



打造时尚良知的潮流

时下的热门话题离不开有机，有机饮食是大家认知和关注最多的方面。别忘了，还有穿在身上的有机衣物。衣食用品，整个生活习惯对健康的影响环环相扣。让Nukleus有机衣物品牌的创办人陈拯卫告诉你，为什么要选择有机衣物。

有机衣物的品牌缘起，在于“环保”二字。Nukleus 创办人/CEO陈拯卫道出品牌的抱负：“我们想创造一个具有国际潜能的品牌，市场调查得出，未来的趋势，环保是个关键词。然而，我们对环保的概念很肤浅，什么筹码、知识都没有，只凭着胆量，跑去找WWF国际自然基金会合作。毕竟它们是全球最大的环保组织之一，在全球超过100个国家都有他们的活动踪迹，对环保必然有深入的见解。”

在那次的交流中，陈拯卫抱着从零学起的心态，反而能抛开一般的表面认知，重新接受真正的环保品牌概念。“其实，真正环保的品牌是一个life cycle，每个环节，包括原料、设计、包装、运输，甚至产品用完后的解决方案，环环相扣。真正要做环保品牌，就要下一番功夫去研究每一个环节。”



WWF抱着开放的态度和积极的想法，很快就决定与Nukleus配合。在互动和交流下，陈拯卫获知一个关键讯息：大马如果要克服环保问题，采取的态度必须是与消费者合作。

要在这个大环境中推行环保品牌，并不容易。当他们一发现自己的概念不对、不全面，即刻重新策划整个品牌。花了约一年半的时间筹备，从零开始，边做边学习。至今已两年半，推出产品包括男女装内裤及衣物，在循众要求下，接下来的目标是童装，未来将会开发更多相关产品。

严格筛选原料

“每次跟别人谈起，我都会说：环保是一个旅途，并不是一个目的地。因为每个阶段都必须不断学习，不断改善每个细节。”

“能够成为WWF的伙伴，和他们合作，就必须符合他们的严格要求。因为产品用的是WWF的logo，如果我们是不负责任的，对他们的影响很大。至今也很少有品牌像我们这样和WWF合作，希望能够起到抛砖引玉的作用。”

陈拯卫透露，制作有机产品，首先原料一定要符合两个条件：一对人体生态安全；二不要破坏环境。Nukleus所有的产品设计皆采用最精致的生态材料，包括获得全球有



机纺织品标准(GOTS)认证的有机棉以及奥地利兰精集团的木代尔和粘胶。

而主要组件已获得Oeko-Tex Standard 100的认证。Oeko-tex Standard 100是全球目前用来衡量人类生态安全方面品质的最高标准，意味着Nukleus的产品适合所有肌肤全天候穿着。其衣服原料不含危害人类生态的物质，尤其适合健康不大好、幼儿、老人或者生病痊愈的人穿。

他进一步补充：“我们正在大力推广有机棉，因为传统棉花对人类和环境都不好。”

他指出，棉花是全世界面料最广泛使用的材料，而传统棉花占了99%，有机棉只占了1%。仔细了解，就会发现棉花的种植存在着很大的问题。由于棉花是很容易受虫害的植物，为了保护和提高棉花产量，农民会使用大量杀虫剂。只是制作一件T恤，传统农耕法就需要使用1/3磅的杀虫剂和化学肥料，而全球25%的杀虫剂及超过10%的农药都是使用在栽种棉花的过程中，造成棉花成为全球使用杀虫剂和化学肥料用量最高的植物。

最大的问题是，这些农药都是有毒及持久性，即使用后无法消散在稀薄空气中，也不会自动分解。无论怎么洗，化学物质还是会残留在棉花里。研究报告显示，人体会吸收60%皮肤接触的东西，通过毛孔渗透进入人体。首当其冲影响的是人体健康，接着对环境造成污染及伤害野生动物。

提高环保意识

虽然近年几乎人人都知道环保的重要性，但消费者对环保产品的反应似乎还不是很热烈。一项关于大马人会不会支持环保的调查显示，80%的人说会支持，可是真正掏钱支持的并没有那么多。“这正是我们面对的问题：消费者的意识。一般人觉得有机是贵的，其实我们衣服并不贵，如果你理解整个制作过程、对健康、对环保，就会觉得物有所值。我们最大的意愿是做到大众化的价格，不然消费者知道好处，却基于消费不起，那也没意义。”

陈拯卫说，做环保的品牌，除了赚钱，必须要有更大的使命——给消费者选择，透过购买的力量去改变地球。“为什么每年要举办‘熄灯1小时’，就是要告诉大家，一个小小的动作，只要每个人都做，会带来很大的力量。”

“我们要制造的是一个时尚良知的潮流(Fashion with concern)。投入环保品牌的事业，必须很坚持，并找出能回馈社会又能赚钱的平衡点。现阶段犹如毛毛虫蜕变为蝴蝶的过程，要怎么度过这段挣扎期间，怎样在最短的时间去达到那个点，是一个挑战。”

目前，Nukleus正积极开发国外市场，除了大马，在泰国、印尼、新加坡、香港都有设点，台湾今年年中会落实，同时与来自欧美、澳洲的对象洽谈合作。

www.nukleusshop.com