科技赋能品牌 七匹狼加码双面夹克

本报记者 施珊妹

近日，一场以“科技焕新中国男装”为主题的“头脑风暴”在中国国际时尚论坛上演。

本次论坛由福建七匹狼实业股份有限公司、中国服装设计师协会共同主办，服装设计师杂志社承办。作为中国国际时装周的重点活动之一，论坛集聚国内时尚与科技行业的领袖与先锋，从产业趋势、发展需求、创新实践等角度，论道男装领域的科技趋势。现场氛围热烈、各方观点交流精彩纷呈。科技创变与双面夹克被提到新高度。

论坛现场不仅激情上演头脑风暴，还发布了《2024中国时尚夹克流行趋势白皮书》，通过商业巨擘和理论精英的资源汇聚，继续为中国时尚男装的设计创新提供新思路、新视野。

前瞻视角 纵论男装领域科技未来

在这场“头脑风暴”中，创新思维无处不在。福建七匹狼实业股份有限公司副总裁余如表示，科技创新已成为服装行业发展最重要的驱动力，七匹狼站在时代变革的“大潮”前，再度携手中国服装设计师协会推出《2024中国时尚夹克流行趋势白皮书》，开启中国夹克时尚趋势的新篇章，指明变革时代的男装新方向。

中国服装协会副秘书长兼科技部主任杜岩冰从服装产业发展背景及科技创新状况的角度，做了“服装行业科技创新的示范带动和协同推进”的主题演讲。他表示，自新中国成立以来，我国服装产业经历了手工业合作化、工业化及驱动力升级这三个阶段。在驱动力升级阶段，智能制造数字化转型是制造业的主攻方向，而人本智造（以人为本的智能制造）正逐渐引起学界和业界的普遍关注，将成为智能制造的重要发展方向。

凌迪Style 3D创始人兼CEO刘郴带来“AICG在时尚行业的落地”的专题分享。他详细讲解了AIGC在时尚行业的研发落地情况，如模特定制、生成风格、虚拟试衣、数字服装等方面；并分析说当前正值新一轮科技大周期的起点，AGI、AIGC与数字化的结合将为服装企业带来巨大的发展机会，而智能化也会变成男装企业差异化的利器。总之，算力在哪里，商业机会就在哪里。

清华大学美术学院长聘副教授、博士生导师贾玺增作题为“时装品牌文本系统的构建逻辑与视觉表达”的主旨演讲。他结合DIOR、LOEWE、之禾等具体案例，深刻解析了“文本系统”对于时尚品牌在产品企划和推广过程中所占据的关键作用，并表示AI技术及数字化技术在文本构建等方面对服装企业的帮助极大。

AIGC技术如何助力男装产品设计研发呢？针对这个问题，北京服装学院科技处处长、教授王永进为现场观众生动上了一课。他不仅描述了AIGC技术的概念以及发展历程，并从方法论的角度说到 AIGC可以通过爬虫技术，帮助设计师快速解决数据灵感问题，同时还能够生产大量效果图。另外，AIGC的加持可以大幅压缩产品展示的最终成效，给与会观众诸多新思考。

在“艺术、时装和科技的跨界与融合”的主旨演讲中，锦鲤互动创始人刘方从全新的视角，结合时尚、服饰、舞蹈等方向，阐述了艺术与科技的融合是一个充满活力和挑战性的领域，它既是现代艺术创作的创新领域，又是科技发展的探索领域。刘方说，数字化将深刻改变时尚产业生态，数字技术对于时尚品牌塑造与经营发展也将产生持久影响。

《2024中国时尚夹克流行趋势白皮书》权威发布

作为论坛的重要环节，七匹狼与中国服装设计师协会再度联手发布了《2024中国时尚夹克流行趋势白皮书》，掀起了当日活动的高潮。随着与会嘉宾合力推动启动装置，背景板上勾勒出了一个全新的白皮书形象，这意味着科技创变及双面夹克被提升到新的理论高度。

作为白皮书策划团队的重要成员之一，东华大学上海国际时尚科创中心教授、首席研究员郑嵘以“双面夹克，两面人生，第二曲线”为题发表演讲，并介绍《2024中国时尚夹克流行趋势白皮书》的最新研究成果。她表示，这份白皮书是首次以“双面夹克”为独立概念发布的流行趋势白皮书，由中国服装设计师协会集结中国美术学院、东华大学、浙江理工大学、中国时装设计“金顶奖”获奖设计师团队等多方学术及创意力量共同创作而成。成书期间，编辑部对当代大学生展开调研，将Z世代设计师对时尚的理解与多元化表达糅合于内容当中，展现出年轻一代对男装时尚的深刻理解和敏锐洞察。另外，还针对其他年龄段消费者的穿着行为、穿着喜好、穿着意愿展开广泛调研，了解到他们对于多场景穿搭的需求，将双面可穿的夹克作为趋势解析重点单品，全景式展现中国夹克发展趋势。

此次白皮书发布，是七匹狼与中国服装设计师协会以“时尚探索者”身份交出的阶段性研究成果，同时为中国男装行业提供了更多的广阔思路与综合思考。

论坛上，为表彰七匹狼对中国服装流行趋势研究所做出的贡献，中国纺织工业联合会副会长陈大鹏将“中国服装流行趋势研究2022—2024年度夹克类独家合作伙伴”授予七匹狼。七匹狼方面表示，未来，七匹狼与中国服装设计师协会将邀请更多的专业研究团队加入“白皮书”朋友圈，充分发挥合众之力，从理论的高度推进中国时尚产业的高质量发展。

深耕传统文化 劲霸大秀尽展东方气度

本报记者 施珊妹

近日，以“茄克·龙的传人”为主题的2023劲霸男装茄克品类专场秀于河南郑州“只有河南·戏剧幻城”举办。

专场秀独具匠心选址中华文明发源根脉——中原，从“黄土孕育文化，麦穗延续苍生”的意蕴营造，再到创新融合中国传统文化内涵的99套秀款，乃至现场的表演、音乐，无不围绕东方美学的当代风尚创意展开，以时代风尚对话中华文明根脉，展现中国高端新国货品牌对于东方美学的当代思考与表达。

劲霸男装CEO兼创意总监洪伯明表示，近年来劲霸男装持续深耕中国传统文化，将东方美学作为高端新国货的内生源力，通过提取标志性的东方美学意象符号进行当代性设计、非遗合作、艺术家合作等多种方式，不断把中国传统文化的精神内蕴和美学价值注入其服装设计之中，劲展东方风度。

“衣”脉相承 为“龙的传人”探索当代服饰语言

幻城夯土秀场中央由215立方米的黄土夯垒起的“河南土”，四面夯土墙上有中原大地18个地市、100多个县，以及1700多个乡镇的名字……穿过百亩高粱地，进入这样一个场域，把人们带到的已不仅仅是一个秀场，而是更大更深邃的心灵与时空的对话空间。

专场秀以糅合太极意象的现代舞《溯·问》开场、串联，8名舞者以遒劲虔诚之姿掬一抔粝土，缓缓置于浑厚的黄土地之上，以混沌初始之态溯回。浮躁的心被妥帖安放，随着舞者的张弛间入境入思。

汩汩而来，“龙”的图腾跃然眼前，顷刻间似完成了一项最肃穆的礼仪，叩响内心最深沉的印记——我们都是“龙的传人”。99套秀款劲步而来，《天地共生》《物我相融》《人合共行》三个篇章，设计与精神的共鸣层层递进。

劲霸围绕“中国龙”意象延展设计，以立体刺绣、针织镂空、印花提花等多种工艺形态铺陈出风采各异的龙纹样，仿非遗竹编的龙鳞视觉效果，为相同又不同的“龙的传人”意化。

中国工艺美术大师、国家级非物质文化遗产项目(渠县刘氏竹编)代表性传承人刘嘉峰亲手编制的经纬纹理竹编跃然于当代男性服饰，局部秀款以四川省工艺美术大师、国家级非物质文化遗产项目(渠县刘氏竹编)省级代表性传承人刘江手工编制的配饰点缀，是传承的温度，更是绵延的龙的传人的精神信仰；从宋代五大名窑之一的钧瓷中汲取配色和面料选择的灵感，以“重彩美”为创作之源，感知鲜活而纯粹的灵动力量。

三场活动 链接新时代消费者

劲霸男装的这种既富含东方美学意蕴，又深显东方文化气度的新时代服装语言，究竟何以生成？答案在消费者身上。

新时代的消费者，生长于中华民族昂然崛起的历程中。这一方面使其分享着社会经济发展的红利，实现自身生活品质和消费能力的显著提升，催生出更多高品质消费需求；另一方面也使其感慨于国家、民族的兴旺发达，油然而生满腔自豪，迫切需要从各个出口予以表达。“茄克·龙的传人”主题将服装、文化、消费者紧密相连，而劲霸男装又围绕专场秀，以重点区域市场旗舰店、新零售快闪店为有力延伸，相继展开三场不同维度的活动。

秀场上，劲霸男装以中国文化为线，极尽呈现当代男装的东方美学内蕴；秀场外，筹备三年，以中原文化为核心设计灵感，包含销售、服务、展陈三大功能区下共17个专区，超过1200平方米的劲霸男装郑州国贸店正式开业。作为终端区域特色进化的里程碑，劲霸男装与终端区域市场探索配合，用文化共鸣完成品牌战略在地化；与此相呼应的，还有于中国国际时装周上全新亮相的集中原文化意象、咖啡时尚生活、AI秀场互动于一体的@kb coffee生活方式快闪店，为品牌新零售探索，再添一笔亮色。

高端国货 将东方美学推向世界

劲霸男装洞察了新时代服装消费形态的双重变化，以本源匠心实力与东方美学底蕴内外兼修，满足国人对茄克消费的双重需求。

2021年9月，劲霸男装在40多年匠心积淀的基础上，提出“高端新国货战略”，自信发声“中国茄克劲霸制造”，正是对消费者双重需求的积极响应。受新战略驱动，劲霸男装不断自我突破，用新色彩、新廓形、新材质、新风格的产品，如结合国际流行色趋势及品质生活方式，依托中国茄克色彩研发基地，从中国器物中提取适合当代男士肤色、性格特质的独特中国色，调和出适合商务休闲场景且不落窠臼的劲霸茄克原创新色彩；同时不断拓展功能性面料应用，甄选全球高端面料，升级茄克匠造工艺，以艺术美学加持中国茄克，彰显当代男士品位，与当代“龙的传人”对服装的时尚感、个性化、想象力和艺术化需求，形成了完美的呼应。

对于新时代的“龙的传人”来说，民族文化和民族精神的传承赓续从未止步，并且进化成了“实干、进取、创富、自强”的精神核心。劲霸男装的品牌精神，与这一时代精神高度契合。其品牌发展之路，也恰与新时代“龙的传人”奋进之路同途同归。于是，匠心打造的中国茄克，成为陪伴中国男性成长，印记时代变化的完美战袍。“衣如其人”，服饰不仅代表个人的形象和品位，也传递着穿着者的生活理念、文化认同和人生态度。在中国男性一生的奋斗拼搏过程中，中国茄克作为他的战袍，是彼此的共生和共鸣。

一方面，服饰为中国男性不同的奋斗阶段去表言达意；另一方面，消费者在不断地印证自我、寻找自我的过程中与品牌达成文化和理念的认同。为了更加深度推动匠心与时尚的联动，本次专场秀前，劲霸男装还特别联合央视原主持人赵普、演员黄曦彦(《封神》第一部里的东伯侯之子“姜文焕”扮演者)、国家级非物质文化遗产项目(渠县刘氏竹编)省级代表性传承人刘江、知名音乐人MARSIX刘家良等共同发起“龙的传人·劲行者”全国招募。来自全国各地各行业的7名“劲行者”，因自我的匠心耕耘和持续热爱，对中国传统文化和东方美学传播和助力，成就广大消费者的美好生活、展现独特东方气度，从而脱颖而出。劲霸男装对文化与匠心传承创新的高度礼敬，也在这次专场秀中得到了更深度的阐释。

“承东方美学，书东方气度”，劲霸男装方面表示，劲霸正在实践一条以文化满足市场需求，以审美驱动品牌发展的新时代创新发展之路。在“高端新国货战略”引领下，劲霸也正成为服装产业构筑中华民族文化自信的强“劲”力量。未来，劲霸男装将继续以匠心坚守和表达创新，以当代“中国茄克”演绎“龙的传人”的时代气韵，将“中国品牌的东方美学表达”推向世界。

推动人才升级 恒安EDP第二期在厦门大学开班

本报讯（记者 柯国笠）9日，恒安集团“百年千亿恒安·中高层管理者培养项目”第二期（以下简称“恒安EDP第二期”）开学典礼在厦门大学举行。恒安集团总裁许清流与厦门大学管理学院EDP中心主任、教授陈闯共同签署项目合作协议。这也是继2021—2022年后，恒安集团与厦门大学再次携手举办EDP课程班，进一步升级恒安集团人才培养体系。

“企业要发展就需要不断培养人才，尤其是在当前高质量发展阶段。过去恒安的发展，尤其是早期创业阶段，靠的是一群充满热血、充满激情敢拼的恒安人，其实很多人文凭并不高。但是现在不一样，现在我们的整个团队要有更强的专业化。”许清流表示，另一方面，管理层要有很强的领导力培养，通过领导力的培养，引导他去带好一个团队。所以未来我们在人才培养上面会从专业化和领导力这两个维度提升。

许清流说，企业要成长，员工也要成长，让员工在工作中学习，通过学习赋能工作，这正是“追求健康，你我一起成长”集团使命的体现。

恒安集团人力资源部总监杨成龙介绍，对比恒安EDP第一期，恒安EDP第二期主要有三个区别，“首先是人员的构成，本期学员层级更加集中，主要是未来的储备总经理、新晋升的总经理；其次是课程的构成，本期课程除了邀请厦大和其他高校的老师来授课之外，还另外设置了恒安内部高层管理者亲自授课的课程，有利于未来整体战略的推进落地；最后是地点的区别，本期课程全程在厦门大学，让大家更加沉浸学习。”

杨成龙表示：“学习是恒安的主旋律。在恒安，也不只有中高层有这样的培训，经理级、业务骨干、新进员工，不同的阶层都投入了相应的资源，设置了相应的课程。”

怎么通过理论的学习，把理论和面临的挑战结合起来？这是恒安EDP项目开展的一个重要话题。

对此，陈闯表示，很多MBA上的是普适性的、一般性的课程，但企业在不同的阶段面临的问题不一样，需求也不一样。“因为跟恒安有了这合作，我们对恒安也越来越了解，恒安也对我们越来越了解，这两个了解结合在一起，我们的项目就会更贴近恒安现阶段的特色，比如在课程内容的设计、教授的风格、课堂的形式等方面会更契合。”

作为恒安EDP第二期的班长，恒安集团供应链部总裁王向阳说，这是一次宝贵的学以致用的机会，“一方面可以把多年来工作中的一些经验沉淀、升华，作系统性总结，一方面也把新学到的知识在今后运用到企业‘百年千亿’的发展目标上面来。”

3家晋企5款产品登榜 “中国针织产品流行趋势名单”

本报讯（记者 施珊妹）近日，中国针织工业协会发布第八届中国针织产品流行趋势活动入围产品名单，3家晋企5款产品登榜。

福田纺织“超柔软空气层涂料仿活性印花面料”、凤竹纺织“抗菌凉感双珠网眼布”获评“2023/2024中国针织产品流行趋势科技创新产品”；劲派经编“PA56生物基面料”获评“2023/2024中国针织品流行趋势市场应用产品”；劲派经编“中空保暖吸光发热面料”获评“2023/2024中国针织产品流行趋势舒适性产品”；福田纺织“自由间弹力布”获评“2023/2024中国针织产品流行趋势时尚性入围产品”。

中国针织工业协会方面表示，协会在全行业范围内开展了八年活动，希望通过对行业科技创新内涵的提炼、分析、解读，让更多品牌、设计师和消费者了解针织产品的发展与变化，同时也希望以此激励和引导针织企业的创新研发及产品的跨界应用，为中国针织品打开更广阔的市场空间。

晋江唯一 艾派集团获两项殊荣

本报讯（记者 曾小凤）近日，“2023印刷包装产业经济论坛暨全国印刷经理人年会”在泉州举行。年会同期举行2023年“中国印刷包装企业100强”“中国印刷业创新10强”“印刷包装产业年度经济人物”颁奖盛典。

晋江市印刷行业协会会长单位艾派集团（中国）有限公司荣登“2023中国印刷包装企业100强”排行榜，该公司总裁柯国斌荣获“2023印刷包装年度产业经济人物”荣誉称号。这是晋江唯一上榜的企业及企业经营者。

“勤耕不辍，精益求精，对专业领域的持续深耕，让艾派集团成为印刷行业的先进典型代表。未来，艾派将继续开拓创新，与时俱进，积极突破原有范式，探索‘文创+’的印企转型之路，以文化为产业赋予新的价值，以创意为行业开辟新的道路。”柯国斌表示。

在“2023中国印刷包装企业100强排行榜”中，福建省共有16家企业上榜，在所有省份中位列第一。

近年来，福建省委宣传部积极贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”的新发展理念，率先开展全省示范印刷企业认定活动，加强对外技术交流，助力印刷企业壮大和产业集聚，进一步推动福建省印刷业高质量发展。据悉，2022年，福建全省实现印刷工业总产值851亿元，位居全国第五位。泉州市是福建省印刷强市，印刷企业数量占全省1/3，其中晋江的企业数占泉州的1/2。

晋江青商会与福州青商会 签订战略合作协议

本报讯（记者 柯国笠）近日，福州市工商联、福州市青年企业家商会（以下简称“福州青商会”）一行数十人来晋江研学参访，走进晋江经验馆等地，实地调研了信泰、盼盼、恒盛玩具等晋江企业，并与晋江青商会举行交流座谈会。晋江青商会还与福州青商会签订友好商会战略合作协议。

福州市青年企业家商会会长、福建瑞坤大榕树文化产业股份有限公司董事长陈腾飞表示，“这次有幸近距离走进晋江，向各位优秀晋江企业家学习，收获很多。我们参观了晋江经验馆、走进了信泰集团，深刻感受到晋江爱拼敢赢的精神。这种精神深入晋江人骨髓，是我们福州青年需要学习的地方。”

晋江青商会监事长、信泰集团执行董事许金泰详细介绍了晋江青商会在学习、创新、公益等多方面的相关做法，“晋江青商会在每一届会长的传承接力下有了现在的良好发展面貌，也展现了晋江的青年精神。我们也欢迎福州的青年伙伴们常来常往，互动交流，一起推动双方共同进步，为福建经济社会发展作出贡献。”