



洪伯明

接班就是创业 传承就是创新

近日，“天下晋江人”开讲在福州大学晋江校区举办。

本次活动邀请劲霸男装 CEO 兼创意总监洪伯明，以“国货当自强——以东方美学与世界对话”为主题，讲述劲霸男装如何创新发展“晋江经验”，推动民营经济高质量发展。

作为“晋江企业家日”系列活动之一，本期“天下晋江人”开讲由晋江经济报社、福州大学晋江校区主办，晋江市总商会、《晋江商人》杂志承办，晋江市青年商会、劲霸男装协办。

本报记者 施珊妹 董严军

劲式东方美学 打造品牌护城河

在中国深厚文化的滋养下，劲霸男装对东方美学有着独到的见解。

多年来，劲霸男装从非遗、东方图腾、中式花卉、中国山水、编织、瓷器等多个领域中汲取灵感与力量，将其巧妙地融入服装设计之中，通过服装这一媒介去承载、演绎、解读深厚的中国文化，让文化与品牌实现深度对话，使劲霸产品更加富有内涵和底蕴。

劲霸男装以当代设计活化中国非遗技艺，努力拓宽中国传统技艺的适用范围和穿着场景。在 23F/W 米兰时装周上，劲霸男装高端系列 KB HONG 以水族马尾绣——这一刺绣领域的“活化石”、千年非遗技艺为灵感，提取其寓意吉祥美好的传统纹样，进行时尚艺术化的设计加工，将这份绵延千年的精神通过服装展现给世界，成功登上国际顶级时尚舞台。

此后，AW23 中国国际时装周、“茄克·龙的传人”2023 劲霸男装茄克品类专场秀等重要场合，劲霸男装的拳头产品总能展现出非遗的独特魅力。通过采

撷宝相花、敦煌藻井纹、中国龙、飞天神游等意象，劲霸男装赋予茄克更加鲜明的中国风貌和生命力；以品牌发源地城市市花——刺桐花、白玉兰等为蓝本，设计原创花型，展现了中国茄克的艺术人文魅力；从汉服等传统服饰中汲取灵感，创新领型，自主研发中式叠领茄克，引领当代男装潮流……

在这一过程中，劲霸男装逐渐形成了自己鲜明的“劲式东方美学体系”，构建了新时代文化自信背景下品牌最为坚实的文化堡垒。2023 年，劲霸男装品牌价值高达 878.26 亿元，连续 20 年蝉联“中国 500 最具价值品牌”中国男装第一价值品牌的殊荣。

从文化中汲取养分，劲霸男装通过独特的方式持续向世界展示中国文化的魅力，连续六次登上米兰时装周官方日程，在 2016—2024 年间举办了 15 场高规格大秀，深入阐述劲霸男装对茄克的独特理解和深刻思考。

“我们要以文化为引，以时尚为媒，与世界进行对话。”洪伯明表示。

答疑解惑 互动热烈

活动中，福大学子就“企业传承”“最大挑战”“可持续发展”“跨界思维”“职业规划”等问题向洪伯明提问。现场互动频繁，气氛热烈。

为企业注入年轻力量

学生：作为劲霸男装的第三代掌门人，您如何在坚守家族企业精神的同时，为品牌注入新活力，以应对新时代的竞争？

洪伯明：在我刚接手企业时，确实面临了不少质疑声。特别是公司内部，许多人对我这个学设计出身、缺乏市场经验的年轻人能否胜任表示怀疑。然而，在这个过程中，我深深承受最大压力的并非我自己，而是我的父亲。

2020 年，全社会都遭遇了前所未有的挑战。那时，我曾向父亲提出：“我现在既没有经验，又是新上任，您要不要回来帮忙管理一下？毕竟上阵父子兵。”但他坚定地告诉我：“这正是你锻炼成长的绝佳机会。只有经历过这些挑战和难关，你的成长和收获才会远超平时。”就这样，我咬牙坚持了下来，一直到今天。

因此，我始终认为，接班并不仅仅意味着继承，接班就是创业，传承就是创新。作为一名“90 后”，当我手握一定权力去推动企业变革时，我必然会给这个企业注入一股年轻的力量。

年轻人在做事的过程中，自然会吸引更多志同道合的年轻人加入。我们要让年轻人有施展才华的舞台，同时也要充分发挥老一辈员工的经验和智慧。对于那些不适应企业发展需要的部分，我们则需要进行优化和更新。这种老中青三代结合的新结构，将为企业带来新的活力，使我们能够更好地应对市场的挑战，穿越经济周期，实现持续稳健发展。

坚持本身并不容易

学生：您遇到过的最大困难和挑战是什么？您又是如何克服的呢？

洪伯明：每个阶段遇到的困难和挑战都是不一样的，但回首过去，我发现最大的挑战其实在于自我突破、坚持不放弃。

坚持本身并不是一件容易的事。每当涉足不熟悉的领域，特别是需要承担重大责任时，那种压力与不安几乎让我数次想要放弃。但当你克服种种困难并取得成果时，你会越来越自信、越来越笃定。

另一大挑战则来自我的专业背景。作为文科出身、艺术领域的从业者，我最初对企业管理、财务和逻辑思维等方面并不擅长。在担任 CEO 时，我曾试图用个人认知来指导团队，但很快发现这并不奏效。团队成员往往无法理解我的意图，甚至对我提出的观点表示怀疑。这使我意识到，我需要进行角色和知识的转化。

如何克服这些挑战，我想分享两点经验。首先是“躬身入局”。当你面对不熟悉的领域时，要投入大量的时间和精力去学习、去实践，并以谦逊的态度向他人请教，不断吸收新的知识和经验。我坚信，只要付出足够的努力，就一定能够掌握所需的技能。其次是多尝试多积累。在大学时期，我就养成了广泛阅读的习惯，这为我后来的职业发展提供了宝贵的财富。

可持续时尚是必然趋势

学生：可持续发展已成为全球关注的焦点，劲霸男装在推动可持续时尚方面有哪些实践和规划？您认为中国服装品牌在全球可持续时尚领域中可以扮演怎样的角色？

洪伯明：我认为可持续发展是一个必然趋势，我们必须共同保护自己的家园。如果每个人都只追求满足自己的欲望而不顾及环境，那么未来的气候变化和生存环境将变得愈发恶劣。

虽然管理每个人的行为难度较大，但引导企业发挥带头作用相对容易。从长期来看，企

业终需要投身可持续发展的实践中。企业作为社会的重要组成部分，理应承担起推动社会发展的责任和义务。此外，越早投入实践，企业就越有可能获得先机和优势。

劲霸男装在这方面已经开始了积极的实践。我们发现，遵循 ESG（环境、社会和治理）管理体系不仅有助于企业内部的持续发展，还能激励企业追求更高效、更优质的管理。在管理过程中减少浪费，不仅对环境有益，还能提高企业的持续经营能力。因此，我们坚信，以利他之心行事，在帮助他人的同时，也会得到他人的支持和帮助。

利用大学时间锻炼通用性能力

学生：您在艺术设计和企业管理之间成功实现了跨界融合。请问在这个多元化的时代，大学生应该如何培养跨界思维，以及如何在不同领域之间找到结合点？

洪伯明：这个是我近年来经常思考的一个问题。回顾我初入劲霸男装的岁月，我曾主导过一个管培生项目，并作为项目组长与众多应届毕业生交流。这不仅是一个互动学习的机会，更是一次深入观察的机会。

我认为木业有专攻，但要成为一名具有综合能力的优秀人才，通用能力的培养同样重要。例如，组织能力便是其中之一。在大学期间，我曾任学校社团的活动部部长，负责策划和组织各类活动。小的活动，需要顾及大家的情绪；大的活动，需要协调赞助商、校领导，关注每一个礼节和细节。这样的经历不仅锻炼了我的组织能力，也教会了我如何整合资源 and 解决问题。

所以我认为，锻炼能力的最好机会就在大学，但往往很多大学生并没有充分利用这个黄金时期，错过了提升组织能力、打交道能力、沟通能力、策划能力，以及时间管理能力的机会。事实上，这些能力在未来的职业生涯中，尤其是在跨界融合的背景下，将显得尤为重要。未来社会，一定是需要复合型人才的。所以，下功夫做一个有心人，去实践和尝试吧！

多探索多尝试 塑造好的职业观

学生：对于我们这些即将步入职场的大学生来说，您认为在职业起步阶段，应该如何结合自己的兴趣和专业知识去规划自己的职业道路？

洪伯明：很多大学生在毕业后面临的一个普遍问题是，所从事的工作可能与所学专业并不完全吻合。其中的原因多种多样，有的人可能并没有选择到自己喜欢的专业，有的人可能在毕业后对自己的职业方向感到迷茫。对于这种情况，我有一些建议。

首先，毕业后先找一份工作，无论这份工作是否与你的专业直接相关。进入岗位后，快速观察、学习和熟悉这个企业，特别是了解你的领导、企业的风格、做事的方式方法，以及企业的文化氛围。

工作的前三年，这个阶段主要是适应和打基础，培养良好的职业观和对社会的理解。可能前两年都是在积累经验，但到了第三年，基于前两年的积累，你能够开始发挥作用，并取得相关成果。因为在职场中，很多工作都是团队协作的，所以到了第三年，你往往能够收获第一个比较好的成果。

在这个过程中，如果你发现企业文化和领导不错，即使工作内容不完全符合你的兴趣，我也建议你至少坚持一到三年。因为在这个阶段，你能得到良好的滋养和成长。然而，如果你发现领导品行不端正，那么我建议你尽快换工作，不要浪费你的青春和时间在不准确的方向上坚持。同时，我还建议大家刚进入社会的时候多探索，这个时候的犯错成本是最低的。

44 年匠心坚守 发力“高端新国货”

“劲霸男装创始人有句名言——一个人一辈子能把一件事情做好就不得了。而我们三代人都在做同一件事，就是让‘百年劲霸，基业长青。’”洪伯明说。

在洪伯明看来，坚守并非易事，“自接班以来，每天要处理的事情很多，但我对绘画的热爱，始终未曾动摇。”

去年 4 月，洪伯明在一面 16 米×11 米的墙上倾注了一整天的时间，尽情涂鸦作画。“以往，我最大的画作也不过是两张 A3 纸拼接而成，从未尝试过如此大的画幅。在作画的前夜，我确实有过放弃的念头，但最终还是选择了挑战。”洪伯明坦言，绘画与艺术在他人生中占据了极其重要的地位，这份热爱也给予了他莫大的慰藉和力量。后来，他凭借即兴的灵感，未加底稿，创作出了最为真挚的画作。

对于绘画，他的坚持源于热爱；而对于劲霸男装，他的坚守则源于责任。

作为“劲三代”掌门人，洪伯明通过跨界尝试，获得了丰富的经验与回馈。例如，在为盒止美术馆策划展览的过程中，他对组织与策划有了更为深刻的理解，并将这些宝贵的经验应用到日常管理工作中。

当前，国货品牌的消费热潮持续高涨，劲霸男装也迎来了崭新的发展机遇。

数十年的匠心坚守，使劲霸在消费者心中树立了“中国高端男装品牌”的形象；同时，因其在茄克领域的专注投入，让“茄克=劲霸男装”的认知深入人心。紧跟时代潮流，劲霸男装不断推出高品质茄克单品，通过茄克展现中国男性的奋发精神。在茄克品类的深入研究中，劲霸男装不仅提升了自身的品牌力，更展现了中国茄克的艺术与人文情怀，全力推进“高端新国货”战略。

“我们认为，中国服装的品质必须过硬、足能够‘打’，才能承载深厚的文化价值与美学价值，进而在国际舞台上持续展现。”洪伯明的自信，既源于劲霸男装 44 年的深厚底蕴，更根植于中华五千年文化的深厚土壤。他希望通过服装这一载体，向世界传达并展示中国文化的自信与魅力。



活动中，学生向洪伯明提问。

可持续时尚 讲述未来故事

在追求高质量发展的时代背景下，中国品牌正积极运用中国智慧，迈向更加光明的未来。其中，劲霸男装不断丰富履行社会责任的方式，积极倡导并追求价值型的可持续时尚，通过在设计、生产、零售、消费等多个维度的创新投入，推动服装产业可持续发展。

“可持续，就是新时尚。”洪伯明坚信，“百年劲霸，基业长青”的秘诀在于坚守品牌与企业的传承，而加强文化传承是实现可持续发展的关键。

要实现可持续发展，需要从多个维度全面展开。劲霸男装从企业自身到整个产业，从产品生产到消费终端，全方位践行可持续时尚的理念。同时，结合品牌自身的优势，劲霸男装提出了“构建东方美学体系下的中国男装可持续价值生态”。

劲霸男装不仅是首家签署联合国 UNFCCC《时尚产业气候行动宪章》的中国品牌，还是首批加入中国纺织工业联合会“中国时尚品牌气候创新碳中和加速计划”的品牌之一。劲霸男装积极联动上下

游合作伙伴进行碳基线测算，通过全价值链碳排放溯源，收集涵盖自身运营范围（包括总部办公楼、自营门店、物流、工厂）和价值链（包括采购和销售、特许经营店等）的详尽数据。

同时，劲霸男装持续推出环保胶囊系列产品，如“碳”家套装、蜉蝣美术馆 2.0 海洋环保系列、艺术家联名胶囊系列、“说话算数”胶囊系列、“共生在树下”胶囊系列等，通过环保产品，劲霸男装与消费者持续互动，号召更多消费者践行可持续时尚生活方式。截至目前，已有近 48 万名消费者参与劲霸男装发起的“衣旧有型·劲享新生”活动及净滩行动。

“渺小而伟大的举动，让环保与时尚同行，让可持续与未来同行。”洪伯明认为，一家优秀的企业不仅要满足消费者的需求，为他们提供更高品质的生活，更要勇于承担社会责任，为国家和社会的发展贡献自己的一份力量。实现可持续发展，是劲霸男装实现愿景不可或缺的重要部分。