

柒牌入选省级人工智能项目

本报讯（记者 施珊妹 陈巧玲）近日，福建省工业和信息化厅正式公布2024年省级人工智能产业发展项目入选名单，福建柒牌时装科技股份有限公司“基于AI+机器人的服装面辅料仓配一体化管理解决方案”成功入选。项目成功获批后，将获得财政奖励支持，其中对典型应用场景给予每个50万元奖励。

记者了解到，该项目由福建柒牌时装科技股份有限公司和泉州装备制造研究所共同研发，集两者技术优势于一体，旨在解决传统服装行业面辅料仓储与配送管理中存在的效率低、人工依赖高、协调性不足等痛点。通过深度融合人工智能(AI)、机器人技术(AGV/AMR)和5G工业互联网技术，打造出一套面向服装生产的“仓配一体化”管理方案。该方案通过面辅料仓储系统(MWMS)、生产车间制造执行系统(MES)及机器人调度系统(RCS)的无缝对接，实现了服装辅料从入库到配送全流程的智能化、自动化管理。

柒牌方面表示，此次项目入选，不仅体现了柒牌在智能物流领域的技术领先性和应用价值，也为福建省乃至全国服装行业的数字化转型树立了标杆。未来，柒牌将持续深化AI与机器人技术在工业智能仓储物流中的应用，推动智能制造模式的全面落地，为行业发展贡献更多智慧力量。



鞋都电商城举办“会说话的汤姆猫”品牌交流会



本报讯（记者 施珊妹）近日，“会说话的汤姆猫”品牌交流会在中国晋江鞋都电商城内举行。此次会议聚焦于向合作商阐释合作细则，并深入探讨未来合作共赢的发展蓝图。各合作商户会聚一堂，共同探讨品牌发展新路径。

交流会上，中国晋江鞋都电商城与合作商户就“会说话的汤姆猫”品牌合作规则展开深入探讨。双方围绕产品供应、销售渠道、价格策略及市场推广等关键环节进行了细致交流与协商，明确各方权益与义务，致力于构建紧密、稳定且互利共赢的合作关系。

通过此次深度沟通，为“会说话的汤姆猫”品牌产品在电商平台的推广与销售夯实了基础，确保各方在统一规则下协同作战，共同应对市场挑战，实现资源与优势的高效整合，提升市场竞争力。

中国晋江鞋都电商城表示，自“会说话的汤姆猫”品牌引入并投入运行以来，已展现出强劲的市场动力。截至目前，已助力多家品牌合作商家增加成交额，线上平台销售数据持续上扬，多款产品销量屡创新高，收获众多消费者的青睐与好评。

中国晋江鞋都电商城董事总经理陈建恩说：“在当前市场‘内卷’的环境下，品牌的力量尤为关键。品牌不仅能够增强商家在市场中的话语权和竞争力，更能为中小电商企业开辟生存与发展的广阔空间，助力他们在行业中稳健前行。”

中国晋江鞋都电商城方面表示，本次交流会的成功举办，不仅为双方的深度合作夯实了基础，还为后续的市场拓展和业务增长勾勒出清晰的脉络。未来，中国晋江鞋都电商城也将善用品牌的影响力，整合资源优势，把握市场脉搏，不断创新营销策略，深耕消费需求，持续优化产品与服务，帮助电商企业走向更为广阔的发展市场。

恒安孝感公司入选“国家级绿色工厂”

本报讯（记者 柯国笠）日前，工业和信息化部节能与综合利用司官网公示了2024年度绿色制造名单，恒安集团旗下恒安(孝感)家庭用品有限公司(以下简称“恒安孝感公司”)成功入选国家级绿色工厂公示名单，这是继恒安(芜湖)纸业、恒安(中国)纸业、恒安(中国)纸业之后，恒安集团第4个国家级绿色工厂。

恒安孝感公司集研发、生产、销售为一体，是多元化系列卫生用品生产企业，主要包括14条卫生巾

生产线及1条卫生护垫生产线，原料仓库、生产车间、成品仓库及办公楼等其他生产辅助设施，目前一期产能可达到卫生巾780万箱/年，裤式卫生巾20万标箱/年，卫生护垫200万箱/年产能。恒安孝感公司建设有分布式光伏发电项目，总装机容量为9411.6kWp，年发电量约941万kWh，节约1176标煤tce。光伏电站的运行大大降低外购电网电量，提高可再生能源使用。此外，2024年，恒安孝感公司使用了清洁能源电量3735.5万kWh，占其总用电量的31%，可再

生能源的使用占建筑总能耗的比例大于10%。

为了进一步提高能源管理水平，恒安孝感公司在逐年更新完善能源计量设施的同时，为提高综合产能效率和能源使用效率，在电力使用过程中配置了较为先进的自动化控制系统，控制水平达到国内先进。在各生产线上也都配置了国际先进的QCS、PLC系统，为恒安孝感公司的节能降耗提供了有力保证。在生产环节连续多年应用透平机、烘缸端盖保温、变频节电等技术减少热量流失，提升能源效

率，同时引入新技术实现生产过程中电力等能源消耗量的下降，同时投入伺服电机、磁悬浮真空风机等能耗低、技术新的设备替换老旧设备，并针对生产线中的设备进行节能改造。

恒安国际集团积极参与环境保护、资源节约、社会责任等多方面的行动，将可持续理念融入设计、采购、制造、包装、运输等产品全生命周期中，致力于成为一家对社会、环境负责的企业。此次获得国家级绿色工厂称号，是对恒安集团在注重资源、能源节约和绿色低碳发展等方面的肯定，也表明了恒安集团各项生产指标均达到了国内行业领先水平。近年来，恒安国际集团获得了众多外部ESG评级的认可，包括标普CSA分数连续六年上升，自2023年起连续两年入选标普全球《可持续发展年鉴(中国版)》，并获评最佳进步企业，入选富时罗素社会责任指数系列，MSCI获得BBB的成绩等。另外，2024年，恒安国际集团凭借在可持续发展方面的出色表现，首次被纳入恒生可持续发展企业基准指数(HSSUSB)。

劲霸男装携手《雄狮少年2》推出联名款

本报讯（记者 施珊妹）近日，劲霸男装携手国漫电影《雄狮少年2》推出联名款产品。

事实上，劲霸男装与《雄狮少年2》的互动不止于此。时隔三年，少年阿娟(《雄狮少年》主角)再次回归。一如《雄狮少年》中的剧情铺垫，《雄狮少年2》的故事场景从广州移到了上海，曾经的舞狮少年，也化身格斗赛场的不屈勇者，再次上演惊天逆袭的励志之战，看得人热血沸腾、热泪盈眶。

作为《雄狮少年2》在男装行业的独家合作伙伴，劲霸男装联动TVC里的精彩打戏，植入到了电影高潮——阿娟最终一场格斗的场景。异业品牌将故事和场景巧妙融入，不仅不突兀，还为这部写实国产动画增添了许多贴近现实生活的元素。

在《雄狮少年2》首映礼现场，劲霸男装的联名同款卫衣亮相。“心有雄狮”时尚连帽卫衣，手臂洒脱的“野火春风”字样，帽中威武的舞狮印花图腾，彰显不认命、不服输的雄狮精神；“心有雄狮”中式交叠领卫衣，前胸雄狮字样叠加金色舞狮图案，在一招一式、一针一线之间，书写非遗精华，诗意展现东方英姿。

劲霸男装方面表示，劲霸男装如电影中阿娟2009年离开家乡到上海打拼，今年恰是劲霸男装迈向广阔天地旅程的第15周年。而电影中，主人公生于野草活成雄狮的经历，与劲霸男装一直以来传递的品牌价值十分契合。疾风知劲草，烈火炼真金。希望更多人如野草般向上生长，在人生擂台，带劲上场，鏖战到底。



晋江市青年摄影协会换届赖进财连任会长

本报讯（记者 曾小凤）日前，晋江市青年摄影协会第九次会员代表大会举行。当天，选举产生晋江市青年摄影协会新一届理事会、监事会和领导班子，赖进财连任会长、庄敬聪任秘书长、王景祥任监事长。

晋江市青年摄影协会成立于1987年，近年来，晋江市青年摄影协会紧紧围绕市委、市政府的中心工作，认真履行协会职责，坚持精益求精、定格瞬间，连续举办六届“我的最美青春”摄影比赛，用镜头讲述晋江故事，传播晋江声音。同时在繁荣摄影事业、摄影志愿服务方面也做了大量工作，特别是在CBA联赛、内外贸大会等大型赛事、会议活动上充分展现了晋江青年摄影工作者的风采，充分发挥青年摄影协会在促进晋江摄影事业发展中的重要作用。

晋江团市委书记陈孟哲表示，希望广大摄影工作者勇担使命，做聚焦时代、弘扬主流的引领者；以民为本，做深耕生活、扎根人民的实践者；坚守自信，做中华文化、晋江故事的传播者。

柒牌中专实习生结业仪式举行

本报讯（记者 施珊妹）近日，柒牌中专实习生结业仪式举行。

柒牌供应链人力行政中心总监陈是权表示，每个同学都获得了显著的成长，由最初的生疏变得熟练。希望同学们借这次宝贵的实习机会，将所学内容化为前进的动力，继续在学习和生活中绽放光彩。

在颁奖环节，优秀实习生和优秀团队获得了荣誉证书和奖金。这是对他们努力付出的最好肯定，也是对他们未来道路的鼓励与祝福。同时，柒牌也为在实习过程中默默耕耘、无私奉献、始终站在实习生身后给予悉心指导与有力支持的“幕后”英雄们，颁发了“好师傅”荣誉称号。

实习生代表刘秋园上台分享了自己的实习心得与感悟，表达了对未来的美好憧憬。“结业仪式既是一个终点，更是一个新的起点，我将带着在柒牌的收获，勇敢地迈向新的征程。”

卡宾×FengChenWang发布2025春夏联名系列

本报讯（记者 施珊妹）近日，卡宾×FengChenWang发布2025春夏联名系列。

据悉，该系列产品以卡宾品牌主理人和设计师王逢陈共同的家乡福建为创作灵感，以乡情创作作为出发点，融合设计师个人标志性结构层叠设计，表达其追根溯源、心系故乡之情。福建文化有着多元融合、历史悠久的海洋文化，以独特的闽南文化、客家文化和闽都文化为代表，开放包容和敢拼会赢的精神交融万象。

这是双方继2020年后的第三次合作。2025春夏联名系列中，一体多穿的休闲夹克、工装阔版夹克、工艺牛仔套装、搭载时尚、出行、多元文化的新生户外方式，融合独特的解构拼接设计，以及卡宾特色洗水工艺，尽显家乡制造的浓厚底蕴。

2024中国童装品牌企业家沙龙在泉州举办

本报讯（记者 施珊妹）近日，2024中国童装品牌企业家沙龙在泉州举办。沙龙以“合力童行、共赴未来”为主题，旨在汇聚国内童装品牌力量，共同聚焦新质生产力，激发企业创新活力，推动童装行业持续健康发展。

中国服装协会副会长焦培表示，在全新的发展时期，童装企业需要紧跟时代步伐，加强产品设计、文化创意、以高质量、高价值、高审美的产品，为童装产业的高质量发展注入活力，不断提升中国童装品牌的影响力。此外，随着童装行业的不断发展和变革，沙龙活动也将继续发挥其独特的作用和优势，为童装行业的成长与发展搭建更加广阔的平台，通过中国童装品牌企业家沙龙这个平台，让中国童装企业家能形成合力和凝聚力。

中国服装协会秘书长屈飞代表中国服装协会童装专业委员会分享了《2024中国童装行业运行分析》。他从中国服装行业前三季度的运行情况、中国童装行业发展现状及行业发展的展望等方面进行了详细解读，分析了人口规模、家庭结构、人均可支配收入、消费者构成等对童装品牌未来发展的影响。

屈飞指出，童装作为纺织服装行业的重要细分品类，在全球范围内展现出了强劲的增长势头和广阔的发展前景。随着中国经济的快速发展和人民生活水平的不断提高、消费者对产品的日益多样化、家庭对子女养育投入的增加及科技的快速发展，童装行业正经历着一系列变革。

小红书童装童鞋行业负责人令君在沙龙中为与会嘉宾作“小红书种草，助力儿童服饰品牌生意更进一步”主题分享。他表示，从“种草”到转化，在用户和行业都在创新前行的今天，小红书不仅是全网种草优选平台，也将成为品牌的中心化内容资产平台，更是品牌创新前行的最强后盾，是品牌进行产品推广和品牌建设的重要阵地。

嗨玩购集团董事长谢永昌表示，在新的发展模式不断变革的背景下，品牌和企业对于产品及渠道的管理需要不断调整，以适应消费模式的改变。当前，无论是线上还是线下，商业形态更加丰富多彩，这对企业和品牌的精细化管理提出了更高的要求，此外，企业还需要在数字化方面开展更多尝试，以强化企业对外产品及市场的掌控能力，做到既能外拓市场，又能向内挖潜。

与会嘉宾表示，对于服装企业而言，产品是根本。以往，消费者看中的是产品的“性价比”，如今的消费者更强调产品的“质价比”，以合适的价格为消费者提供高品质产品，才能让企业和品牌实现良性循环。此外，随着市场模式的变革，电商已经成为重要的品牌发展渠道，不需要像以前一样建渠道、开门店、找代理。在童装品牌的市场拓展方面，企业需要顺应新的市场发展模式，适应消费者的消费习惯，找准产品的市场定位，利用好

互联网平台和电商平台，打造自己的数字化渠道。

与会嘉宾还认为，作为童装产品，需要重视产品的创新开发设计。当前，消费者的生活习性不断变化，也推动了童装及儿童用品的市场越来越细分，并由此衍生出很多细分品类。在校园、户外、运动、演出等不同的生活场景，孩子们需要有不同的服饰产品，这为童装企业和儿童用品企业带来了新的市场和发展机遇。

对于当前企业发展面临的瓶颈，与会嘉宾表示，信心比黄金更重要。市场发展变化的同时，企业也需要练好内功向上突破。尤其是近年来国潮消费方兴未艾，一些之前市场占有率很高的国外童装品牌市场开始萎缩，适合孩子且具有传统文化元素特点服饰越来越受到消费市场的欢迎。

今年以来，羽绒原料价格整体平均较去年同期上涨30%~40%，部分商家出现以次充好、掺假售假等情况，尤其是“7万余件儿童羽绒服里竟然没有真羽绒”的新闻引发了社会特别是消费者的广泛关注，严重扰乱了市场秩序。

为此，在本次沙龙期间，中国服装协会童装专业委员会面向各童装企业及相关单位发出倡议，倡议广大会员和服装企业不断强化质量意识，切实承担质量责任，并呼吁有关部门进一步加强市场监管，严厉打击不良商家不法行为，为消费者和行业发展营造良好的市场环境，共同努力更好地满足人民对美好生活的消费需要。

屈飞表示，童装企业需要深入挖掘品牌文化、核心价值观及独特的品牌定位，关注当代生活方式，研究细分市场，开发多样化、个性化、时尚化的童装产品，加强品牌培育，提升文化创意能力。此外，还要运用数字化手段对渠道进行精细化运营和制定针对性的营销策略，助力童装行业高质量发展。