

她从阿里辞职去捡垃圾 竟把 32 万只塑料瓶做成潮牌

“对于多数人来说,塑料瓶的最终归宿是垃圾桶。而在黄宁宁们手中,3个瓶子=1个抽绳包,12个瓶子=1件T恤,24个瓶子=1个背包。”

黄宁宁从阿里离职后,开启了一段创业,成为了HowBottle(好瓶)这家公司的CEO,用废弃的塑料瓶去制作日常生活用品。

把塑料瓶转化成纺织材料,在很多人眼里就像黑科技。“这门技术其实已经非常成熟,只是市场对它还缺乏认知。”正因为如此,好瓶创始之初,先以服务企业团队来打开市场,黄宁宁解释一些外企对于环保再生材料的认可度较高,产品更容易被他们所接受。直到最近,好瓶的产品才开始直接对消费者进行试水。在开始吧这个众筹平台上,好瓶项目筹得金额远高于预期,以834.10%完成率收尾。

据介绍,目前好瓶已经让32万只废弃塑料瓶得到重生,这相当于节省了12吨石油资源,减少了15吨二氧化碳的排放。接下来,在延伸产品丰富性,进一步扩大销售规模的同时,好瓶也尝试去成为一个再生材料的提供商,吸引更多设计师或者品牌加入其中,打造多元化的再生材料产品的应用场景。

离开的原因

凌晨两点,电脑屏幕正在逐渐变暗,这意味着又一天的工作结束了,闭上眼睛,表格上的曲线依旧跳动在眼前,久久难以散去,疲惫地揉了揉太阳穴,黄宁宁第100次问自己:这是自己真正喜欢的工作么?

2011年中,实习结束的黄宁宁顺利入职阿里巴巴,正式开始了与产品和数据打交道的日子。工作的五年多时间里,她迎来了移动互联网时代的爆发,也等到了公司的上市敲钟,只是如复一



用 24 个塑料瓶做成的背包

日的工作,也让黄宁宁逐渐开始迷失自我。

怀着这份迷茫,黄宁宁选择在2016年中,离开了工作了5年多的老东家,也离开了屏幕背后那些纷繁庞大的数据曲线,开始去重新找寻自我。

在美国加州,黄宁宁居住了小半年。这儿的生活方式很简单,她开始跟着室友做垃圾分类,也逛逛二手商品店,骑自行车可以到海边吹海风、玩帆船,或者去爬山、攀岩。在这里,她离互联网很远,一步就可以踏进大自然。

“我曾以为是小镇生活的慢节奏吸引了我,后来才意识到是他们物尽其用、了无负担的生活方式打动了我。”黄宁宁说,正是好瓶这个项目唤醒了她的这种意识。好瓶想要用产品的方式和市场的力量,去解决塑料污染问题,而不是说教式去宣传环保公益理念,让黄宁宁觉得这个项目很酷。

对好瓶“一见钟情”的黄宁宁结束了旅行,离开了生活了快6年的杭州,只身前往上海。她渴望把好瓶打成一个可持续的潮牌。

只不过,国内再生材料行业并不成熟,光打通供应链这端,黄宁宁就花了半年的时间。“从

供应商开始,我就要讲故事,用未来的可能性去打动他们”。好瓶合作的第一家工厂,甚至是第一次接触再生材料生产。

把回收废弃的塑料瓶,经过分拣切片、清洗消毒等工序,做成再生颗粒、纤维,再纺成纱线、布料,不少供应链环节都需要团队和工厂共同去打通。

回收的废弃塑料瓶,在进入服装生产环节之前,已经经过了切片、分拣、清洗、高温、消毒等标准工序,然后才变成了再生颗粒、再生纤维、纱线,纺成布,最后做成了衣服。

没有“好评如潮”的好瓶

从产品运营到真正去做产品,早期黄宁宁也为自己交了昂贵的学费。

去年,好瓶以“一家用塑料瓶造环保T恤”的神店身份登陆造物节,让淘宝店铺一下子涌入了3万名的消费者,期间转化了不少订单,但最终却并没有好瓶预想中的好评如潮。原来,由于工厂的不严谨,有些消费者收到的商品上沾了污渍。

“说实话,有点措手不及”,黄宁宁当机立断暂停了与第一家工厂的合作,把更多精力放到了建立稳定可控的供应链上,“直面消费者,让我们发现了供应链端的问题”。

初期建立合作的生产线,一时没办法灵活配合好瓶短频快的创意产品,黄宁宁选择缓一缓,暂停了直面消费者的生意,把更多精力放到了企业团队的合作开拓上,“消费者的需求多变而又零散,那时候的好瓶还没有准备好”。

如何向大众市场传递可持续理念?好瓶首先便选择了去跟马拉松赛事进行合作。黄宁宁列了一串数据:每场马拉松产生的垃圾是日常量的6倍,一个瓶子在比赛中只有20秒的使用寿命,而不回收的瓶子,在土壤里要500年才能降解。这是一个与好瓶高度契合的场所。

但是,去把循环再生这件事情变得很酷、很好玩,改变人们



用塑料瓶做成的T恤

对于环保的刻板印象,这是重中之重。

在兰州马拉松比赛,为了让“跑马者”在完成比赛的同时还尽可能多的拾取塑料瓶,好瓶特地设计了可以直接放置塑料瓶的战袍;针对观看者,好瓶则推出了用塑料瓶换取抽绳袋的活动。“大家现场都在捡瓶子,有些甚至跑回家拿。”黄宁宁说,好瓶在每款产品上,都会尽量把环保量化,让大众对再生产品有更直观的感受。就像马拉松中观众拿到袋子,就标注着“来自3个瓶子”的字样,让大众知道这袋子原来是3个塑料瓶制作而成。

为了让边跑马边捡瓶子的行动影响更多人群,好瓶还把这套行动装备变成了一个工具包。这个工具包包含了特制的战袍和3个瓶子制作而成的抽绳袋,只要敢于穿上战袍的跑马者都可以认领。通过这样一路“接力”的形式,这种特殊的马拉松形式来到了贵州、内蒙古锁边林、北京、雄安、上海和舟山等地。

除此之外,好瓶也在更多场合去宣传“可持续生活”理念。在太湖迷笛音乐节上,把3个塑料瓶制作的抽绳袋发放给承诺拒绝使用塑料饭盒的摇滚乐迷;在亚洲音乐盛典上,粉丝们可以用12个塑料瓶换一件粉丝T恤,如果积攒够100个塑料瓶,还能换取音乐会门票。

N名兼职员工

“这个世界有一种改变的方式,它不是少数人做了很多事情,而是大多数人开始做一点点事,改变就会发生。”

好瓶的团队不是紧密型创业团队,它包括黄宁宁在内只有4名全职员工,但黄宁宁却认为它力量很大,因为他们有非常多“20%的小伙伴”,即用工作生活之余20%时间,想用创造力来解决社会问题的参与者。这些人也被称为创变者。

好瓶推出的用24个塑料瓶制作的“24包”就是创变者们共同碰撞出的火花。需求的最开

始,是好瓶遇到了想用回收塑料瓶制作救灾帐篷的可口可乐与壹基金,于是三方产生了一个大胆的想法,用这些回收塑料瓶做成潮包,再把卖包所得的钱用来买帐篷救灾。

黄宁宁把想法告诉了创变者们:潮包设计师WY、远在意大利的奢侈品设计师一哈、一直为好瓶出谋划策的设计师Fido等。结果大家一拍即合,一个名叫“壹·瓶·可乐”的线上设计小分队成立了。“24包”从创意到生产,经过了前后3次打板与调整,才成为一个与消费者见面的产品。

好瓶还给“24包”安插了小彩蛋,每一个包包内都缝制了帐篷形状的回收帐篷布料,这些布料来自曾服役于雅安地震的救灾帐篷,经过清洗消毒裁剪后,它们成为了24包独一无二的号码牌。

5月份,这款24包在小范围贩售,500件很快销售一空,这让好瓶也重拾了走向消费者端的信心。8月底,“24包”通过开始吧、玩物志这些年轻人聚合的平台正式贩售。令黄宁宁开心的是,“出现了断货的情况”。前不久,好瓶参展了夏纳国际创意节,作为代表淘宝的4家品牌之一。接下来的9月中旬,好瓶也会再次登上造物节,“年轻人对于可再生材料的接受度正在变高”。

其实,我国是全球最大的废塑料再生利用国家之一。

只不过,一方面再生材料的成本确实高于一般的纺织面料,另一方面国人对于回收再利用商品,会有“废物再用”的不安全感。因此,国内品牌鲜少旗帜鲜明地使用再生材料,这项技术才会成为很多人眼中的“黑科技”。但这项技术,在欧美等国家已经有比较成熟的应用,也有不少品牌设立了再生材料的产品线,如Adidas就与环保公司Pacley for the Oceans联名推出过,利用渔民打捞回收的海洋垃圾制成的跑鞋,已经售出了100万双。

尽管目前生产成本较高,黄宁宁说,市场扩大之后,再生材料的成本也会变得更加可控。

(据微信公众号“服装邦”)

