

# 沿着丝路到巴黎 利郎携手《中国国家地理》开展古今探索之旅

本报记者 施珊妹

## 行程2万里 利郎西服优雅相伴

“若非祁连山顶雪，错把张掖当江南。”因丹霞、彩丘、荒漠、冰山、森林、草场、河流、湿地等诸多独特景观而闻名的“荒漠绿洲”张掖，是考察团的出发地。

随后，考察团沿着河西走廊一路西行，走过丹霞、大漠与绿洲，重新发掘了祁连山深处的金塔寺、敦煌莫高窟，以及汉代长城和玉门关遗址等文明遗产的历史。

中亚古国、土耳其、希腊、米兰、巴黎……身穿利郎 SMART 精英西服，考察团历经七国十三城，行程两万里，循着丝路的足迹，沿途感受世界的多样，或地理壮丽风景，或历史遗迹，或好友美食，或人文庆典。

沿着丝绸之路到巴黎，既为奔赴全世界的盛会，更为奔赴每个人的盛会，仪式感不可或缺。以“为仪式感而生”的卓越设计与独特风格，利郎 SMART 精英系列见证并成就每一个闪亮时刻。

一路上，利郎优雅相伴考察团见证了大漠戈壁的壮丽、草原绿洲的宁静、地中海的碧蓝及欧洲古城的典雅。无论是在沙漠的风沙中，还是在城市的光影中，利郎 SMART 精英系列都能带来无与伦比的高级质感与优雅体验。

利郎见证的不只是考察团，还有



每位现代精英的闪亮时刻。在利郎的解答中，闪亮时刻并不总是万众瞩目，它可以是晨曦下享用的一杯咖啡，也可以是与人人在路边摊共进的晚餐，每一个看似微不足道的瞬间，都可以是独属于自己的盛会。利郎

SMART 精英系列西服以高雅与舒适并存的设计，参与每一个盛会时刻。

## 产品与景观热烈碰撞 文化与品牌深度交融

在这趟旅程中，考察团与沙漠、高山、平原、河流相遇，与不同的人相遇，与故事相遇，与文化、艺术、真实的烟火气相遇。

“沿着丝路到巴黎”不仅是一次地理的旅行，更是一次文化、历史和文明的深度探索。一路上，考察团与历史重逢、和城市对话，探寻着中国向西、世界向东的故事。

考察团带着中国绚烂的文化和问候，走近威海、里海、黑海、地中海，穿越帕米尔高原和阿尔卑斯山脉等重要景观带。沿途的风光、顺畅的交流、璀璨的文明、厚重的历史，互相碰撞。

旅途的中部，是横跨欧亚大陆的土耳其，作为东西方文化交融之地，这里既有丰富的历史遗迹，也有现代都市的繁华。利郎 SMART 精英系列的设计灵感源于欧洲绅装，结合都市精英的需求，摒弃常规西服宽松版型，打造全新都市 SOHO 修身版型。这种设计不仅符合现代都市精英的审美，更在文化交融中展现出独特的时尚风格。

跨进欧洲大陆，是古典文明的摇篮希腊，它以其丰富的文化遗产和古典艺术而闻名。利郎 SMART 精

英系列的脚口合理收缩，裤型利落且舒适，体现了古希腊追求美与和谐的精神。同时，使用定制级工艺，采用顶级辅料，让穿着者能在商务与时尚之间轻松切换，完美适应不同场合，正如希腊文化的多样性与包容性。

事实上，这已经是利郎与《中国国家地理》的第四次合作。2021年11月，利郎联合《中国国家地理》发起“中国风光”原创征集大赛，携手100位摄影师超清呈现镜头里的中国；2022年，利郎联合《中国国家地理》杂志，携代言人韩寒，用一部《用好看的

样子看中国》的广告短片，诠释“新商务美学”，向世界展现时尚界的“中国风光”；2023年，利郎和《中国国家地理》携手启动“2023最美公路暨中国极致景观”的专线考察计划，在一次次极致探索中，以专业的视角、科学的解读呈现利郎拒水羽绒优越的性能。

“一米宽，一万米深”，在产品上的极致深挖，一直是利郎简约男装精益求精的目标。三年来，在充分展示产品优势的基础上，利郎用产品与景观的热烈碰撞，带动品牌迎来流量与热度高峰。

20世纪20年代，法国著名汉学家戴密微来到泉州，在开元寺地基捐建者黄守恭后裔的资助下，对拥有着千年历史的东西两座石塔展开深入研究，并回到巴黎与学者埃克共同著下《刺桐双塔》，让神秘的双塔第一次出现在欧洲学界的视野当中，引起巨大反响，深化了海上丝绸之路的文化交流属性。

整整100年后，由体育冠军仲满、鲍春来、齐广璞，《中国国家地理》杂志社社长兼总编辑李栓科，南极大使王昱珩，演员高至霆，气象先生冯殊，知名博主无穷小亮、韩船长等组成的“发现大使”团队，一起完成了重访东西文明、探索城市精神的探访之旅。

这一“沿着丝路到巴黎”探索发现活动历时近三个月，由《中国国家地理》杂志社联合利郎等品牌实施，已于近日完成全部考察。作为男装战略合作伙伴，利郎以 SMART 精英西服会山河，与考察团队一同跨山越海、寻古访今。

## 全产业链升级

### 用原创精神缔造品牌价值

作为活动的终点，巴黎不仅是今年全球瞩目体育盛会的举办地，更是世界时尚之都。从奢华的高级定制到前卫的街头时尚，巴黎不仅在设计和创意上引领潮流，更以其优越的面料和卓越的工艺闻名于世。在这一点上，与始终专注、专一、专业做一件衣的利郎不谋而合。

一套西服，利郎38年匠心诠释。1987年第一套利郎西服诞生，标志着利郎创业的开端；2024年，利郎仍然持续用心迭代升级每一件西服。以 SMART 精英系列为例，其告别了传统西服版型的臃肿感，用抗皱垂顺的优质面料，工整立体的裁剪工艺，让消费者更具仪式感的同时不失简约高级感。

利郎 SMART 精英系列在细节的处理上，将品牌对精致仪式感的追求体现得淋漓尽致。比如，采用进口英国高士线。它始于1848年，是世界上历史最悠久的线业公司之一，被誉为“缝制线中的劳斯莱斯”。其产品不仅结实不易变形，还具备独特的光泽和手感，让每一针每一线都充满质感。再比如，利郎 SMART 精英系列对高级材质的选择，也将利郎品牌“简约不简单”的理念贯彻到底。里料全挂面工艺，对比传统工艺有更好的支撑性，即使口袋放置物品也能保持西服结构对称稳固，时刻保持整洁美观。

利郎对于精致仪式感的升级，体现在产品上，亦体现在企业自身。去年利郎宣布全面升级为“简约男装”，并制定“原创极致单品”的产品策略，从色彩、图案、面料、版型、裁剪、款式等六大维度诠释“简约”审美哲学。利郎不断升级全产业链，以原创精神，缔造品牌价值。截至目前，利郎研发部门拥有350人，产品原创比例达75%以上，应用自主开发面料的产品比例达50%。

曾经，中国的商人将丝绸带到了西方，不仅影响了西方的时尚潮流，还推动了西方纺织技术的发展。时过境迁，今日的利郎通过文化的传承与创新，融汇东西方文化之所长，设计出优雅与质感并存的高级西服，陪伴每一位都市精英在重要的会议、珍贵的约会及日常生活中，成就闪亮时刻。利郎希望以此向消费者传递这样的理念：瞩目的不只是巴黎的体育盛会，更是每一个人、每一天、每一个当下的时刻。

# 第七届中国国际儿童时尚周在泉州开幕

本报讯（记者 施珊妹）28日，由中国服装协会、泉州市丰泽区人民政府、上海时尚之都促进中心联合主办的第七届中国国际儿童时尚周在泉州正式起航。

历时七天的第七届中国国际儿童时尚周，以“海丝泉州·丰泽童行”为文化脉络，是一场集童装趋势发布、供应链资源对接、亲子时尚消费于一体的儿童时尚生活盛会。作为国内专业权威的童装时尚发布平台，第七届中国国际儿童时尚周汇聚国内外优质童装品牌及儿童产业生态资源，引领中国儿童时尚产业发展趋势，推动中国童装行业转型升级，提升中国童装品牌全球时尚话语权。

泉州是我国纺织服装产业的重要基地，在这片土地上不断成长起来的运动童装品牌在我国及海外童装市场中占有逐年增大。由安踏儿童、特步儿童、乔丹儿童、匹克儿童组成的代表着泉州运动童装品牌力量的一场别开生面的儿童运动情景秀《中华好少年》呈现。

当前儿童时尚产业正与时代同频进入全新的发展时期，中国国际儿童时尚周不仅为中国童装品牌打造国际话语权提供发布推广平台，也成为国际童装品牌亮相中国市场的渠道。2024 CCFW 呈现了一场联动全球的时尚盛事，共有30余个来自国内外的童装品牌在泉州丰泽时尚地标——泉州金花人民广场集体亮相。其中既有享誉全球的 GIVENCHY 纪梵希儿童、NIKE 耐克儿童、ADIDAS 阿迪达斯儿童、Levi's 李维斯儿童、暇步士儿童等国际知名品牌，也有 balabala 巴拉巴拉、安踏儿童、特步儿童、乔丹儿童、匹克儿童、皇室童缘、男生女生、琦瑞德泽、雅莹儿童、洛小米、马骑顿、淘帝、玛米

玛卡、HS、IPW、炸街熊猫、GUANJU 关唯记、YANGZI KIDS、Funny Dream、肩云上云、POINT CHENG、港岛七公主等中国童装品牌及高定设计师品牌，每一场秀在主题传达、场景营造和细节呈现上皆下足功夫，展示品牌对于时尚艺术、运动休闲与文化传播的独特理解与表达。同期，还将举办全国少儿时装周艺术大奖等一系列丰富多彩时尚亲子活动。

为配合泉州市政府发起的国潮泉州“焕新消费、焕新智造”系列活动实施，第七届中国国际儿童时尚周活动期间还同步举办2024中国童装品牌创新发展大会暨焕新智造供应链展。

大会围绕品牌跃动新生态、渠道催生新模式、市场智创新零售、IP 赋能新营销、科技助力新产品、文化催生新消费、电商融合新策略等方面进行战略布局、超前预判与实战分享，探讨行业发展趋势，共同推动童装行业的繁荣与发展。

与此同时，为推动泉州童装产业上下游协同创新、焕新发展，加强童装品牌与全国优质制造企业、面料辅料企业间的深度交流和商贸合作，本届儿童时尚周期间特别举办2024中国童装品牌供应链展。供应链展汇聚大连隆生、恩硕服饰、浙江万顺服饰、奕玛（厦门）服饰、北京依佛、佛山峰云、漫露可服饰、泉州丰泽时尚地标——泉州金花人民广场集体亮相。其中既有享誉全球的 GIVENCHY 纪梵希儿童、NIKE 耐克儿童、ADIDAS 阿迪达斯儿童、Levi's 李维斯儿童、暇步士儿童等国际知名品牌，也有 balabala 巴拉巴拉、安踏儿童、特步儿童、乔丹儿童、匹克儿童、皇室童缘、男生女生、琦瑞德泽、雅莹儿童、洛小米、马骑顿、淘帝、玛米



## 中国柒牌开展“柒宇不凡 立领未来”管培生集训

本报讯（记者 施珊妹）近日，为期五天的柒牌2024“柒宇不凡 立领未来”管培生集训营举行。

中国柒牌董事长洪肇设表示，希望管培生们自重、自省、自警、自励，鼓励管培生在职场遇到挑战时，要勇于面对自己的不足，并且希望管培生持续学习，不断提升自我，坚持践行“以顾客为中心”的价值观。

记者了解到，集训营包含了三大主题，分别是“融入”“初识”“转身”，旨在帮助管培生了解柒牌文化、熟悉柒牌产品、加速与柒牌文化的融合，成为柒牌新力量。

在“融入”主题中，中国柒牌管培生以团队PK形式，导入使命、愿景、

价值观等企业文化理念，以沟通、协作等项目设计，帮助管培生增强适应能力，提高团队协作和解决问题的能力，并对企业文化有了初步了解。

活动首日，柒牌大学邀请各板块HRBP，以轻松愉悦的篝火Party对管培生的加入表示热烈欢迎。次日，以沙盘协作项目寓教于乐，培养管培生的统筹管理及应变能力。

“初识”主题，以帮助管培生全方位熟悉柒牌业务为主要目的。活动中，《柒牌文化》《柒牌业务价值链》开篇讲授，将业务价值链拆解后，导入《商品企划》《产品研发》《零售管理》等课程。随后，则深入供应链，通过学习西装版型、面料知识、

洗护知识，辅以对生产车间、检测中心、物流仓的走访，帮助管培生形成更完整的服装制造链路认知。

为帮助管培生更好地适应职场，“转身”主题安排《职业生涯规划》、《AI与职场》、高管圆桌会等课程环节。中国柒牌特邀高管与管培生分享自己的成长史，并就职场现状、职业生涯规划等话题展开坦诚互动，帮助管培生打开思路、了解职场。

开心工作，快乐生活。为激励管培生更好地面对未来职场生涯，中国柒牌以“走花路”“给寄语”等充满仪式感的形式，结束集训营，正式开启管培生至职场人的转变之旅。

# 洲克发放中国水球奥运健儿运动训练奖励

日前，洲克公司举行中国水球奥运健儿训练奖励发放仪式。

活动中，中国洲克控股有限公司董事长刘瑞金为每一位水球奥运健儿发放训练奖励，既是对运动员备战奥运辛勤付出的关怀与激励，更表达了对中国女子水球队

勇于拼搏、团结协作的敬意。

活动现场，国家奥林匹克体育中心副主任张斌对 ZOKO 洲克品牌五年多来为中国水球队的鼎力支持表示衷心感谢，并肯定了 ZOKO 洲克对中国水球运动推广做出的贡献。

自2019年以来，中国洲克控股有限公司正式牵手国家水球队，成

为国家水球队的官方合作伙伴，为国家男女水球队提供专业定制的水球训练、比赛装备，并为国家青年水球队提供通用装备。

水球运动在水中对抗动作激烈，对服装的包裹性和抗拉性能有着极高的要求，洲克为队伍打造了专属的高质量专业装备，满足了队

伍参加各级各类国际大赛的需求。

刘瑞金表示，近年来，洲克携手中国水球选手出征光州游泳世锦赛、东京奥运会、亚洲水球锦标赛、福州世锦赛、成都大运会、杭州亚运会等，向世界展示了中国民族品牌品牌的硬实力及产品的专业性。

巴黎奥运，中国女水将身着 ZOKO 洲克全新研发的“龙腾”水球服亮相赛场，刘瑞金表示：“我们将以最优质的产品和服务，为中国女水提供全方位的支持与保障，竭尽全力助力水球健儿在奥运会发挥最佳水平。”