



J I N J I A N G E C O N O M Y N E W S

晋江经济报

印尼版
第19期

http://www.jjjb.com.cn

E-mail:jjb419@yahoo.cn

林聪颖：登陆巴黎对话年轻消费者

本报记者 施珊妹

站在办公室落地窗前,望着不远处的潮涨潮落,九牧王股份有限公司董事长林聪颖雄心依旧。

这不是一个关于等待的故事,也不是一个品牌突然闯入时尚中心的故事。这是在辽阔的世界里,创始人坚持梦想,就再也不曾放手的故事。

做一条裤子,很简单;做好一条裤子,很难。“我要的是把一口井挖十米宽、一百米深,而不是挖一百米的宽,然后只有三米的深。专注本行,不要太贪心。”林聪颖说。

今年,“男裤专家”九牧王迎来了品牌发展的第36个年头。令人惊喜的是,在严峻的市场环境下,九牧王并未显露疲态,反而展现出了顽强的生命力和持续的竞争力。



一把大火 铸就品质基石

走进九牧王总部,“男裤长城”映入眼帘,一条条板型不同、面料各异的裤子错落有致地蜿蜒排列,让人恍若时空倒流。

销售额超过1亿元(人民币,下同)的重磅麻纱王系列西裤、全中国畅销超100万条的小黑裤、极具特色的双包芯“高弹牛仔褲”、颇受欢迎的商务户外一号裤……这座3米长的“男裤长城”里,集中了数百件特色男裤。一条条男裤,呈现着九牧王孜孜不倦追求产品工艺与设计的匠心,承载着九牧王业精于勤积累1200万人体数据的诚意,见证着九牧王36年心无旁骛做好每一条裤子的坚守。

这份决心,从针脚落下的那一刻便开始了。

创业之初,九牧王就确立了企业的基调,对残次品“零容忍”。

1999年4月的一天,林聪颖像往常一样到车间检查,新一批成品裤即将被运往市场销售。林聪颖随手拿起一条检查,结果发现裤子臀部位存在针脚长短偏差,影响美观。他立即对该批次的所有产品进行检查,结果发现100多条裤子都存在类似问题,当即决定将这些次品裤子当众焚毁。

“我一直跟林董说,只差了0.1厘米,不影响穿着,但他坚持让我们把它们丢到火堆里。看着几万元的产品在火光中付之一炬,真的很心痛。那时普通人的工资一个月只有几百元,几万元是很多

人好几年的工资。”时隔22年,再回忆起“火烧次品裤”,九牧王生产部经理陈秀选仍旧十分感慨。

大火烧掉了产生次品的不良作风,让九牧王的品质骄阳冉冉升起。此后,九牧王每位员工都成了质检员,全员品质管理的观念自此确立,精工之路就此奠定。

参与制定30多项 中国行业标准

一件合格的九牧王男裤必须经过23000针缝制、30位次熨烫、108道缝制工序……一串串数据近乎苛刻。

为什么要做到如此严苛?林聪颖解释,为了让生产出来的每一个产品都符合标准,并保证它拥有较高的尺寸精准度。比如采用“30位次熨烫”的目的,是要让一条裤子不易变形,“23000针缝制”是保证产品质量的操作。

从“产品领先”到“技术领先”,技术创新意识强烈的九牧王,积极投入新产品、新技术、新工艺的研究。近年来,九牧王参与了《西裤》《水洗整理服装》《牛仔服装》《服装理化性能的技术要求》等30多项中国行业标准的制定。

通过多年的研究和迭代,九牧王建立了比较完善的板型库,并每年、每季地迭代升级。同时,针对不同区域消费者的体型特点,以及不同场合的穿着需求,九牧王通过立体剪裁和人体工程学的应用,结合不同面料开发最适合的板型。

从消费者中来,到消费者中去。站在消费者的角度感受,九

牧王裤子的腰围尺寸以半码为单位,并推出舒适版、修身版、窄脚版等六大板型,满足不同消费者的需求。

抓住年轻人的心 提高品牌亲和力

如今,男装市场的消费主体正在向年轻一代转移,他们对品牌的时尚态度与个性表达有着更高的期待,更愿意选择能与其生活方式、价值观产生共鸣的品牌。因此,品牌要想抓住年轻消费者的心,必须不断焕新产品,九牧王深刻洞察到了这一点。

2024年4月,九牧王一举推出五位品牌代言人与“品质五裤”两大王牌矩阵,从品牌、产品、渠道三大维度,与年轻消费群体展开了对话;同年6月,九牧王登陆巴黎时装周,以“鲲鹏击浪”为主题,塑造优雅随性、逍遥无拘的东方男装美学;同年秋季,九牧王以一系列城市巡回活动展开男裤专家“当打之年”的时尚叙事……

除在多个城市举办时尚大秀外,2024年9月起,九牧王还开展明星“一日CEO”“一日店长”等活动,加强与主流消费者的互动,提升品牌影响力和亲和力,为线下新店开业造势。这一系列活动不仅在线下引发广泛关注,也在线上社交媒体掀起了关于九牧王新品、新店活动的大量讨论。“品质先生有九牧王”“品质先生有五条裤子”的理念逐渐为主流年轻消费群体所接纳,九牧王在新生代消费群体中的时尚形象与市场地位也得到了显著提升。

扭亏为盈 亚玛芬体育 去年营收达51.83亿美元

本报讯(记者 柯国笠)日前,安踏集团旗下全球知名体育用品集团亚玛芬体育(Amer Sports)发布2024年全年及第四季度财务报告,多项核心指标创历史新高。

财报显示,该公司2024年全年营收达51.83亿美元(约合363.7亿元人民币),同比增长18%;营业利润激增56%至4.71亿美元,调整后营业利润增长33%至5.77亿美元,净利润同比大幅攀升135%至7300万美元,在被安踏集团“纳入麾下”后,首次在全年营收上实现全面扭亏为盈。

“和敏健康”援助项目 援助善款破千万元

本报讯(记者 柯国笠)近日,记者从安踏集团和敏基金会了解到,截至2025年2月,“和敏健康”援助项目已累计帮扶超1000人次,援助善款突破1000万元(人民币,下同)。同时,安踏集团“和敏爱心基金”员工大病医疗援助金额也突破了1000万元。

据悉,“和敏健康”援助项目由和敏基金会与晋江市卫健局联合发起。该项目首创“事前+事后”双轨援助模式,与政府救助有效衔接、优势互补。

泉州—克拉克 国际货运航线开通



本报讯(记者 吴晓艳 陈巧玲)日前,一架满载“泉州制造”“晋江优品”的全货机从泉州晋江国际机场起航,飞往菲律宾克拉克国际机场。这条新开通的泉州—克拉克国际货运航线,成功将两地货运时效压缩至2.5小时,为“晋品出海,货通全球”注入强劲动能。

据介绍,该航班由中国邮政航空执飞,每周运营4班(周二、三、四、五),主要承运出口跨境电商货物和一般贸易货物,预计全年将运输超4000吨货物,带动进出口贸易额超8.7亿元人民币。

记者了解到,近年来,泉州不断加快发展国际航空货运业务。2024年,泉州海关共监管泉州晋江国际机场进出口货物2981.5吨、货值8959.1万美元,同比分别增长2.48倍、2.28倍。其中,七成以上为跨境电商出口货物。

“接下来,机场将加强与各航空公司的合作,完善货运航线网络及航空货运的配套设施和服务功能,打造更加完善、高效的航空物流枢纽,促进共建‘一带一路’国家产业升级和贸易结构优化。”泉州晋江国际机场副总经理郑文灿说,目前,机场正在加快建设集快件监管、冷链仓储、保税物流等功能于一体的现代化航空物流园区,促进形成“买全球、卖全球”的商贸闭环。