣服送到昆山的仓库进行简单的分拣工作后再统一运回瑞典I:CO回收公司进行后期循环利用:将10%可穿用的服装经过消毒处理进入“二手市场”;30%-40%经过处理作为新材料进行使用;一部分被改造成同等材料的产品,如抹布;0.3%重新回到了服装原材料中,这就是所谓的原材料升级。<sup>[10]</sup>

Goodone是个获奖的可持续公司,其的创新之处就在于对“二手服装”进行回收利用。Goodone回收原本作为垃圾填埋的衣料,把这些衣料再设计成新的服装,使其更好的展现女性的气质。Goodone主要研究up-cycling,独创性的将new British、sustainable fabrics和reclaimed textiles结合起来。他们发明了一种新的设计方法:对面料进行循环利用而不是受限制于它们。一个真正好的设计除了满足人们对潮流的渴望,更应该解决时尚产业对环境的影响问题。2012年5月Goodone时尚生态服装已经开始在线销售。

笔者认为,越来越多的企业、设计师开始

对废旧衣物进行改造。这在一定程度上解决了时尚产业对环境的污染问题,使面料的生命得到延续。但是,现在很多衣服都是混纺的,比如毛涤、涤棉,回收时就必须把合成纤维跟天然纤维分开,分离成本特别高。像这样回收成本比新做一件衣服的成本还高,那么谁又愿意去进行回收旧衣呢?同时,由于技术的原因有一些面料很难被分解和重组,只有技术的提升才能让旧衣物得到up cycling。对于旧衣物的改造,除了对旧衣物的面料进行升级利用之外,还可以直接在旧衣物上做改造。旧衣物的改造可以直接用一些设计方法,比如加一加、减一减、移一移、借一借、代一代等手法,运用解构和重组来使旧衣物焕然一新。由此可见,不管是国内还是国外对于旧衣物改造仍旧需要继续研究和探讨。

### 2.3 服装“二次改造”实践的问题及对策

由于旧衣物的改造技术尚未成熟,导致服装进行“二次改造”的过程中存在着一些难题,运用SWOT分析法见表1。

表1:服装“二次改造”的SWOT分析

<p>优势(Strength):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、减少固体垃圾</li> <li>2、缓解环境压力</li> <li>3、实现资源循环利用</li> </ol>	<p>劣势(Weakness):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、二次改造的企业未形成规模,具体低、小、散的特点</li> <li>2、技术的不成熟使旧衣物的循环使用受到局限</li> <li>3、技术成本高、缺乏资金支持</li> </ol>
<p>机会(Opportunity):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、企业、政府开始关注服装产业的环保问题</li> <li>2、知名设计师们已经对旧衣进行回收、改造,吸引了众多粉丝对旧衣物的关注</li> <li>3、时尚达人、博主对旧衣物的改造,让众多粉丝竞相模仿</li> </ol>	<p>威胁(Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1、文化的差异造成人们排斥旧衣物</li> <li>2、人们缺乏环保意识</li> <li>3、某些企业唯利是图,没有履行企业对社会的责任</li> </ol>

面对现在的情况,笔者认为可以采用以下对策:

(1)国家大力宣传“二手服装”、低碳环保观念,消除人们对穿着旧衣物偏见的同时增强环保意识,如各大媒体进行宣传、知名设计师的宣传、明星的宣传等。

(2) 国家规定纺织服装企业必须具有社会责任心,在生产服装的同时对旧衣物进行回收。国家可以通过针对企业的社会责任心出台一些政策和法律,从而增强企业的责任感。

(3) 政府对从事旧衣“二次改造”的企业在技术研发上给予资金支持和政策倾斜。政府不仅在技术的研发上面,培养和吸引更多的人才,而且在旧衣物改造上积极与其他国家进行合作。

(4) 从事“二次改造”的企业通过借鉴国外众多从事旧衣物改造企业的经验,建立完整的旧衣回收、改造体系,形成规模性。

(5) 设计师、时尚达人大力宣传一衣多穿、鼓励进行DIY,让每个人开始对自己衣柜闲置的服装进行改造。从事“二次改造”的企业可以聘请知名设计师,对旧衣物进行改造,从而吸引其粉丝对旧衣物的关注和热爱。同时,从事“二次改造”的企业,聘请知名设计师、时尚达人来公司,针对社会大众进行授课,教人们如何以旧变新。

### 3 结语

近年来,人们对服装的要求不再是过去的保暖,而是紧跟时尚的潮流。由于人们追求时尚潮流趋势,必然会导致人们衣柜中服装更换频率过快、大量的废旧服装积压、资源的浪费。可见,大力推行服装“二次改造”,倡导低碳环保的生活消费模式,既能满足人们对时尚的追求又能实现整个社会的可持续发展。由于对旧

衣进行改造仍存在一些问题,导致旧衣物未能得到升级利用。只有全人类团结起来,一起履行低碳环保的消费观念,共同研发旧衣改造技术,才能真正实现服装行业的绿色环保。

### 参考文献:

- [1] 鞠晓慧. DIY理念在服装设计中的应用研究[D]. 陕西科技大学(硕士), 2011(5): 3-5.
- [2] 张东亚. 旧衣服新旅程:“时尚垃圾”成千万吨级“富矿”. 中国企业家[J], 2013(11): 92-97.
- [3] 朱坦. 环境伦理学理论与实践[M]. 北京: 中国环境科学出版社, 2001: 322.
- [4] 赵国樑. 莫让旧衣成为“不会飘起的塑料袋”. 纺织服装周刊[J], 2010(6): 55.
- [5] 甘佳虔、杨以雄、邵家瑜、周琪瑶. 旧衣时尚与城市文明——二手服装消费市场发展分析. 东华大学学报[J]. 2010(1): 56.
- [6] 沈佳.“二次改造”在废旧服装“再利用”中的意义及方法[D]. 中国美术学院(硕士), 2010(4): 6-7.
- [7] Annika Sander, Kerry Seager. Junky Styling: Wardrobe Surgery [M]. A&C Black Publishers Ltd, 2011: 21-30.
- [8] 施卓超. 我低碳·我时尚——关于废旧衣服回收再利用的应用研究. 商品与质量[J], 2011(4): 337.
- [9] Sally Baden, Catherine Barber. The impact of SHC trade on developing countries [R]. London: Oxfam GB, 2005: 5.
- [10] 王佑江. 纺织品循环加工及其再利用[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2008: 72-84.

(收稿日期:2013年6月9日)