

康师傅

10月11日,康师傅控股有限公司(简称“康师傅”)“食·裳——塑说新生·万象循回”ESG主题时装秀亮相2026春夏上海时装周,这是本季上海时装周首个实现活动“碳中和”的“衣食跨界”合作案例。本季时装秀也是康师傅首次跨界时尚领域,携手来自国内知名时尚设计院校东华大学的创新设计人才团队及知名服装户外品牌RICO LEE,聚焦康师傅旗下红烧牛肉面、鲜Q面、冰红茶、茉莉茶四大产品,利用食品废弃包装制作潮流时装,展示循环美学,共同描绘一幅“从食到裳”的可持续发展画卷。

作为民族品牌,康师傅秉承“家园常青,健康是福”的可持续发展理念。本季时装秀正是康师傅践行ESG理念、履行社会责任的具体行动。康师傅将继续致力于包装材料的轻量化、再利用和循环利用,为创造绿色、低碳的美好生活贡献可持续力量,助力行业高质量发展。

让食品包装“变身”潮流时装,打造“衣食跨界”的碳中和时装秀

本季时装秀是康师傅践行“循环重生”理念的生动体现,所有登台时装均是康师傅旗下产品包装经回收再造而成。饮料瓶被再生为轻盈透气的功能性面料,PP材料的方便面又被制成潮流配饰,成为康师傅“变废为宝”的鲜活例证。

这场循环美学展示的成功,得益于多元设计力量的共同诠释。设计师围绕康师傅红烧牛肉面、鲜Q面、冰红茶、茉莉茶四大产品,设计了“质造之魂”“解构之思”“能量补给站”“清新呼吸”4个系列,近60套时装。

秀场处处体现着康师傅的品牌基因与循环理念。“质造之魂”系列致敬康师傅1992年推出红烧牛肉面,以“since 1992”标识传承经典。“解构之思”系列配饰则利用3D打印技术,将康师傅经典IP“康宝宝”巧妙融入设计,在以数字化制造减少浪费的同时,实现科技与美学的融合。“能量补给站”系列从冰红茶“痛快能量”的品牌口号中汲取灵感,将产品标志性的柠檬黄与户外元素相结合,运用立体剪裁工艺与高性能再生面料,在视觉呈现上传递出畅快感。“清新呼吸”系列则呼应茉莉茶的清香淡雅,采用月白、浅碧等柔色调与轻盈层叠设计,细节上采用茉莉花元素及衍生出的印花等柔美元素,营造如清风拂面般的轻户外穿着体验。

本季时装秀是一次贯穿始终的碳中和实践。在低碳服务平台碳衡科技及第三方认证机构CTI华测检测的专业助力下,整场活动成功获得碳中和证书,成为本季上海时装周首个实现活动碳中和的“衣食跨界”合作案例。

康师傅在上海时装周完成碳中和时装秀



以“循环重生”实现“从食到裳”,搭建循环经济新生态

本季时装秀意在将环保理念转换成可感知的时尚单品,向行业与公众提供一个看得见、摸得着的“循环重生”商业样本,展示食品包装材料可以具备的环保价值,以及带动产业链发展的经济价值。

康师傅提供的废弃包装,经由破碎清洗环节,成为洁净的再生颗粒,制成纤维再转化为纱线,最终织成环保布料,在设计师手中获得新生,形成了一条完整高效的“回收—重生—应用”链条。整个过程串联起了威立雅·华菲、新生、丹毛、博恒、伟星等产业链下游的环保实践者,并最终落地为一件件时尚成衣。

随着资源循环技术的规模化落地,如今的再生面料在手感、外观上实现了大幅提升。应用再生面料制成时装,以此号召消费者形成低碳环保的生活方式,这是康师傅创新表达。“eESG理念”的举措,即在传统ESG框架上加入“e”所代表的经济性。康师傅致力于在践行ESG理念的同时创造经济效益,员工、合作伙伴更主动地参与ESG实践,从而让企业实现真正意义上的可持续发展。

在“eESG理念”的指引下,康师傅的ESG实践呈现出一条从“食”出发、逐步覆盖“衣住行”的路径图。2022年,康师傅参与联合国全球契约组织发起“GDI for SDG”试点项目,合作缓解海洋塑料污染,助力低碳经济转型,从“减塑”切入探索家园保护;2023年,参与“rPET造万物”项目,将回收饮料瓶重塑为拉杆箱、野餐垫等产品,为“行”注入绿色温度;2024年,推出“万物皆有yuán”项目溯源而上,聚焦绿色农业,筑牢“食”的生态本源。此次跨界“衣”的领域,是康师傅构建“衣食住行可持

续生活圈”的关键一步,标志着康师傅循环经济生态的进一步完善。

康师傅所具备的规模化消费网络,为“衣食住行可持续生活圈”的构建提供了稳定的资源基础。旗下方便面、饮料等产品每年产生的可回收包装,将成为康师傅循环经济的起点,产业链各环节合作伙伴的加入,将形成从回收到再生的协同闭环。

本季时装秀将纳入联合国全球契约组织“GDI for SDG”试点行动的年度项目,作为在该领域唯一获得“Forward Faster Early Mover”称号的中国食品企业,康师傅正将可持续发展的“中国样本”推向世界。

康师傅以本季时装秀为起点,用直观可感的方式将可持续发展理念从T台扩展至产业,并且向公众传递企业主张:可持续并非遥不可及的理念,而是触手可及的生活方式;循环经济并非空洞的概念,而是能够融合品牌价值、商业增长与低碳环保的可行路径。从一盒方便面、一瓶饮料,到一件闪耀T台的潮流时装,康师傅正秉持“家园常青,健康是福”的企业愿景,以生动的ESG实践,描绘一幅兼具商业智慧与人文关怀的时尚画卷。

数据来源:康师傅控股有限公司

