



ĐIỂM TIN

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO THÁNG 08/2025

BẢN QUYỀN

Nội dung của tài liệu thuộc sở hữu bản quyền của **Faslink**. Bạn chỉ được sử dụng Báo cáo này cho mục đích cá nhân hoặc phi thương mại. Ngoại trừ bản sao tạm thời được giữ trong bộ nhớ cache của máy tính của bạn và một bản sao vĩnh viễn duy nhất để tham khảo cá nhân của bạn, tài liệu này không được sử dụng, lưu trữ, sao chép, xuất bản, thay đổi hoặc truyền tải dưới bất kỳ hình thức nào hoặc bằng bất kỳ phương tiện nào mà không có sự chấp nhận của **Faslink**.

Bất kỳ sự sao chép hợp pháp nào nào được thực hiện đều phải thừa nhận nguồn của đoạn văn, đoạn trích, sơ đồ được chọn hoặc thông tin, tài liệu được sao chép lại.

MỤC LỤC

A - Xu hướng nổi bật: Những chính sách và tiêu chuẩn bền vững - Sự thay đổi trong lựa chọn của khách hàng	04
B - Bản tin Đổi mới sáng tạo	13
C - Bản tin hoạt động nổi bật ngành thời trang tháng 07/2025	17
D - FASLINK2DATE: Hoạt động nổi bật của Faslink trong tháng	22

A - THÁNG 08/2025

**XU HƯỚNG NỔI BẬT: NHỮNG CHÍNH
SÁCH VÀ TIÊU CHUẨN BỀN VỮNG - SỰ
THAY ĐỔI TRONG SỰ LỰA CHỌN CỦA
KHÁCH HÀNG**

LUẬT CHƠI THAY ĐỔI, KHÁCH HÀNG CŨNG THAY ĐỔI

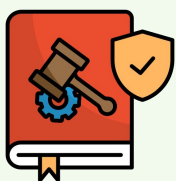
Một luật chơi mới đang định hình thương mại toàn cầu

Tháng 10/2023, Liên minh châu Âu (EU) chính thức khởi động giai đoạn thử nghiệm **Cơ chế Điều chỉnh Biên giới Carbon (CBAM)**. Điều này có nghĩa là từ **năm 2026**, bất kỳ sản phẩm thép, xi măng, nhôm, phân bón... nào nhập khẩu vào EU đều phải kê khai và trả thuế dựa trên lượng phát thải carbon. Với các doanh nghiệp xuất khẩu, đây là một bước ngoặt: nếu không chứng minh được chuỗi sản xuất bền vững, họ có nguy cơ **mất quyền tiếp cận thị trường**.



Nguồn: EU Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM)

Trong kỷ nguyên bền vững, công nghệ chỉ là công cụ để hành động, còn chính sách & tiêu chuẩn mới là luật chơi mà doanh nghiệp buộc phải tuân theo.



**Chính phủ đưa ra
khung chính sách**



**Khách hàng và nhà đầu tư
thay đổi tiêu chí lựa chọn.**



67% nhà đầu tư tổ chức cho biết ESG đã trở thành yếu tố then chốt trong chính sách đầu tư 5 năm qua

Trong số các quỹ đầu tư bền vững toàn cầu, **84%** tài sản trong quỹ bền vững toàn cầu (Assets Under Management) tập trung ở châu Âu, đáng chú ý hơn nhiều so với Mỹ (11%) và các khu vực khác.

Nguồn: Asset Owners Highly Committed to ESG As Implementation Challenges Persist; Morningstar Survey

BẢN ĐỒ CHÍNH SÁCH & TIÊU CHUẨN BỀN VỮNG TOÀN CẦU

Mỹ:

- **SEC Climate Disclosure Rule** – công bố thông tin khí hậu cho công ty niêm yết
- **IRA (Inflation Reduction Act)** – ưu đãi và giám sát năng lượng sạch, carbon

Châu Âu:

- **CBAM (Carbon Border Adjustment Mechanism)** – thuế biên giới carbon
- **EUDR (EU Deforestation Regulation)** – chống phá rừng
- **CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)** – báo cáo bền vững bắt buộc



Trung Quốc:

- **China ETS** – thị trường carbon quốc gia (ra mắt 2021, lớn nhất thế giới tính theo phát thải)
- **Dual Carbon Goals** – đạt đỉnh phát thải 2030, trung hòa carbon 2060

Hàn Quốc:

- **K-Taxonomy** – phân loại tài chính xanh
- **ETS (Emission Trading Scheme)** – thị trường carbon bắt buộc

Nhật Bản:

- **Green Transformation (GX)** – kế hoạch giảm phát thải, hỗ trợ công nghệ xanh



Tiêu chuẩn quốc tế

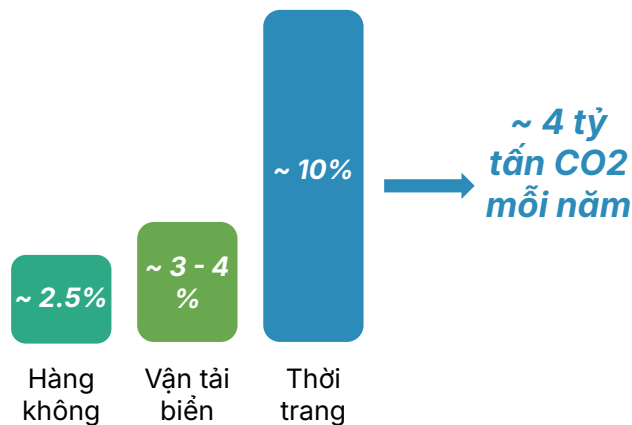
ISO 14001 – hệ thống quản lý môi trường
SBTi – Science Based Targets initiative

FSC – chứng chỉ rừng bền vững

Fairtrade – thương mại công bằng
Higg Index – ngành dệt may/da giày

LUẬT CHƠI RIÊNG CHO THỜI TRANG BỀN VỮNG

Thời trang và dệt may không chỉ gây áp lực môi trường, mà thực sự là một ngành có lượng phát thải vượt xa so với hình dung thông thường.



Khoảng **85% quần áo** cuối cùng bị bỏ vào landfill hoặc đốt

Mỗi lần giặt đồ polyester có thể thải ra lên đến **700.000 sợi vi nhựa**, phần lớn đi vào đại dương

Nguồn: *The impact of textile production and waste on the environment*



20 % nước thải toàn cầu từ ngành → Một chiếc quần jean tiêu tốn tới **10.000 lít nước** chỉ để trồng đủ bông

Nguồn: *UN Helps Fashion Industry Shift to Low Carbon*



EU Textile Strategy 2030

Mục tiêu: Đến 2030, sản phẩm dệt may tại EU phải bền hơn, dễ tái chế, có hàm lượng vật liệu tái chế cao và không chứa hóa chất độc hại.

Ý nghĩa: Doanh nghiệp xuất khẩu vào EU phải thiết kế sản phẩm xanh hơn và minh bạch vòng đời để duy trì thị trường.

Nguồn: *EU strategy for sustainable and circular textiles*



Higg Index (Sustainable Apparel Coalition)

Mục tiêu: Bộ công cụ toàn cầu đánh giá tác động môi trường và xã hội trong sản xuất dệt may, da giày.

Ý nghĩa: Được nhiều thương hiệu lớn (Nike, H&M, Adidas...) áp dụng, trở thành tiêu chuẩn bắt buộc để tham gia chuỗi cung ứng quốc tế.

Nguồn: *EU strategy for sustainable and circular textiles*



OEKO-TEX® & ZDHC

Mục tiêu: Đảm bảo sản phẩm dệt may an toàn, loại bỏ dần hóa chất độc hại trong toàn bộ chuỗi sản xuất.

Ý nghĩa: Nâng cao độ tin cậy sản phẩm, đáp ứng yêu cầu khắt khe của các nhãn hàng toàn cầu về an toàn và bền vững.

Nguồn: *Better chemistry for a healthier planet*, [Oeko-Text](#)

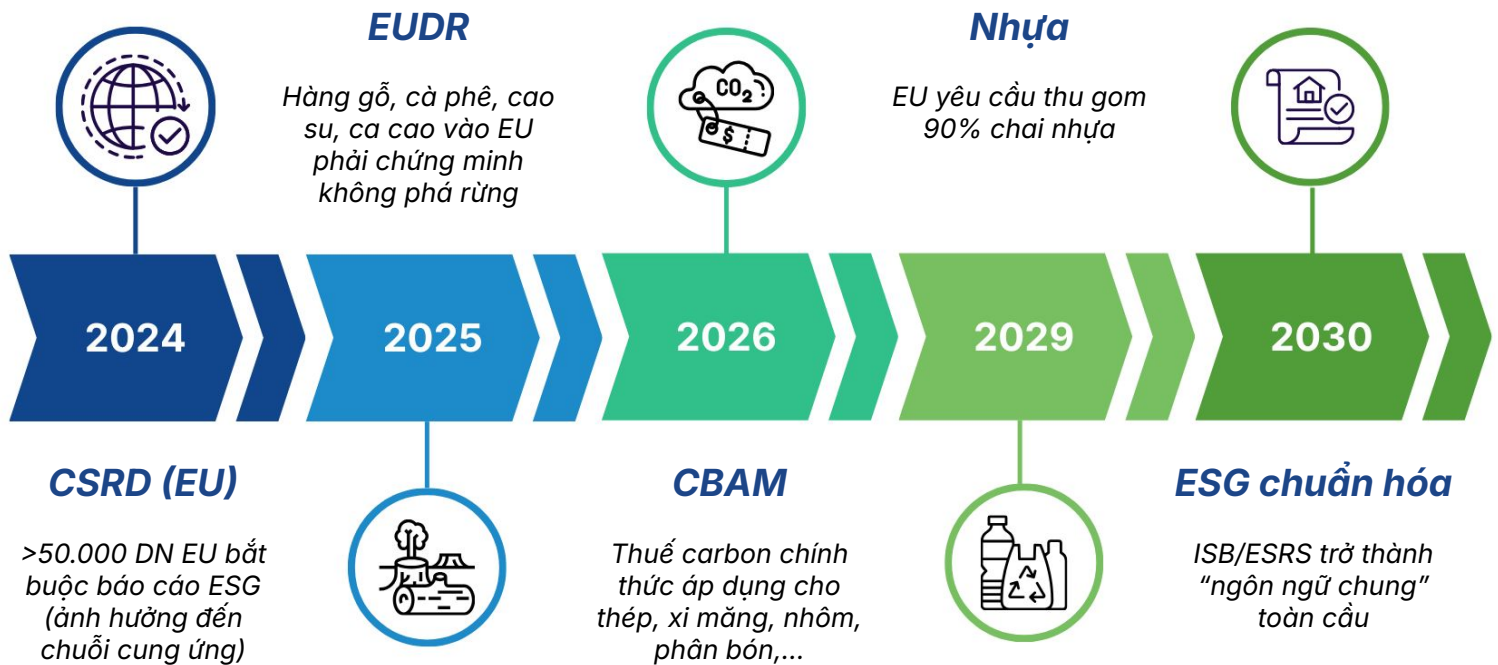


Hơn **24.000 tổ chức**, chiếm **40 %** dây chuyền toàn cầu sử dụng Higg

Nguồn: *Sustainable Apparel Coalition (SAC)*

XU HƯỚNG CHÍNH SÁCH VÀ TIÊU CHUẨN SẮP TỚI

Xu hướng chính sách bền vững không còn rời rạc, mà đang hội tụ thành chuẩn mực chung: báo cáo ESG, truy xuất nguồn gốc, hạn chế nhựa, thuế carbon. Điều này buộc doanh nghiệp phải hành động nếu muốn giữ thị phần và niềm tin khách hàng.

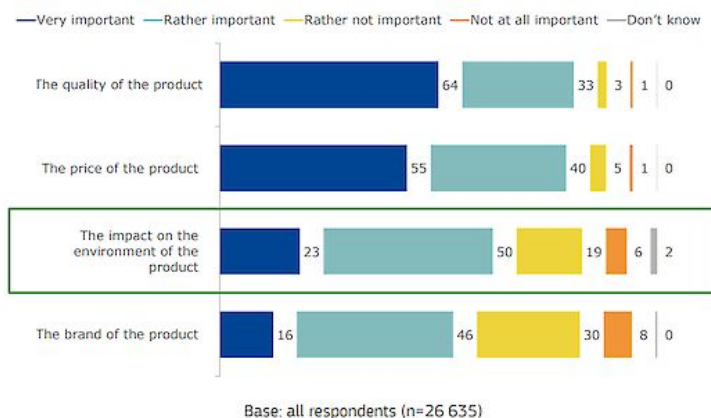


Nguồn: BambuUP tổng hợp

Những chính sách bền vững này không chỉ mang tính pháp lý, mà đã trở thành **yếu tố then chốt trong hành vi lựa chọn của khách hàng và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.**

70%

khách hàng lớn tại EU & Mỹ yêu cầu công khai phát thải

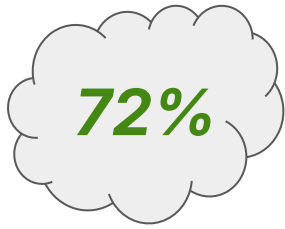


73%

người tiêu dùng châu Âu cho rằng tác động môi trường của sản phẩm "rất quan trọng" hoặc "khá quan trọng" khi đưa ra quyết định mua

Nguồn: Green products are becoming increasingly important for consumers in Europe

TIÊU CHUẨN TRONG HÀNH VI LỰA CHỌN SẢN PHẨM



người tiêu dùng toàn cầu sẵn sàng trả thêm cho sản phẩm có chứng nhận bền vững



Tiêu chuẩn không chỉ nằm trong báo cáo ESG, mà đã trở thành thước đo trực tiếp trên kệ hàng

Nguồn: NielsenIQ – The Changing Climate of Sustainability

Người tiêu dùng nhìn thấy, quét được, kiểm chứng được, và điều này ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định mua

#1. Nhãn xanh & chứng nhận

Đây là hình thức **trực quan nhất** để khách hàng nhận diện sản phẩm bền vững. Trong số các chứng nhận xanh phổ biến, có 3 biểu tượng quen thuộc mà khách hàng dễ nhận diện nhất:



FSC

Chứng nhận nguồn gỗ, giấy và bao bì từ rừng được quản lý bền vững.

Nguồn: What's in a label?



GOTS

Tiêu chuẩn toàn cầu cho vải hữu cơ, đảm bảo bền vững từ sợi đến may mặc.

Nguồn: GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD



Fairtrade

Đảm bảo nông dân bông và cộng đồng sản xuất được trả giá công bằng.

Nguồn: What is Fairtrade?

Vì sao nhãn chứng nhận tác động đến hành vi mua sắm?



Khó tự kiểm chứng

Người tiêu dùng không thể theo dõi cả chuỗi cung ứng → nhãn đóng vai trò "giám sát trung lập"



Thu hẹp khoảng cách thông tin

Nhãn biến khái niệm trừu tượng như "chuỗi cung ứng xanh" thành yếu tố hữu hình, dễ nhìn thấy.



Lựa chọn an toàn

Khách hàng ưu tiên sản phẩm có chứng nhận để tránh rủi ro đạo đức và củng cố niềm tin.

Nguồn: Labeling for good

allbirds

Allbirds, thương hiệu giày thể thao nổi tiếng với định vị bền vững, là một trong những công ty thời trang đầu tiên áp dụng **nhãn lượng phát thải carbon** cho toàn bộ sản phẩm. Trên mỗi đôi giày, khách hàng có thể nhìn thấy con số cụ thể thể hiện lượng CO₂ phát thải từ khâu nguyên liệu, sản xuất đến đóng gói – tương tự như cách đọc thông tin dinh dưỡng trên bao bì thực phẩm. Việc công khai dữ liệu này vừa tạo **tín hiệu minh bạch**, vừa giúp Allbirds gia tăng niềm tin và sự gắn bó từ khách hàng, đồng thời gây áp lực để cả ngành thời trang chuyển mình theo hướng bền vững hơn.

Nguồn: Should Fashion Be Labeled by Its Carbon Footprint, Similar to the Calories Listed on Our Food?

TIÊU CHUẨN TRONG HÀNH VI LỰA CHỌN SẢN PHẨM

#2. QR code truy xuất nguồn gốc

Chỉ với một lần quét, khách hàng có thể tiếp cận toàn bộ hành trình sản phẩm - từ nguyên liệu, sản xuất đến cửa hàng. QR code đang trở thành cầu nối minh bạch trong thời trang.



Trải nghiệm trực quan

Quét QR code để biết nguồn gốc nguyên liệu, quy trình sản xuất và vận chuyển.



Minh bạch chuỗi cung ứng

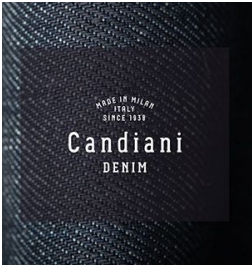
QR code cung cấp bằng chứng rõ ràng, hạn chế gian lận thông tin.



Tăng niềm tin thương hiệu

Khách hàng cảm thấy an tâm, gắn bó hơn khi có thể tự kiểm chứng thông tin.

Nguồn: *How QR Code Traceability Drives Consumer Trust and Transparency in Supply Chains*



Candiani, nhà máy denim lâu đời tại Ý, đã ra mắt dòng **Coreva Jeans** với **QR code truy xuất nguồn gốc** ngay trên từng sản phẩm. Khi quét mã, khách hàng có thể theo dõi hành trình jeans – từ **cotton hữu cơ và cao su tự nhiên** tại nông trại đến quy trình dệt, nhuộm và may. Coreva là loại denim **không hóa chất độc hại**, có khả năng **phân hủy sinh học**, góp phần thay đổi hình ảnh ngành jeans vốn bị coi là “ô nhiễm nhất” trong thời trang. Việc minh bạch bằng QR code vừa chứng minh cam kết bền vững, vừa giúp Candiani **tăng niềm tin và giá trị thương hiệu**.

Nguồn: *Candiani Denim's quality and sustainability explained by hangtags*

#3. Blockchain & minh bạch chuỗi cung ứng

Blockchain đưa minh bạch lên một cấp độ mới: mỗi bước trong hành trình sản phẩm được lưu trữ trên một chuỗi dữ liệu **không thể chỉnh sửa**. Khách hàng không chỉ ‘tin vào nhãn’, mà còn **kiểm chứng được sự thật**.

Chuỗi dữ liệu bất biến

Blockchain ghi lại mọi công đoạn, từ nguyên liệu, sản xuất đến phân phối – không thể chỉnh sửa



Gia tăng trách nhiệm & niềm tin

Khách hàng, nhà đầu tư và đối tác có thể cùng truy cập dữ liệu xác thực, củng cố niềm tin dài hạn.

Chống gian lận & greenwashing

Minh bạch hóa chuỗi cung ứng, ngăn thương hiệu “nói một đằng, làm một nẻo”.

Nguồn: *Blockchain: Unlocking Transparency And Traceability In The Fashion Supply Chain*

Lablaco, startup công nghệ thời trang tại Ý, đã phát triển nền tảng **Digital ID** cho sản phẩm may mặc dựa trên blockchain. Mỗi chiếc áo hay phụ kiện được gắn một mã định danh duy nhất chứa toàn bộ thông tin về **nguyên liệu, quy trình sản xuất, thiết kế và cả vòng đời sử dụng**. Khách hàng chỉ cần quét mã để kiểm chứng tính xác thực, chống hàng giả và theo dõi hành trình tái sử dụng trong mô hình **thời trang tuần hoàn**. Đây là bước tiến giúp thương hiệu không chỉ minh bạch, mà còn xây dựng niềm tin với khách hàng toàn cầu.



Nguồn: *Lablaco, The Fashion Company Of The Future, Uses Blockchain To Track Its Garments*

XU HƯỚNG NGƯỜI TIÊU DÙNG

Khi luật chơi thay đổi, khách hàng cũng thay đổi: họ chi tiêu khác đi, mua sắm khác đi và định nghĩa lại giá trị thương hiệu. Bốn xu hướng tiêu dùng sau đây cho thấy rõ sự chuyển dịch ấy

Sẵn sàng chi thêm

Người tiêu dùng sẵn sàng trả cao hơn 7.9% cho sản phẩm bền vững

Nguồn: PwC 2024 Voice of the Consumer Survey

Khoảng cách ý định - hành vi

Nhiều người nói muốn sống xanh nhưng thực tế mua ít

Nguồn: Sustainable Business

Gen Z dẫn dắt xu hướng

73% Gen Z chọn thương hiệu bền vững, ưu tiên minh bạch

Nguồn: The State of Consumer Spending: Gen Z Shoppers Demand Sustainable Retail

Mua sắm như tín hiệu xã hội

Người tiêu dùng chọn "sản phẩm xanh" để khẳng định hình ảnh

Nguồn: Sustainable consumer behaviour



CHIẾN LƯỢC ỨNG BIẾN CỦA DOANH NGHIỆP TRƯỚC XU HƯỚNG TIÊU DÙNG BỀN VỮNG

Khi luật chơi bền vững ngày càng khắt khe và người tiêu dùng thay đổi thói quen mua sắm, doanh nghiệp không chỉ cần tuân thủ mà còn phải biến bền vững thành lợi thế cạnh tranh.

Dưới đây là bốn hướng chiến lược then chốt giúp doanh nghiệp vừa đáp ứng chính sách, vừa chinh phục khách hàng.

Chọn tiêu chuẩn phù hợp ngành

- Doanh nghiệp cần tập trung vào tiêu chuẩn quốc tế đã được thị trường mục tiêu thừa nhận
- Việc chọn đúng tiêu chuẩn không chỉ giúp vượt qua rào cản nhập khẩu mà còn tạo lợi thế cạnh tranh trên bao bì và marketing.

Tích hợp xuyên suốt hành trình khách hàng

- Nhận biết (Awareness):** kể câu chuyện bền vững bằng chứng nhận và dữ liệu minh bạch (QR, blockchain).
- Cân nhắc (Consideration):** hiển thị nhãn chứng nhận và "proof points" rõ ràng trên bao bì, website.
- Mua hàng (Purchase):** phân loại, trưng bày sản phẩm theo tiêu chuẩn bền vững (online & offline).
- Sau mua (Post-purchase):** loyalty programs gắn với tái chế/tái sử dụng

Nguồn: How to embed sustainability in the customer journey

Tích hợp vào Marketing & Kênh bán hàng

- Bao bì:** in logo chứng nhận, QR code minh bạch nguồn gốc; dùng vật liệu tái chế để truyền thông điệp "green".
- Truyền thông:** biến tiêu chuẩn thành thông điệp cốt lõi trong quảng cáo và storytelling, tránh "greenwashing" bằng báo cáo ESG/ISSB.
- Kênh phân phối:** tạo "sản phẩm xanh" filter trên sàn TMĐT; khu trưng bày riêng tại điểm bán lẻ.

Nguồn: Sustainable marketing strategies: Unlocking business growth with sustainability

Đổi mới mô hình kinh doanh & Chuỗi giá trị

- Áp dụng mô hình **Kinh tế tuần hoàn (Circular Economy)**: giảm thải – tái sử dụng – tái chế để vừa tiết kiệm chi phí vừa mở nguồn thu mới.
- Xem bền vững như **chuyển đổi cốt lõi** (giống chuyển đổi số), chứ không chỉ là công cụ tuân thủ.

Nguồn: To Shift to a Circular Economy, Act, Advocate, Advance

B - THÁNG 08/2025

BẢN TIN ĐỔI MỚI SÁNG TẠO



Nhà sản xuất trả tiền cho rác thải

Cơ chế **Trách nhiệm mở rộng của nhà sản xuất (EPR)** đang trở thành “luật chơi” mới của ngành thời trang dệt may tại châu Âu. Theo quy định của EU, từ **ngày 1/1/2025**, tất cả các quốc gia thành viên bắt buộc phải **tổ chức thu gom riêng rác thải dệt may** theo Chỉ thị Khung Chất thải (WFD). Song song, các **thương hiệu và nhà sản xuất** sẽ phải **tài trợ kinh phí** cho hoạt động thu gom, phân loại và tái chế quần áo, thay vì để gánh nặng này cho xã hội.

Điều này đồng nghĩa với việc **chi phí biên của sản phẩm** sẽ thay đổi, buộc doanh nghiệp phải tính toán lại ngay từ khâu thiết kế và lựa chọn vật liệu. Các thương hiệu tiên phong đang đẩy mạnh **eco-design** (thiết kế dễ tháo rời, tái chế), đồng thời triển khai thí điểm **nhãn truy xuất vòng đời** để đáp ứng yêu cầu minh bạch ngày càng khắt khe.

Các chuyên gia nhận định EPR sẽ là “đòn bẩy” để **chuỗi giá trị dệt may chuyển sang kinh tế tuần hoàn**: doanh nghiệp phải chứng minh được sản phẩm có thể quay vòng – tái chế – tái sử dụng. Đây không chỉ là yêu cầu pháp lý, mà còn là **yếu tố cạnh tranh** quyết định quyền tiếp cận thị trường EU và khả năng nhận vốn đầu tư ESG trong thập kỷ tới.



Luật lọc microfiber trên máy giặt

Từ **1/1/2025**, Pháp sẽ trở thành quốc gia đầu tiên bắt buộc mọi **máy giặt mới** phải gắn **bộ lọc vi sợi (microfiber filter)**, nhằm giảm lượng vi nhựa rò rỉ từ quần áo polyester, nylon – hiện chiếm tới **35% vi nhựa trong đại dương** (UNEP). Chính sách này tạo tiền lệ mạnh mẽ: bang **California (Mỹ)** đã thông qua dự luật tương tự, dự kiến áp dụng từ **2029**, cho thấy xu hướng toàn cầu trong việc kiểm soát vi sợi.

Một số hãng như **Samsung, Arçelik (Beko)** đã tung ra máy giặt tích hợp bộ lọc, trong khi startup **PlanetCare (Slovenia)** phát triển thiết bị gắn ngoài, có thể **giữ lại đến 90% vi sợi**. Việc này không chỉ thay đổi thiết kế máy giặt, mà còn buộc ngành dệt may nghiên cứu **sợi ít rụng**, đồng thời cập nhật hướng dẫn giặt và báo cáo ESG minh bạch hơn.

Về dài hạn, luật lọc vi sợi được kỳ vọng sẽ thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong **công nghệ dệt và tái chế sợi**, giúp ngành thời trang tiến gần hơn tới mục tiêu **kinh tế tuần hoàn**.



ĐIỂM TIN

PFAS

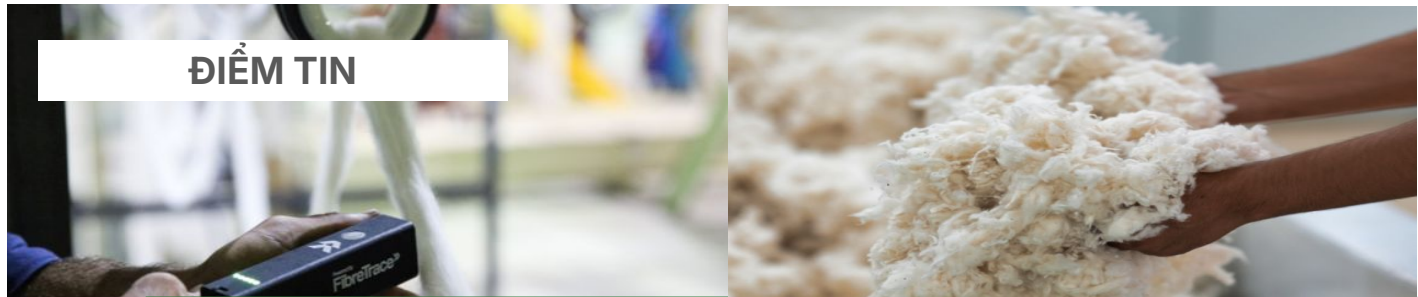
HÓA CHẤT “MÃI TỒN TẠI” BỊ LOẠI

Nhà sản xuất trả tiền cho rác thải

Các hóa chất **PFAS** (“forever chemicals”) từ lâu được sử dụng trong lớp chống thấm, kháng bẩn của ngành dệt may đang bước vào giai đoạn bị loại bỏ toàn cầu. Từ **2025**, hệ thống tiêu chuẩn **bluesign®** sẽ **cấm hoàn toàn PFAS** trong các sản phẩm dệt, ngoại trừ một số ứng dụng thiết yếu đặc biệt. Song song, **Pháp** đã thông qua lộ trình loại bỏ PFAS, còn tại Mỹ, **New York và California** sẽ áp dụng lệnh cấm PFAS trong dệt may từ **1/1/2025**.

Trước sức ép chính sách, nhiều thương hiệu lớn đã chuyển sang công nghệ mới. **GORE-TEX** ra mắt màng **ePE (expanded Polyethylene)** - giải pháp chống thấm **PFAS-free** – hiện được triển khai trong dòng sản phẩm của **Arc'teryx, Patagonia, The North Face** từ 2024–2025. Đây là dấu mốc quan trọng, bởi lớp màng ePE vừa nhẹ, bền, vừa thân thiện môi trường hơn, tạo chuẩn mực mới cho phân khúc outdoor.

Việc loại bỏ PFAS không chỉ ảnh hưởng đến **chuỗi cung ứng hóa chất** mà còn buộc doanh nghiệp cập nhật **MRSL, chứng nhận hóa chất và dữ liệu trong Digital Product Passport (DPP)**. Đây là thách thức nhưng cũng mở ra cơ hội khẳng định cam kết **ESG** và tăng tính cạnh tranh quốc tế.



ĐIỂM TIN

DẤU VẾT TRONG SỢI

Truy xuất “tận nguyên liệu” bằng marker & DNA

Khi các chính sách **DPP** và **CSRD** yêu cầu minh bạch toàn bộ chuỗi cung ứng, giải pháp truy xuất tận cấp nguyên liệu (Tier 4–5) đang trở thành “vũ khí” chống **greenwashing**.

FibreTrace phát triển công nghệ gắn **pigment huỳnh quang** trực tiếp vào sợi bông, cho phép theo dõi và xác minh nguồn gốc qua từng khâu sản xuất. Các tập đoàn lớn như **Target** và **Cargill** đã triển khai thí điểm để kiểm soát dòng bông Mỹ và Brazil xuyên chuỗi, tạo chuẩn mực mới cho ngành.

Trong khi đó, startup **Haelixa (Thụy Sĩ)** sử dụng **DNA marker** để gắn mã sinh học lên nguyên liệu và sợi tái chế. Công nghệ này không chỉ giúp xác thực bông hữu cơ, mà còn được mở rộng sang **denim** thông qua hợp tác với nhà sản xuất Soorty tại Pakistan – một trong những trung tâm denim lớn nhất thế giới.

Những bước tiến này cho thấy công nghệ marker đang trở thành **“chứng minh thư” cho từng sợi vải**, đảm bảo dữ liệu minh bạch trong báo cáo ESG và mở đường cho mô hình **kinh tế tuần hoàn**.



ĐIỂM TIN

3D-WEAVING & MICRO -FACTORY

Sản xuất theo nhu cầu, giảm tồn kho

Ngành thời trang đang bước vào kỷ nguyên **sản xuất theo nhu cầu (on-demand)** nhờ công nghệ **3D-weaving**. Điển hình, **Walmart** đã hợp tác với startup **unspun** để thử nghiệm công nghệ **Vega 3D weaving** - dệt trực tiếp thành phẩm như quần chinos, không cần cắt may truyền thống.

Khác với dây chuyền quy mô lớn, giải pháp này hướng đến xây dựng mạng lưới **micro-factory** gần thị trường tiêu thụ vào năm **2030**, cho phép sản xuất ngay tại chỗ theo đơn đặt hàng. Điều này giúp doanh nghiệp **giảm lead-time**, hạn chế **tồn kho dư thừa**, đồng thời cắt giảm chi phí vận chuyển và phát thải carbon - phù hợp với các chuẩn mực báo cáo mới như **SBTi** và **CSRD**.

Với ngành may mặc, mô hình micro-factory còn mở ra cơ hội thử nghiệm **thiết kế cá nhân hóa**, đồng thời chứng minh tính minh bạch dữ liệu vòng đời sản phẩm trong **Digital Product Passport (DPP)**. Đây được xem là hướng đi tiềm năng để vừa đáp ứng chính sách bền vững, vừa nâng cao trải nghiệm khách hàng.

C - THÁNG 08/2025

**BẢN TIN HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT
NGÀNH THỜI TRANG**

MỘT SỐ SỰ KIỆN NỔI BẬT DIỄN RA TRONG NGÀNH THỜI TRANG

#1. Vietnam Disability Fashion Show 2025

Thời gian: 04/08/2025

Địa điểm: Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam, Hà Nội

Vietnam Disability Fashion Show 2025 đã mang đến một sân diễn giàu cảm hứng, nơi **54 người mẫu khuyết tật** tự tin sải bước, khẳng định vẻ đẹp và ý chí mạnh mẽ vượt lên giới hạn. Mỗi bước catwalk không chỉ là màn trình diễn thời trang, mà còn là câu chuyện về nghị lực, niềm tin và khát vọng sống của những con người đặc biệt.

Điểm nhấn của chương trình là dự án **“Tù thời trang tử tế”**, kêu gọi cộng đồng cùng chung tay xây dựng lối sống bền vững, giảm thiểu rác thải và lan tỏa giá trị nhân văn trong từng sản phẩm may mặc. Đây không chỉ là nơi để chiêm ngưỡng những thiết kế sáng tạo, mà còn là minh chứng rằng **thời trang có thể trở thành tiếng nói của sự bao dung, hòa nhập và trách nhiệm xã hội**.



#2. Tuần lễ thời trang Destination Runway

Thời gian: 15 - 16 - 17/08/2025

Địa điểm: Trung tâm thương mại PARC MALL

547 – 549 Tạ Quang Bửu, Phường Chánh Hưng, Thành phố Hồ Chí Minh.



Tuần lễ thời trang trẻ em lớn nhất Việt Nam do **siêu mẫu Xuân Lan** sáng lập đã mang đến một sân diễn rực rỡ với chủ đề **“Tropical Jungle”**. Show diễn không chỉ là nơi trình diễn những thiết kế sáng tạo từ 11 NTK và thương hiệu nổi tiếng, mà còn là sân khấu để các người mẫu nhí thể hiện cá tính, sự tự tin và năng lượng sáng tạo.

Xuân Lan chia sẻ mong muốn dành cho thế hệ trẻ một không gian runway chuyên nghiệp, nơi các em được tự do bộc lộ bản thân thay vì phụ thuộc vào ánh hào quang của ngôi sao lớn. Điều này cũng khẳng định tâm huyết của chị với sự phát triển dài hạn của ngành thời trang Việt.

Bên cạnh yếu tố nghệ thuật, sự kiện còn lan tỏa thông điệp nhân văn qua việc đồng hành cùng **Quý Mạch Sống**, hỗ trợ chi phí điều trị cho bệnh nhi khó khăn. Destination Runway Fashion Week 2025 vì thế không chỉ là một show diễn thời trang, mà còn là hành trình gieo mầm yêu thương và trách nhiệm xã hội.

MỘT SỐ SỰ KIỆN NỔI BẬT DIỄN RA TRONG NGÀNH THỜI TRANG

#3. Vietnam Disability Fashion Show 2025

Thời gian: 04/08/2025

Địa điểm: Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam, Hà Nội

Vietnam Sport Show 2025 là triển lãm quốc tế quy mô lớn nhất trong lĩnh vực **thể thao – thời trang thể thao – lifestyle active** tại Việt Nam, quy tụ **350 đơn vị trưng bày với hơn 450 gian hàng**. Sự kiện giới thiệu toàn cảnh về **xu hướng thể thao hiện đại**, từ trang phục, giày dép, phụ kiện cho đến thiết bị tập luyện, trò chơi vận động và các sản phẩm chăm sóc sức khỏe.

Điểm nhấn của năm nay chính là khu vực **“Active Lifestyle & Sports Fashion”**, nơi nhiều thương hiệu trong và ngoài nước trình diễn các dòng **thời trang thể thao đa chức năng**, vừa phục vụ tập luyện, vừa phù hợp phong cách thường nhật.

Song song, các hoạt động **trình diễn công nghệ thể thao**, workshop chuyên đề về **xu hướng tiêu dùng “health & wellness”**, cũng như các phiên kết nối doanh nghiệp B2B đã làm cho triển lãm trở thành **điểm hẹn giao thương quan trọng** của ngành.



#4. Sàn diễn thời trang Oslo 2025

Thời gian: 25 - 30/08/2025

Địa điểm: Oslo, Na Uy



Oslo Runway 2025 đánh dấu **10 năm hành trình** trở thành sự kiện thời trang lớn nhất Na Uy, quy tụ gần **60 nhà thiết kế, thương hiệu và nghệ sĩ** trong nước. Tuần lễ năm nay tiếp tục khẳng định Oslo là **trung tâm sáng tạo của thời trang Bắc Âu**, nơi những thiết kế đương đại được kết hợp hài hòa giữa tinh thần tối giản, nghệ thuật bản địa và tư duy bền vững.

Ngoài các sàn diễn chính, sự kiện còn mở rộng với nhiều hoạt động giao thoa văn hóa – từ triển lãm nghệ thuật, workshop sáng tạo đến kết nối cộng đồng thiết kế. Với quy mô ngày càng lớn, Oslo Runway không chỉ là “runway của Na Uy” mà đang vươn mình trở thành **điểm đến quốc tế cho xu hướng thời trang Bắc Âu**.

MỘT SỐ SỰ KIỆN NỔI BẬT DIỄN RA TRONG NGÀNH THỜI TRANG

#5. Tuần lễ thời trang Copenhagen Xuân Hè 2025

Thời gian: 05 - 09/08/2025

Địa điểm: Copenhagen, Đan Mạch

Copenhagen Fashion Week 2025 khẳng định vị thế là **tuần lễ thời trang bền vững hàng đầu thế giới**, với các bộ sưu tập **Xuân-Hè 2026** mang phong cách Bắc Âu tối giản, tinh tế và ứng dụng cao.

Điểm nổi bật của sự kiện nằm ở **bộ tiêu chuẩn ESG khắt khe**: mọi thương hiệu tham dự đều phải chứng minh sử dụng nguyên liệu tái chế, chuỗi cung ứng minh bạch và giảm thiểu chất thải sản phẩm. Đây là một trong số ít tuần lễ thời trang toàn cầu đặt ra **ngưỡng bền vững bắt buộc** thay vì chỉ khuyến khích.

Song song với các show diễn, sự kiện còn tập trung vào **công nghệ vật liệu mới** (sợi tái sinh, vật liệu hữu cơ), **thời trang kỹ thuật số** (digital fashion & thiết kế 3D), cùng các giải pháp **sản xuất tuần hoàn** để giảm thiểu lãng phí. Chính sự kết hợp giữa thời trang và đổi mới sáng tạo đã biến Copenhagen thành **trung tâm định hình chuẩn mực xanh toàn cầu**.



#6. Fashion Week Trade – August 2025

Thời gian: 11 – 15/08/2025

Địa điểm: Stockholm, Thụy Điển

Fashion Week Trade là **hội chợ thời trang chuyên nghiệp lớn nhất Bắc Âu**, diễn ra hai lần mỗi năm, quy tụ hàng trăm thương hiệu và nhà thiết kế đến từ Thụy Điển và quốc tế. Phiên bản tháng 8/2025 tập trung giới thiệu các bộ sưu tập **Thu-Đông 2025** cùng xu hướng bán lẻ mới nhất.

Điểm nổi bật của sự kiện là tính **thương mại hóa cao**, khi song song với các sản phẩm, hàng loạt showroom và không gian triển lãm được mở ra cho hoạt động **đặt hàng, mua bán, và kết nối B2B**. Đây là nơi các nhà bán lẻ, buyer quốc tế và thương hiệu có thể tiếp cận trực tiếp để xây dựng hợp tác lâu dài.



Ngoài trưng bày sản phẩm, sự kiện còn tổ chức **Inspiration Show**, các buổi hội thảo chuyên đề về **xu hướng tiêu dùng và bán lẻ**, networking dinner cùng nhiều hoạt động kết nối ngành. Với mô hình kết hợp **trình diễn – triển lãm – thương mại**, sự kiện không chỉ là tuần lễ thời trang, mà còn là **cầu nối giữa sáng tạo và thị trường**, khẳng định vai trò trung tâm của Stockholm trong bản đồ thời trang châu Âu.

MỘT SỐ SỰ KIỆN NỔI BẬT DIỄN RA TRONG NGÀNH THỜI TRANG

#7. Tuần lễ Thời trang New Zealand 2025

Thời gian: 25 - 30/08/2025

Địa điểm: Shed 10, Auckland Waterfront, Auckland, New Zealand



New Zealand Fashion Week 2025 trở lại, khẳng định vị thế là sự kiện thời trang lớn nhất của Aotearoa. Chương trình quy tụ hàng loạt **nhà thiết kế tên tuổi và thương hiệu mới nổi**, mang đến các bộ sưu tập kết hợp giữa tinh thần sáng tạo đương đại và nét văn hóa bản địa đặc sắc.

Điểm nổi bật của NZFW là sự góp mặt của các nhà thiết kế **Māori** và **Pasifika**, đưa yếu tố di sản văn hóa hòa quyện với hơi thở hiện đại, tạo nên dấu ấn riêng của khu vực Oceania. Song song với các sàn diễn, tuần lễ còn có **triển lãm, hội thảo, hoạt động kết nối ngành và các chương trình về thời trang bền vững**, khẳng định cam kết của New Zealand với đổi mới sáng tạo và phát triển có trách nhiệm.

NZFW 2025 không chỉ là nơi ra mắt bộ sưu tập, mà còn là **câu chuyện về sự giao thoa giữa bản sắc bản địa và xu hướng toàn cầu**, đưa thời trang New Zealand ngày càng vươn xa.

#8. Chicago Collective – Men's Edition 2025

Thời gian: 2 – 5/08/2025

Địa điểm: Merchandise Mart, Chicago, Hoa Kỳ

Được ví như **“điểm hẹn lớn nhất của thời trang nam Bắc Mỹ”**, **Chicago Collective – Men's Edition** trở lại tháng 8/2025 với quy mô hơn 500 thương hiệu tham dự. Đây là hội chợ thương mại chuyên nghiệp, nơi các nhà bán lẻ và buyer quốc tế tìm kiếm những bộ sưu tập mới nhất, từ **menswear cổ điển, trang phục hiện đại cho đến giày dép và phụ kiện**.

Điều làm nên sức hút của Chicago Collective không chỉ là số lượng thương hiệu, mà còn ở tính **kết nối sâu trong ngành**: buyer có thể gặp gỡ trực tiếp nhà thiết kế, thương hiệu có thể ký kết hợp đồng ngay tại sự kiện. Song song đó, sự góp mặt của nhiều nhãn hàng quốc tế – đặc biệt là **Made-in-Italy** – giúp sự kiện mang màu sắc toàn cầu rõ nét, khẳng định Chicago như một trung tâm thời trang nam trọng yếu.



D - THÁNG 08/2025

HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT CỦA FASLINK HÀNG THÁNG

HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT CỦA FASLINK HÀNG THÁNG

#1. FASLINK GÓP MẶT TẠI GO GLOBAL: BORDERLESS BY DESIGN

“Việt Nam không chỉ gia công – chúng ta có thể định hình xu hướng toàn cầu.”

Thông điệp mạnh mẽ này được CEO **Trần Hoàng Phú Xuân (Spring Trần)** mang đến tại Go Global, khi chia sẻ hành trình xây dựng Faslink như một **hệ sinh thái chất liệu bền vững có chủ quyền**, nơi công nghệ, nông nghiệp và thiết kế hội tụ.

Cùng với các diễn giả **Phoebe Trần – CEO Rượu Làng, Nguyễn Trung Dũng – CEO DHFoods, Quân Lê – Corporate Marketing & Comms Manager Pebsteel**, Faslink đã góp phần khắc họa tinh thần **Borderless by Design** – minh chứng rằng “chất Việt” có thể bứt phá và tạo dấu ấn ở bất kỳ lĩnh vực nào, từ rượu truyền thống, gia vị đến thời trang xanh và thép công nghiệp.

Sự kiện không chỉ là nơi kết nối, mà còn mở ra góc nhìn mới về **vai trò tiên phong của Việt Nam trong chuỗi cung ứng toàn cầu**, đặc biệt với những doanh nghiệp đang theo đuổi chiến lược **ESG và phát triển bền vững**.



#2. RA MẮT LOẠT THIẾT KẾ REBORN MỚI



Tiếp nối thành công của dòng REborn Polo, Faslink chính thức giới thiệu loạt thiết kế **REborn mới** – những item linh hoạt có thể đồng hành trong mọi khoảnh khắc: từ ở nhà, đi làm cho đến dạo phố.

- T-Shirt REborn** – mềm mại, thoáng mát, chuẩn form
- Short REborn** – linh hoạt, nhẹ nhàng, sành điệu
- Lounge Wear REborn** – thoải mái ở nhà nhưng vẫn đẹp

Mỗi sản phẩm là một **vòng đời mới**, được tái chế từ rác thải dệt may bằng công nghệ **RENU™**, giúp tiết kiệm tài nguyên và giảm phát thải CO₂.

Đặc biệt, bộ sưu tập còn được làm mới với ba gam màu **Chocolate – Dark Grey – Egret**, mang lại lựa chọn phong cách bền vững, tinh tế hơn.

Với REborn, **mỗi quyết định mặc hàng ngày cũng là một cách sống có trách nhiệm** – thời trang không chỉ để đẹp, mà còn để hành động vì hành tinh.

HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT CỦA FASLINK HÀNG THÁNG

#3. RA MẮT DÒNG SẢN PHẨM ALL ABOUT CAFÉ™ JEANS

Mỗi năm, hàng trăm nghìn tấn bã cà phê bị thải ra môi trường, tạo ra lượng methane gây hiệu ứng nhà kính gấp nhiều lần CO₂. Nhưng tại Faslink, đó không phải là rác thải – mà là cơ hội để khởi đầu một hành trình mới.



ALL ABOUT CAFÉ™ JEANS được tạo nên từ bã cà phê đã qua xử lý, kết hợp polyester tái sinh, mang đến chất liệu denim thế hệ mới: **đẹp, bền, và thân thiện với hành tinh**. Đây không chỉ là sản phẩm thời trang, mà còn là lời cam kết của Faslink với mục tiêu **Net Zero** của ngành dệt may Việt Nam.

Điểm nổi bật của ALL ABOUT CAFÉ™ JEANS:

- **Tái chế bã cà phê + polyester tái sinh**, giảm khai thác nguyên liệu mới
- **Khử mùi, chống UV, thoáng khí, nhanh khô** nhờ đặc tính cà phê
- **Giảm 50% khí thải carbon**, tiết kiệm 30% năng lượng tái chế nhiệt
- **Dễ tùy chỉnh màu wash**, linh hoạt theo mọi xu hướng thiết kế

Với chúng tôi, **thời trang bền vững không chỉ là ý tưởng, mà là hành động** – từ tách cà phê hôm nay, dệt nên một tương lai xanh cho ngày mai.

#4. RA MẮT DÒNG SẢN PHẨM NOTTÉ SHIRT

Trong tinh thần **quiet luxury**, sự sang trọng không cần phô trương logo hay chạy theo xu hướng. Nó đến từ sự tiết chế tinh tế – nơi **chất liệu, phom dáng và thần thái người mặc** trở thành tuyên ngôn im lặng.

Notté Shirt được Faslink tạo nên để mang lại trải nghiệm ấy: Vải mềm mại, thoải mái trong từng cử động. Phom dáng đứng, giữ vẻ chần chu mọi khoảnh khắc. Thiết kế tinh tế, tôn lên đẳng cấp của người mặc

Bộ sưu tập được làm mới với **bảng màu đa dạng và tinh tế**, từ những gam trung tính nhẹ nhàng đến sắc độ hiện đại, dễ dàng phối hợp cho cả công việc lẫn dạo phố.

Với Notté Shirt, **đẳng cấp không cần nói thành lời – mà hiện diện trong cách bạn mặc mỗi ngày**.



Điểm tin **Đổi mới sáng tạo Faslink tháng 08/2025**

HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT CỦA FASLINK HÀNG THÁNG

#5. SINH VIÊN SIT KHÁM PHÁ CÔNG NGHỆ XANH TẠI FASLINK GLAB

Faslink đã có buổi giao lưu sôi nổi cùng 30 sinh viên từ **Singapore Institute of Technology (SIT)** – một trong những trường công hàng đầu Singapore. Các bạn trẻ đến từ nhiều quốc gia đã liên tục đặt câu hỏi “xoáy” xoay quanh **3 trụ cột ESG** và những giải pháp công nghệ xanh mà Faslink đang phát triển.

Từ **ALL ABOUT CAFÉ™** – biến bã cà phê thành vải, **PINALINA™** – chất liệu sợi lá dừa bản địa, đến **SECOND LIFE** – tái sinh quần áo cũ và **Style 3D** – thiết kế thời trang số, các sinh viên không chỉ học hỏi mà còn thể hiện sự quan tâm đặc biệt đến cách Faslink hiện thực hóa thời trang bền vững.



Không khí buổi trải nghiệm tràn đầy năng lượng, để lại nhiều ấn tượng về sự sáng tạo và cam kết xanh. Faslink tin rằng thế hệ trẻ chính là những **“đại sứ xanh”** sẽ tiếp tục lan tỏa tinh thần thời trang có trách nhiệm trên toàn cầu.

#6. RA MẮT BỘ SƯU TẬP ĐẶC BIỆT A80

Từ Quảng trường Ba Đình năm 1945 đến hôm nay, tinh thần **Độc lập – Tự do – Hạnh phúc** vẫn chảy trong từng thế hệ Việt Nam. Nhân dịp **kỷ niệm 80 năm Quốc khánh 2/9**, Faslink ra mắt **Bộ sưu tập đặc biệt A80**, như một cách dệt niềm tự hào dân tộc vào từng sợi vải.

☀️ Điểm nhấn của BST A80:

- **Áo T-shirt “Tôi yêu Tổ quốc tôi”**: thiết kế tối giản nhưng đầy kiêu hãnh, ngực in slogan, tay áo thêu Quốc kỳ.
- **Áo T-shirt “Việt Nam”**: phiên bản đặc biệt với biểu tượng số 80 cách điệu hình chim bồ câu, ngôi sao và mầm lá; sau lưng thêu tiêu ngữ “Độc lập – Tự do – Hạnh phúc” cùng Quốc kỳ.
- **Áo Reborn Polo**: sắc vàng – trắng năng động, in tiêu ngữ trước ngực, sau lưng Quốc kỳ và chữ “Việt Nam” – khí thế, mạnh mẽ.

BST sử dụng chất liệu tiên phong như **ALL ABOUT CAFÉ™ Cotton US** và **Functional Polyester**, vừa thoáng mát, bền bỉ vừa thân thiện với môi trường.

Đây không chỉ là trang phục – mà là niềm tự hào mang tên Việt Nam. Hãy cùng bạn bè, đồng đội và gia đình khoác chung sắc áo, lan tỏa tinh thần dân tộc trong mùa Quốc khánh lịch sử.



ÁO T-SHIRT TÔI YÊU TỔ QUỐC TÔI



ÁO T-SHIRT VIỆT NAM



ÁO POLO ĐỘC LẬP - TỰ DO - HẠNH PHÚC

HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT CỦA FASLINK HÀNG THÁNG

#7. FASLINK THAM DỰ PHIÊN CHỢ XANH - TỬ TẾ: KHI LÁ CỎ HÓA "VÀNG XANH"

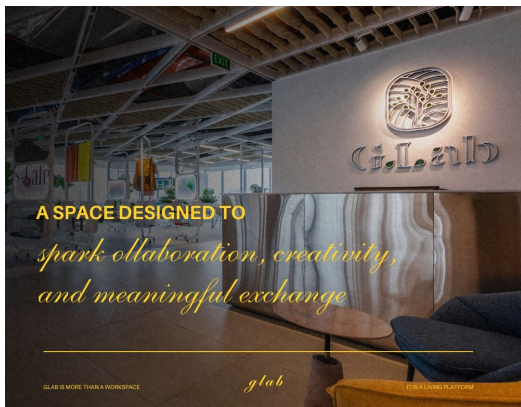
Tại mini show “Khám phá tài nguyên bản địa Việt Nam”, CEO **Trần Hoàng Phú Xuân** chia sẻ hành trình Faslink đưa **bã cà phê và sợi dứa** ra thế giới, mở ra hướng đi khác biệt cho ngành dệt may: không chạy đua giá rẻ, mà tập trung vào **sáng tạo – giá trị gia tăng – phát triển bền vững**.

Từ áo sơ mi cà phê xuất sang Mỹ, túi cà phê sang Singapore đến vớ cà phê ở Trung Đông, Faslink chứng minh sản phẩm Việt có thể chinh phục thị trường quốc tế nếu gắn với R&D, thương mại điện tử và các chương trình xúc tiến thương mại. Hiện công ty cũng đang nghiên cứu sợi lá dứa hữu cơ Bio với tính năng kháng khuẩn, chống nắng, khử mùi, mở ra cơ hội tiếp cận những thị trường khắt khe nhất.

Faslink khẳng định: **bền vững phải bắt đầu từ tư duy, từ nghiên cứu phát triển đến hợp tác quốc tế**, để mỗi sản phẩm xanh trở thành “nhân viên bán hàng 24/7” cho doanh nghiệp Việt.

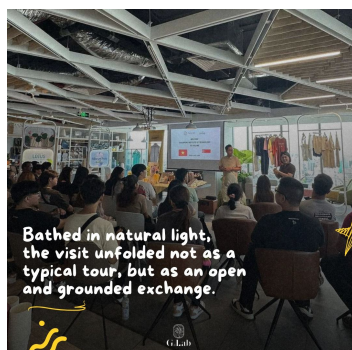


#8. VĂN PHÒNG GLAB CỦA FASLINK CHÀO ĐÓN SINH VIÊN SIT



Chiều ngày 18/08 vừa qua, GLab đã chào đón nhóm sinh viên quốc tế từ **Singapore Institute of Technology (SIT)** trong một buổi trải nghiệm đặc biệt. Không chỉ là chuyến tham quan, đây là **không gian trao đổi cởi mở**, nơi các bạn trẻ được chạm vào chất liệu, tìm hiểu công nghệ và đặt câu hỏi về những chủ đề lớn như **sản xuất tuần hoàn, chất liệu tái sinh, chuỗi cung ứng minh bạch và thiết kế 3D**.

GLab by Faslink trở thành điểm gặp gỡ của chất liệu, con người và ý tưởng – nơi thời trang bền vững được cảm nhận bằng cả sự tò mò, lắng nghe và sẻ chia.



HOẠT ĐỘNG NỔI BẬT CỦA FASLINK HÀNG THÁNG

#9. DÒNG SẢN PHẨM CHARCOAL WEAR TRỞ LẠI CÙNG MÙA LẠNH

Được Faslink giới thiệu từ cuối 2024, **Charcoal Wear** nay tiếp tục trở thành lựa chọn hoàn hảo cho mùa lạnh năm nay. Dòng sản phẩm ứng dụng **công nghệ than hoạt tính tiên tiến** kết hợp sợi nhân tạo cao cấp, mang đến trải nghiệm “mặc nhẹ – giữ ấm – sống khỏe” đúng tinh thần **mindful living**.

Charcoal Wear nổi bật với những ưu điểm vượt trội:

- **Giữ nhiệt & bảo vệ sức khỏe** – ứng dụng bức xạ hồng ngoại xa FIR giúp cải thiện tuần hoàn máu.
- **Siêu nhẹ, siêu thoải mái** – trọng lượng chỉ 180g, như một “lớp da thứ hai”.
- **Bền vững & Made in Vietnam** – từ nguyên liệu tự nhiên như vỏ dừa, tre, cà phê; sản xuất hoàn toàn tại Việt Nam với quy trình giảm phát thải.

Không chỉ là trang phục giữ ấm, Charcoal Wear còn mang tính trị liệu, giúp cơ thể và tinh thần cân bằng sau những vận động hằng ngày. **Một lần nữa, Faslink khẳng định: thời trang có thể vừa bảo vệ sức khỏe, vừa bền vững cho hành tinh.**

SIÊU NHẸ, SIÊU ẤM



CHARCOAL*Wear*

CÁCH MẠNG CÔNG NGHỆ VẢI SỢI

HỖ TRỢ GIỮ ẤM

THỰC BẮY TUẦN HOÀN MÁU

+

-

°C

Công nghệ đằng sau

CHARCOAL*Wear*

Bã Cà phê	Than Cà phê hoạt tính	Hạt nhựa Cà phê Carbon	Sợi than Cà phê hoạt tính
			

Quá trình nhiệt hạch (trên 1100 độ C)

Quá trình Polymer hóa

Kéo sợi

