pilsok

基輔包袋工作室的製作、音樂社群與戰時材料實驗

pilsok 是位於烏克蘭基輔的獨立包袋品牌與製作工作室，由 Dmytro Isaienko（伊薩延科）創辦。它做後背包、腰包、斜背小包，也把包袋的結構帶進服裝。捲起開口的 rolltop 是早期代表作；2022 年推出的汽車安全氣囊包袋，則讓拆解舊材料、保留原有車縫與工業標記，成為越來越醒目的工作方向。2026 年，團隊以這套方法重製 Parajumpers 的 Gobi 外套，做出獻給烏克蘭救援人員的《Second Life》。[1, 2]

這間工作室的歷史也在包袋以外。產品曾經從朋友間的訂製，進入選物店、服裝聯作與藝術展覽商店；創辦人參與的 20ft Radio，又讓賣包的貨櫃成為音樂人聚集的地方。期間有數年沒有推出新系列的停頓，有疫情期間重新開發產品的集中工作，也有俄羅斯全面侵略之後對軍用攜行裝備、募款與紀念作品的投入。這些往返，比一條從小品牌走向國際時尚的直線，更接近 pilsok 實際走過的路。[3, 4, 5]

從自己的包，到朋友開始下訂

伊薩延科在2016 年的 БЖ 訪談中回憶，最初沒有縫紉經驗：找不到合意的功能性袋子，便做給自己，再做給朋友及其熟人。訪談由物流公司 Nova Poshta 支持，製作史被放在創業宣傳的框架裡。[6]

另一個較早的時間錨點，是基輔部落格 Selfie 在 2012 年 12 月介紹以西里爾字母「ПИЛСОК」為名的手作後背包。文章把創辦人的姓名、包袋照片與購買連結放在一起，也提到腰包及其他手作品。文字帶著朋友推薦的口吻，留下當時產品已可訂購的紀錄。[7]

這種起步方式，使「使用者」最初不是抽象的人口分類。需求來自自己與身邊人的移動方式，介紹產品的人和使用產品的人也可能在同一個圈子。它降低了陌生人第一次相信一個小工作室的門檻；但要讓訂單離開熟人網絡，仍得有可重複製作的款式，以及別人能夠理解的使用理由。

成立年份需要留下餘地。2015 年的 Locals 購物介紹把第一個後背包放在 2007 年；後來 DTF 多次直接以 2007 年作為創立年。然而 2016 年訪談附圖寫品牌已有六年，2020 年創辦人又稱新系列適逢十週年。這些資料可能用了不同的起算點，目前沒有足夠紀錄將「第一件作品」「開始用品牌名」與「正式營運」分得更細。[8, 9, 10]

Rolltop 的用途，以及 2015 年的服裝聯作

早期 pilsok 並不只有一種純白的回收材料美學。2015 年在摩爾多瓦 Anuka Store 販售的灰色 Rolltop，使用 Cordura 布料、皮革底部、鋁製五金與筆電隔層。它把偏戶外或騎乘裝備的構造，收進較簡潔的都市包型。[11]

零售商 Bagman 留存的 Rolltop 0915 Metal 頁面，讓這個包的操作更具體：上方捲口可調整容量，寬織帶與金屬扣固定開口；側邊拉鍊提供另一條取物路徑，正面另有拉鍊袋，背帶與背部則加上襯墊。[12]

從這些構造來看，捲口的好處和麻煩也在同一個動作裡。多捲幾圈能收小袋身，裝得多時可以少捲一些；但每次都從上面打開，取小物未必方便。側開口和外袋因此值得注意：工作室面對的不只是正面輪廓，而是人在街上、車站或桌邊，怎麼把東西拿進拿出。



2015 年 Anuka Store 介紹的 Rolltop Gray Leather。中央固定帶、前袋與深色底部，呈現安全氣囊系列之前的包型。 pilsok／Anuka Store，刊於 Locals；該張攝影未具名。著作權由原權利人保留；Locals 註明使用須附有效連結。 · 圖片來源／Locals

同年的 Locals 報導還保留兩段容易在創辦人故事裡消失的合作關係：Anna Ostapenko 當時與伊薩延科共同設計包袋；Sasha Kanevski 的 2015 秋冬系列則與 pilsok 合作製作配件。Kanevski 看中其設計與手製金屬五金。這些合作使工作室的專門能力進入別人的服裝系列，也提醒我們，當時的設計並非創辦人單獨完成。[13]

Rolltop 也不應成為發明神話。伊薩延科曾明言，自己並未發明這種已有的開口。pilsok 的貢獻較適合放在具體產品與在地使用情境裡衡量，而不是追認一項他沒有主張的首創。[14]

自設工坊，讓修改回到同一個現場

2016 年訪談提到，工作室約在兩年前由委外縫製轉為自設工坊。當時有三人負責裁剪與縫製，另有銷售及平面設計人員；工人領固定薪資，而非按件計酬。伊薩延科認為，這讓要求重做不必每次都變成與外包方的爭執。[15]

這是一個比「手工製作」更具體的組織選擇。把裁剪、車縫與修改留在同一個工作場所，可以縮短發現問題到處理問題的距離。不過訪談只提供雇主一方的說法，沒有員工對工時、薪酬或決策權的描述，不能據此把當時工坊寫成毫無摩擦的理想共同體。

五金是另一項辨識度。Bagman 對品牌的介紹，記錄了以整片鋁材在基輔製作配件的做法；2022 年 DTF 仍把自有工坊與配件生產列為品牌特徵。包型之外，工作室也把五金設計與部分配件製作納入自己的工作範圍。[16, 17]

貨櫃店與 20ft Radio

pilsok 當時的貨櫃店位於基輔 Podil 一帶、Nyzhnoyurkivska 街的舊織帶工廠院落。後來的報導確認，這個原本為包袋設置的展示空間成了 20ft Radio 的基地，旁邊則有俱樂部、排練室與其他文化場所。它提供的是可以停留、碰面、聽音樂的環境，不只是放商品的貨架。[18, 19]

2016 年底成立的電台，有自己的共同創辦人與分工。2017 年 L’Officiel 訪談中，伊薩延科說明團隊如何湊出既有器材，再補買缺少的設備；有人排節目、聯絡表演者，有人處理聲音、網站、平面設計與英文內容。共同創辦人 Serhiy Taranovskyi 則提到阿姆斯特丹 Red Light Radio 的櫥窗播音形式帶來的啟發。[20]

The Village 同年到現場訪問時，伊薩延科說電台開始後，包的銷售稍有改善。但電台團隊也坦承捐款不足、設備需要升級，並談到以製作品牌節目交換支持。成員各有本業，電台當時不被視為收入來源。[21]

這裡可以看見兩種不同的組織。包袋工作室需要把物件賣出去；電台需要有人維持播音、組織節目與籌措費用。兩者共享場地、關係與創辦人的時間，帳目卻不能視為一體。社群可能帶來顧客，社群工作也會占用原本能開發產品的時間。

它所在的街區同樣不能當成一個固定不動的背景。The Quietus 2024 年的回顧指出，20ft Radio 已於前一年移到 Kyrylivska 街的小花園。原來連在一起的展示、播音與相聚場所，也有各自變動的歷史。[22]

2020 年重新做一個系列

2020 年 7 月，pilsok 發表四年來第一個新系列。伊薩延科向 DTF 解釋，停頓和習慣既有工作方式、投入 20ft Radio，以及優先順序改變有關。這是新品開發的間隔，並不是品牌停業四年的證明。[23]

疫情期間，他回到工坊集中開發。The Village 訪談把更動說得很實在：不用原有皮革標牌，更新五金，把產品重新整理得更周到。首批包括兩款 rolltop、信差包、購物袋，以及兩種尺寸的腰包，使用黑色、卡其色和多色組合。[24]



2020 年系列的黑色 rolltop。型錄將包放回身體尺度，呈現捲口、前袋與背帶相對於穿戴者的比例。攝影：Vitaliy Yurasov；pilsok 型錄，刊於 The Village Україна。著作權由原權利人保留，未見開放授權。· 圖片來源

DTF 還記錄他對軍用物件的簡單與功能性的興趣，以及在電台舉辦發表活動、現場販售與預購的安排。[25]這使新版產品和舊社群重新接上：發布並未完全轉向伸展台，而是在已經有人聽音樂、認識彼此的地方，提出一批可以買回去使用的新東西。

這段歷史也給工作室的自主性加上一個不那麼浪漫的側面。可以不隨季度更新，不表示重新開始時沒有壓力；已經存在的款式和銷售關係，既能維持營運，也可能讓開發長期停在原處。2020 年的重做，涉及的是產品零件、種類與工作重心，不只換一組宣傳照。

全面侵略之後，縫製能力轉向新的需求

2022 年 3 月 31 日，Forbes Ukraine 對戰時服裝產業的報導指出，pilsok 已轉做軍用攜行背心，以及供 AK 彈匣、手榴彈等使用的收納袋。報導沒有提供它的產量、合約、受領單位或測試資料。可以確認的是，原來製作民用包袋的能力，進入了當時迫切的裝備需求。[26]

同年 4 月，支援烏克蘭品牌的 PALIANYTSIA 平台將 pilsok 列入名單；平台的作用包括讓仍在戰時工作的品牌被國內外顧客找到。對小工作室而言，這增加了一個讓陌生顧客找到產品的入口。[27]

因此，不能把 2022 年夏天的安全氣囊系列寫成一場完全脫離戰爭的材料實驗；也不能反過來假定所有回收氣囊都來自被戰火摧毀的汽車。當時團隊的說法是拆解車輛取出的氣囊，沒有交代車輛國別、報廢原因或是否曾經作動。[28]

拆開安全氣囊，再決定包要長什麼樣

2022 年 7 月發表的系列包含兩款後背包與一款袋子。團隊對 DTF 說，曾考慮舊帆與降落傘，但不容易取得；尋找較可取得、也適合使用的材料後，才選擇汽車安全氣囊。製作一個後背包約需三個氣囊，拆開後再個別組合。[29]

這裡的「回收」，主要是拆解後重新使用既有織物，並非已證實將尼龍熔解、重新抽絲。工作室不再只從一整匹幅寬規整的布開始：原有接縫、輪廓、印字與可用布面，都成為重新安排版型時要面對的條件。可以重複的是袋子的用途與結構邏輯，每次拿到的材料卻未必相同。



2022 年系列並排照。相近的用途沒有把袋身變成完全一致的表面；曲線接縫、工業印字、抽繩與底部配色同時可見。 pilsok 產品圖，Platfor.ma 引介 DTF 報導時刊用；攝影未具名。著作權由原權利人保留，未見開放授權。 · 圖片來源

這組照片中，白色袋身並不是乾淨無痕的畫布。弧線車縫有時穿過正面，有時在側面轉彎；技術印字的方向，也不必服從品牌標誌的正立方向。彩色底部與細繩讓眼睛能辨認開口、收束與承托的位置。照片不能逐一區分原有縫線與重製時加上的車縫，卻能看出工作室並未把這些線條全部藏起來。它們和袋子的開口、口袋及收束方式一起構成外觀。

當時的 НашКиїв 報導標示後背包為 20 公升、售價 4,500 格里夫納。[30]而 Bagman 後來的 Chalk Bag AirBag 商品頁，明確告知每件顏色與細節可能和照片不同；同一材料方法也進入攀岩粉袋這種較小的用途。[31]

材料敘事仍有需要保留的界線。2022 年團隊將所用布料描述為具有聚氨酯處理的防水尼龍，Platfor.ma 也轉述了防水說法。[32, 33]但布料性質不等於整個包的防水等級；針孔、拉鍊和開口如何處理，還需要成品測試來回答。現有公開資料也不足以量化每件產品的減碳、廢棄物減量或使用壽命。氣囊的前一段用途可以成為設計資源，不能直接充當下一段用途的性能保證。

2023 年的展覽商店與募款聯作

2023 年，don’t Take Fake 在基輔推出 Module of Temporality，簡稱 MOT。它的商店邀烏克蘭品牌和藝術家製作限量物件；pilsok 為其中的 sacoche air bag 重新設計版本，延續汽車氣囊材料並加入聯作識別。主辦方把這些物件放在戰時斷電與企業停工的製作環境裡介紹。[34]

這是工作室進入另一種合作場景的時刻。包仍有收納用途，卻也需要和展覽的時間性主題及現場販售相容。它不再只代表使用者的日常選擇，也成為觀眾可以帶走的一件展覽物件。主辦方公告商店銷售的利潤全數投入文化機構修復基金；這仍是計畫層級的安排，沒有個別 pilsok 商品的收入、成本或實際匯款資料，不能逕自替它計算捐款成效。

同年 7 月，m0d44 與 pilsok 發起募款抽獎，獎項包括 m0d44 籃球服組及兩個採用其圖樣的 pilsok 後背包，公告目標為替第 47 獨立機械化旅募得 30 萬格里夫納。這是當時的目標，不是已募得金額。[35]

m0d44 的 Anton Abo 在 2024 年合作專訪中，將雙方分工說得很清楚：m0d44 提供圖像方法，pilsok 提供配件製作經驗。這份訪談本身也屬合作內容，但對於辨識誰帶來哪一種能力，仍比單看聯名標誌更有用。[36]

把這兩項工作放在一起，會看見材料與組織都能被重新組合。氣囊布可以從一般商品進入展覽；熟悉製作包袋的工坊，也可以承接別人的圖像，讓作品成為募款媒介。各案的用途與利益流向不同，不能全被「做公益」三個字取代。

Second Life 將包袋結構帶進外套

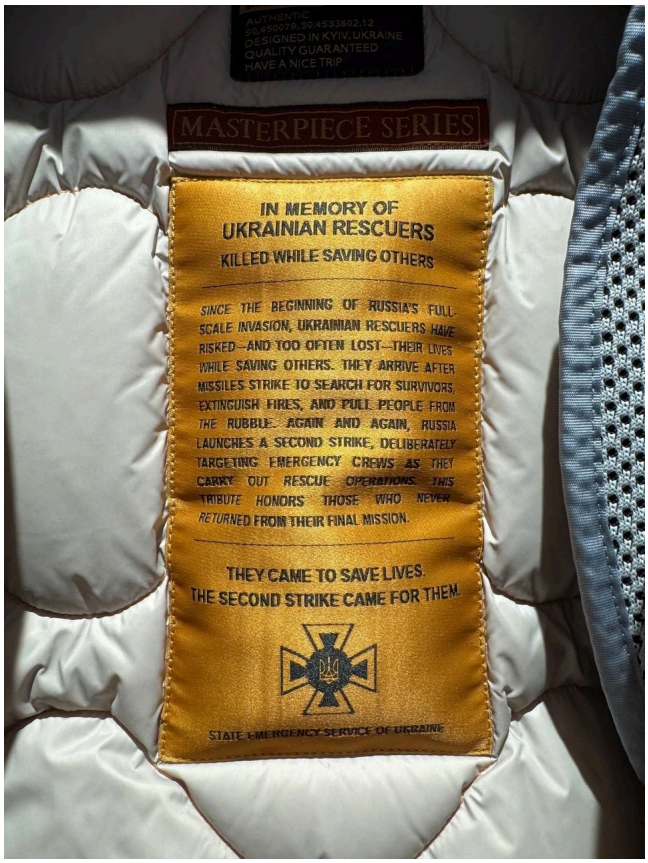
2026 年 9 月，pilsok 的《Second Life》在米蘭 Parajumpers 二十週年企畫中展出。團隊以 Gobi 外套為基礎，使用汽車安全氣囊重製，保留原本的技術標記與接縫，並整合後背包及烏克蘭國家緊急事務局 DSNS 的符號。合作方把它明確定位為向救援人員致意的紀念作品。[37, 38]



《Second Life》背面。中央小包、圓形車縫與不同方向的工業印字，使包袋和外套共用同一片可閱讀的表面。 pilsok／Parajumpers 二十週年官方專頁；攝影未具名。著作權由原權利人保留，未見開放授權。· 圖片來源

從背面照片看，整合的包並沒有被藏進一件看似普通的外套。它位於中央，拉鍊、固定帶與圓形接縫都留在外面；衣身上的工業字樣有些倒轉、有些靠近邊緣。這些痕跡讓人辨認材料的前身，也使衣服看起來像由多個部件重新拼成，而非一件印上「回收」圖案的新衣。

內側則有黃色的紀念文字布標。它把外面的技術痕跡，指向烏克蘭救援人員的工作與犧牲，而不讓觀眾只停在「這件衣服以前是氣囊」的新奇感。[39]



黃色布標把紀念文字與 DSNS 符號放在外套內側，與外部保留的工業印字形成不同的閱讀層次。 照片署名 pilsok，刊於 The Bridge Media。著作權由原權利人保留，未見開放授權。 · 圖片來源
氣囊曾被設計來保護乘車者，救援人員也以保護生命為工作；這是作品有意建立的聯繫。但外套的紀念意義，和真正救援服的技術規格是兩件事。目前資料沒有顯示它是消防防護衣，也沒有顯示 DSNS 採購或認證了這件作品。把這個區分留下來，才能準確理解它作為設計與紀念的力量。

小工作室的可見度，與仍然看不見的帳目

pilsok 並非只靠創辦人的朋友購買。2020 年 Bagman 的負責人在合作報導中，將它列為店裡留下的四個烏克蘭品牌之一。這是通路持續合作的證據，雖然仍出自零售商的宣傳訪談。[40]2022 年新品透過 Instagram 販售，2023 年又進入 MOT 現場商店，顯示它有直售、零售夥伴與專案聯作等不同入口。[41, 42]

經濟規模則沒有同樣清楚。2016 年報導附圖寫每月製作六十件，正文另提透過 Nova Poshta 每月寄送約三十件；兩個數字的口徑不同，不應混成「月銷量」，更不能推算今日營收。[43]公開資料未提供目前的員工人數、租金、工資、材料成本、維修負擔或各通路抽成。售完標籤只能說某批商品沒有庫存，不能告訴我們那批有多少件、多久賣完、工坊最後留下多少錢。

國際媒體也帶來另一種壓縮。2026 年 Artribune 將 pilsok 放進 gorpcore，也就是戶外裝備語彙進入日常穿著的脈絡；Green Prophet 則把氣囊包與《Second Life》放在永續設計的故事裡。[44, 45]這些分類有助於陌生讀者找到它，卻容易把裁剪、反覆修改、通路維持和社群勞動濃縮成一個容易辨認的風格。

截至 2026 年 10 月，能確認的是：pilsok 仍以基輔工坊為製作基礎，安全氣囊已從包袋延伸到服裝作品；其合作方也公開記錄團隊在全面侵略後參與募款、人道工作與對烏克蘭防衛力量的支持。[46]至於工

坊今天如何排班、每件氣囊從哪裡來、如何檢查與處理，以及誰負責最後一道品質判斷，仍有待更直接的製作紀錄。

這些空白沒有取消已有的工作。從早期 rolltop 的側邊拉鍊，到氣囊袋身留下的曲線縫線，再到《Second Life》外套中央的後背包，pilsok 一再把「怎麼攜帶」做成可看見的構造。它的延續也一直需要另一批不在商品照片裡的事情：保留能修改的工坊、找到願意販售的人、維持相遇的場所，並在環境改變時決定還能把製作能力用在哪裡。

資料與閱讀說明

本文依據截至 2026 年 10 月 27 日可取得的烏克蘭文、俄文及英文訪談、報導、合作方資料與商品紀錄撰寫，並參考義大利文的當代分類。沒有進行現場訪問、產品實測或與工作室聯繫。2016 年的贊助採訪、2024 年合作專訪及零售商文案，均按各自的證據範圍使用；Platfor.ma 等轉載不當作另一份獨立採訪。照片只支援可見的形式與構造判讀。尚未釐清的創立年份、現有編制、材料來源細節與財務，不以推算補齊。

---

1. Parajumpers，〈Second Life — A Memorial to Ukrainian Rescuers〉，二十週年 pilsok 官方專頁，查閱 2026-10-27。合作方的第一手作品說明；不是工坊財務或勞動條件的獨立調查。↩
2. Єлизавета Карпюк，〈Pilsok випустив колекцію рюкзаків та сумок із перероблених подушок безпеки〉，DTF Magazine，2022-07-29。含團隊直接回覆；英文版為同一報導，不另計獨立來源。↩
3. Єлизавета Карпюк，〈Киевский бренд Pilsok выпустил первый дроп за четыре года〉，DTF Magazine，2020-07-02。↩
4. Yaryna Denysyuk、Kseniia Yanus，〈Community in the Ukrainian Underground, Part One〉，The Quietus，2024-10-04。刊於與 20ft Radio、Neformat、British Council 及 Ukrainian Institute 合作的系列。電台遷址不作工坊地址變動的證據。↩
5. Тома Міроненко，〈Мода для окопу. Українські дизайнери знайшли своє місце на війні〉，Forbes Ukraine，2022-03-31。↩
6. Тетяна Репецька，〈Історії про бізнес. Рюкзаки та сумки Pilsok〉，БЖ，2016-09-14。Nova Poshta 支持的系列；含創辦人訪談與資訊圖。攝影 Sergey Sarakhanov；扣件操作與展示空間照片僅保留來源連結。↩
7. Selfie，〈ПИЛСОК〉，2012-12-17。早期部落格介紹，能確認當時已有品牌產品及訂購入口。↩
8. Locals，〈Объект желания: рюкзак PILSOK в Anuka Store〉，2015-07-01。促銷性質的通路介紹，含 Anna Ostapenko、Sasha Kanevski 合作及灰色皮革底 Rolltop 的資料；未交代 Ostapenko 的持股、正式職稱或後續去向。↩
9. Тетяна Репецька，〈Історії про бізнес. Рюкзаки та сумки Pilsok〉，БЖ，2016-09-14。Nova Poshta 支持的系列；含創辦人訪談與資訊圖。攝影 Sergey Sarakhanov；扣件操作與展示空間照片僅保留來源連結。↩
10. Наті Авдєєва，〈Сумка Pilsok із нового дропу після чотирирічної перерви〉，The Village Україна，2020-07-03。含創辦人對十週年及產品修改的說明；攝影 Vitaliy Yurasov。↩
11. Locals，〈Объект желания: рюкзак PILSOK в Anuka Store〉，2015-07-01。促銷性質的通路介紹，含 Anna Ostapenko、Sasha Kanevski 合作及灰色皮革底 Rolltop 的資料；未交代 Ostapenko 的持股、正式職稱或後續去向。↩
12. Bagman，〈Pilsok — Rolltop 0915 Metal Turquoise-sketch beech-pink〉，無刊登日期，查閱 2026-10-27。僅用具名型號的結構說明，不沿用頁面「近十年」等未更新品牌概述。↩

13. Locals，〈Объект желания: рюкзак PILSOK в Anuka Store〉，2015-07-01。促銷性質的通路介紹，含 Anna Ostapenko、Sasha Kanevski 合作及灰色皮革底 Rolltop 的資料；未交代 Ostapenko 的持股、正式職稱或後續去向。↩

14. Тетяна Репецька，〈Історії про бізнес. Рюкзаки та сумки Pilsok〉，БЖ，2016-09-14。Nova Poshta 支持的系列；含創辦人訪談與資訊圖。攝影 Sergey Sarakhanov；扣件操作與展示空間照片僅保留來源連結。↩

15. Тетяна Репецька，〈Історії про бізнес. Рюкзаки та сумки Pilsok〉，БЖ，2016-09-14。Nova Poshta 支持的系列；含創辦人訪談與資訊圖。攝影 Sergey Sarakhanov；扣件操作與展示空間照片僅保留來源連結。↩

16. Bagman，〈Pilsok — Rolltop 0915 Metal Turquoise-sketch beech-pink〉，無刊登日期，查閱 2026-10-27。僅用具名型號的結構說明，不沿用頁面「近十年」等未更新品牌概述。↩

17. Єлизавета Карпюк，〈Pilsok випустив колекцію рюкзаків та сумок із перероблених подушок безпеки〉，DTF Magazine，2022-07-29。含團隊直接回覆；英文版為同一報導，不另計獨立來源。↩

18. Yaryna Denysyuk、Kseniia Yanus，〈Community in the Ukrainian Underground, Part One〉，The Quietus，2024-10-04。刊於與 20ft Radio、Neformat、British Council 及 Ukrainian Institute 合作的系列。電台遷址不作工坊地址變動的證據。↩

19. Іра Грищенко，〈Як Нижньоюрківська стала одним із центрів нічного життя Києва〉，DTF Magazine，2019-11-14。20ft Radio 與 pilsok 展示空間的街區紀錄。↩

20. Настя Калита，〈Слушай и не плюй: интервью с основателями 20ft Radio〉，L’Officiel，2017-04-14。↩

21. Андрій Баштовий，〈20ft radio: радіо в контейнері〉，The Village Україна，2017-06-27。↩

22. Yaryna Denysyuk、Kseniia Yanus，〈Community in the Ukrainian Underground, Part One〉，The Quietus，2024-10-04。刊於與 20ft Radio、Neformat、British Council 及 Ukrainian Institute 合作的系列。電台遷址不作工坊地址變動的證據。↩

23. Єлизавета Карпюк，〈Киевский бренд Pilsok выпустил первый дроп за четыре года〉，DTF Magazine，2020-07-02。↩

24. Наті Авдєєва，〈Сумка Pilsok із нового дропу після чотирирічної перерви〉，The Village Україна，2020-07-03。含創辦人對十週年及產品修改的說明；攝影 Vitaliy Yurasov。↩

25. Єлизавета Карпюк，〈Киевский бренд Pilsok выпустил первый дроп за четыре года〉，DTF Magazine，2020-07-02。↩

26. Тома Міроненко，〈Мода для окопу. Українські дизайнери знайшли своє місце на війні〉，Forbes Ukraine，2022-03-31。↩

27. Єлизавета Карпюк，〈Ukraine launched a platform to support local brands〉，DTF Magazine，2022-04-13。平台收錄不作出口訂單或銷量的證據。↩

28. Єлизавета Карпюк，〈Pilsok випустив колекцію рюкзаків та сумок із перероблених подушок безпеки〉，DTF Magazine，2022-07-29。含團隊直接回覆；英文版為同一報導，不另計獨立來源。↩

29. Єлизавета Карпюк，〈Pilsok випустив колекцію рюкзаків та сумок із перероблених подушок безпеки〉，DTF Magazine，2022-07-29。含團隊直接回覆；英文版為同一報導，不另計獨立來源。↩

30. Тетяна Тріфонова，〈Бренд Pilsok випустив лінійку аксесуарів з подушок безпеки〉，НашКиїв，2022-07-29。↩

31. Bagman，〈Pilsok — Chalk Bag AirBag〉，無刊登日期，查閱 2026-10-27。商品頁明列著色再利用氣囊及單件差異。↩

32. Єлизавета Карпюк，〈Pilsok випустив колекцію рюкзаків та сумок із перероблених подушок безпеки〉，DTF Magazine，2022-07-29。含團隊直接回覆；英文版為同一報導，不另計獨立來源。↩

33. Platfor.ma，〈Український бренд Pilsok створив рюкзаки та сумки з перероблених автомобільних подушок безпеки〉，2022-08-01。明確連到 DTF 原報導。↩

34. DTF Special，〈What to buy in the MOT gift store〉，2023-03-23。DTF 同為 MOT 主辦方，作為專案自述使用。↩

35. Єлизавета Карпюк，〈m0d44 запустив спортивну лінію. Показуємо перші речі〉，DTF Magazine，2023-07-04。↩

36. DTF Special，〈«Народжений у кризах»: Як влаштований m0d44〉，2024-12-18。頁面標明合作內容，含 Anton Abo 對 pilsok 聯作分工的回顧。↩

37. The Bridge Media，〈Pilsok Creates Jacket from Car Airbags in Honor of State Emergency Service Rescuers〉，2026-09-28。作品照片署名 pilsok。↩

38. Parajumpers，〈Second Life — A Memorial to Ukrainian Rescuers〉，二十週年 pilsok 官方專頁，查閱 2026-10-27。合作方的第一手作品說明；不是工坊財務或勞動條件的獨立調查。↩

39. The Bridge Media，〈Pilsok Creates Jacket from Car Airbags in Honor of State Emergency Service Rescuers〉，2026-09-28。作品照片署名 pilsok。↩

40. Татьяна Гонченко，〈Отдавали кредит 7 лет, продавали «в ноль»〉，MC.today，2020-06-22。Bagman 合作企畫；只以其對自身通路合作的陳述為據。↩

41. Єлизавета Карпюк，〈Pilsok випустив колекцію рюкзаків та сумок із перероблених подушок безпеки〉，DTF Magazine，2022-07-29。含團隊直接回覆；英文版為同一報導，不另計獨立來源。↩

42. DTF Special，〈What to buy in the MOT gift store〉，2023-03-23。DTF 同為 MOT 主辦方，作為專案自述使用。↩

43. Тетяна Репецька，〈Історії про бізнес. Рюкзаки та сумки Pilsok〉，БЖ，2016-09-14。Nova Poshta 支持的系列；含創辦人訪談與資訊圖。攝影 Sergey Sarakhanov；扣件操作與展示空間照片僅保留來源連結。↩

44. Lara Gastaldi，〈Ecco perché si può parlare oggi di “Gorp Culture” nella moda〉，Artribune，2026-01-03。用來辨識國際媒體的分類，不以其簡短品牌史裁決創立年份。↩

45. Karin Kloosterman，〈Beyond the Beetle Bag: Pilsok transforms car airbags into a jacket that honours Ukrainian rescuers〉，Green Prophet，2026-10-20。作為環保設計媒體的接受史，不採其耐用年限、銷量或性能推論。↩

46. Parajumpers，〈Second Life — A Memorial to Ukrainian Rescuers〉，二十週年 pilsok 官方專頁，查閱 2026-10-27。合作方的第一手作品說明；不是工坊財務或勞動條件的獨立調查。↩