

# 柒牌 AI 夹克获 2025 年法国 FDA 设计奖金奖 中国智造闪耀国际舞台

本报讯(记者 施珊妹)近日,“柒牌 AI 夹克”凭借其颠覆性的创新设计理念与卓越的 AI 科技应用,在众多国内外品牌中脱颖而出,荣膺 2025 年法国 FDA 设计奖金奖。这一殊荣不仅是对柒牌 AI 夹克的肯定,更是对中国智造、中国设计走向世界的有力证明。

据悉,法国 FDA 设计奖是全球设计领域极具影响力的奖项之一,长期以来,以其严苛的评选标准和前瞻性的眼光著称。柒牌方面表示,此次,柒牌 AI 夹克能够获此殊荣,离不开柒牌对未来时尚的深刻洞察与科技创新的不断追求。

在全球科技浪潮汹涌澎湃的当下,人工智能(AI)正在以前所未有的速度和力量改变世界。中国柒牌在这股浪潮中探索前行,既是见证者,也是参与者。

“柒牌 AI 夹克”的核心——“柒牌 AI”智能体,是一个独立运行的智能系统。它既可以与夹克完美贴合,为消费者提供全方位智能服务,也可以独立作为配饰使用,成为随身智能助手。

其具有多项优点。如,与夹克完美贴合,柒牌 AI 智能体与夹克无缝连接,实现智能温控、健康监测、智能交互等功能,让消费者体验科技带来的便捷与舒适;独立作为配饰使用,柒牌 AI 智能体可拆卸作为智能配件、智能项链等配饰使用,随时随地获取柒牌企业简介、生活工作、旅游攻略、运动健康、教育学习、情感交流、全球资讯、世界文化在内的 8 大场景讯息。

早在今年 1 月的“柒牌 AI 生活好帮手”全球发布会上,“柒牌 AI”进行了它的首秀。只有耳机盒大小的“柒牌 AI”,却蕴含着巨大的能量。它借助先进的人工智能算法,深入分析用户特征、风格偏好及不同场景的工作生活需求,消费者不仅可以和“柒牌 AI”聊管理、品生活、话生态,还是一个融合科技与人文的综合性平台,为用户提供全方位的智慧生活解决方案。实现让科技赋能生活,让每一件柒牌服装都成为彰显个性、提升生活品质的智能伴侣。

除了强大的科技内核,柒牌 AI 夹克的外观设计也同样令人惊艳。其独特的

剪裁线条与科技感面料相结合,打造出极具未来感的视觉效果。

同时,柒牌 AI 夹克还兼顾户外活动的功能性需求,创新研发鲨鱼腮式排湿呼吸系统。用户在行走或运动时,外部冷空气不断与鲨鱼腮式通道中的湿气进行交换,加速吸湿排汗。内里采用国标 90% 白鸭绒结合石墨烯拼接里布,在更轻充绒重量下保持优异的保暖效果,让用户出行更轻松。此外,其采用无缝压胶工艺,使面料拼接处平整光滑,无针脚痕迹,提升整体质感,并增强了防风、防水性能。

柒牌方面表示,“柒牌 AI 夹克”荣获 2025 年法国 FDA 设计奖金奖,是中国智造走向世界的一个缩影。它向世界展示了中国品牌的创新实力与设计水平,也标志着中国时尚产业正以更加自信的姿态登上国际舞台。

未来,柒牌将继续坚持科技创新,以更加优质的产品和服务,为用户带来更加智能、便捷、舒适的穿着体验,让世界见证中国智造的力量。



## 能耗降低 15% 品质达成率创新高 蜡笔小新集团 6 号智能化车间投产

本报讯(记者 蔡明宣)近日,蜡笔小新集团在四川基地举行 6 号智能化车间(以下简称“6 号车间”)投产仪式。此举标志着蜡笔小新通过数智化手段,在生产技术、产品品质、品牌建设等方面迈上新台阶。

6 号车间作为蜡笔小新集团技术革新的前沿阵地,引入了全自动果冻、布丁生产线,并搭载智能化管理系统,将生产流程的自动化与信息化深度融合。蜡笔小新食品相关负责人介绍,此举不仅使生产效率实现飞跃,产品品质也得到显著提升。车间投产后,集团年产能预计攀升 10%,四川基地综合能耗将降低 15%,品质达成率更是突破以往纪录,创造历史新高。

当下,蜡笔小新集团的供应链升级步伐不止于四川基地。福建基地、安徽基地的十万级净化车间正在紧锣密鼓地建设之中,总投资预计超 6000 万元。

“全方位的供应链体系优化将进一步强化产品竞争力,严守产品安全底线,确保品质稳定。”蜡笔小新食品相关负责人表示。

据了解,作为国内果冻、布丁生产领域的龙头企业之一,蜡笔小新集团敏锐捕捉到行业发展风向,将往健康产品方向转型与产品创新作为前行的核心动力。凭借“全国健康创新食品研究院”及自身技术研发中心的专业力量,蜡笔小新聚焦食品卫生、安全、营养健康,以及节能减排、低碳环保等长远发展课题,全力构建科技研发创新体系。通过锻造数智化供应链,蜡笔小新产业结构得以持续优化,规模化经营能力稳步增强。

谈及下一步,蜡笔小新食品相关负责人表示,蜡笔小新集团紧扣产品创新与健康化战略,深度洞察并精准对接消费者需求,为市场呈上更安全、优质、美味的休闲食品。

## 七匹狼 调整回购股份价格上限至 6.50 元

本报讯(记者 施珊妹)近日,福建七匹狼实业股份有限公司发布七匹狼关于调整回购价格上限的公告。

七匹狼于第八届董事会第十五次会议和第八届监事会第十三次会议审议通过了《关于调整回购股份价格上限的议案》。回购股份价格上限由 5.50 元/股调整为 6.50 元/股,其余回购方案内容不变。

据悉,七匹狼于 2024 年 7 月 12 日审议通过《关于回购股份方案的议案》,拟

使用自有资金以集中竞价交易方式回购公司 A 股,用于股权激励或员工持股计划。回购资金总额不低于 1.5 亿元且不超过 3 亿元,回购价格不超过 5.50 元/股,回购股份数量为 2727 万股至 5455 万股,占公司总股本比例为 3.87% 至 7.74%。回购期限为 12 个月。截至本公告披露日,公司已累计回购股份 1604 万股,占总股本的 2.28%,最高成交价为 5.50 元/股,最低成交价为 4.74 元/股,交易金额为 7976.5 万元。

七匹狼方面表示,本次调整回购股份价格上限是基于七匹狼公司股票价格持续超出原定回购价格上限,旨在保障回购方案顺利实施。调整符合相关法律法规及《公司章程》规定,不会对公司经营、财务、研发和未来发展产生重大不利影响,亦不会损害七匹狼公司及中小股东利益,不会改变公司上市地位。本次调整无需提交股东大会审议。七匹狼公司将根据市场情况择机做出回购决策并履行信息披露义务。

## 卡宾 2024 年净利润增长 5.4%

本报讯(记者 施珊妹)近日,卡宾服饰有限公司发布 2024 年度业绩公告,卡宾 2024 年综合收益达 10.35 亿元,同比增长 12.9%;毛利为 4.62 亿元,同比减少 9.6%。尽管收益和毛利下滑,净利润仍增长至 2889 万元,同比增长 5.4%。

这一增长主要得益于销售及分销开支,以及行政运营成本的降低,分别下降 19.4% 和 2.2%。其中,销售及分销开支主要包括电商销售渠道的经营成本、广告及推广开支和付运及物流费用;而行政及其他营运开支主要包括员工成本、研发开支、存货及呆账拨备、折旧和摊销费用及其他开支。

卡宾方面表示,受市场预期偏弱、消费内生动力不足及服装品牌竞争激烈等因素影响,2024 年中国服装

市场增速放缓,行业面临较大压力。零售渠道方面,公司整体零售收入同比减少 13.9%,其中实体店销售收入下降 11.0%,线上销售下降 19.7%。

从卡宾集团各品牌的零售店铺来看,卡宾占比 73.7%、卡宾都市占比 2.6%、凌晨两点占比 3.4%、多品牌集合店及其他占比 20.3%。其中,卡宾和凌晨两点的占比较去年有所上升,对销售的贡献分别占比 59.9%、3.9%,达 6.19 亿元、4030 万元;从渠道划分来看,卡宾店铺在商场的占比较去年皆有所上升,为 58.5%,百货公司和街铺比例有所下降;从城市级别划分来看,卡宾店铺在二、三线城市的店铺占比有所上升,分别占比 30.5%、48.6%。

卡宾方面透露,未来将继续扩

展实体零售店网络,开店策略将会聚焦于三、四线城市及卡宾集团有销售优势的省份市场,以增加品牌在国内的市场份额。另外,卡宾集团亦将持续优化其营销策略、服务质量、客户体验及提升实体店形象,为消费者提供良好的购物体验,提升客户对品牌的黏性及品牌形象。

与此同时,卡宾方面表示,卡宾集团亦会深化在线销售平台业务发展,根据市场情况调整其销售及定价策略,引入行业优秀的在线运营商,加强线上、线下协同融合,全渠道流通经营,以满足消费者多触点的消费需求。

面对市场挑战,卡宾将继续关注消费趋势变化,优化产品质量和工艺,以提升品牌竞争力。



## 晋江设计企业组团 参观华南包装展

本报讯(记者 柯国笠)日前,包装行业开春首场全产业链盛会——第 31 届 Sino-Pack 中国国际包装展(PACKINNO 包装制品与材料展(简称“华南包装展”)),于广州广交会展馆举行。今年,晋江工业设计界组团,到场参观学习、对接洽谈,重点考察包装工业及 AI 包装设计与创新解决方案,探寻产品包装升级新路径。

据悉,本次展会以“包装制品、包装工业、印刷、标签”四展联动形式亮相,15 个展馆集中呈现包装全产业链的新技术、设备与材料。本届展览规模盛大,展览面积达 15 万平方米,吸引了超 2100 家参展商,全面展示包装、制品、印刷、标签及前沿解决方案,吸引了众多专业观众踊跃参与,现场气氛热烈。

展会期间,该协会代表团一行深入对接 AI 包装解决方案供应商,探讨将智能标签、溯源系统等与晋江各行业包装产业融合的可行性,以期通过包装革新增强产品附加值与市场竞争力。

不少晋江企业在交流中表示,企业亦需借力 AI 技术突破同质化竞争困局,AI 不仅能提升设计效率,还能通过数据分析精准捕捉消费趋势,为品牌注入年轻化、高端化基因。

晋江市工业设计界相关负责人表示,随着“包装+AI”应用场景的深化,技术与文化的结合或将成为企业破局消费市场、实现品牌跃升的关键动能。此次展会为各行业与包装产业搭建了跨界协作的桥梁,希望通过帮助晋江企业对前沿包装设计,帮助更多企业提升竞争力,推动“晋江创造”更好地出海。

## 力诚食品 组织企业内训课

本报讯(记者 刘宁)近日,力诚食品组织开展企业内训课,聚焦 2025 年休闲食品行业渠道变化与机会,由力诚食品 GTM 中心总监曾进城做相关内容分享。

课上,曾进城围绕实际案例进行分析。他提出,放眼当前,行业波谲云诡,内卷是必然结果。而内卷的背后,大量的机会如同暗流涌动,市场潜力仍然很大。在大势所趋之下,企业更应该顺势而为,主动储备知识与技能,洞察渠道发展趋势,为同心协力跨越新征程做好准备。

此外,他认为,行业动态的变化不仅直接影响企业战略,更与每一个人的职业发展息息相关。因此,企业员工在勤勉工作的同时,也应该学习新技能与新知识,以应对机遇和挑战的来临。

力诚食品方面表示,如今,各行各业都面临着动荡与变革,挑战和机遇成为不少企业的发展关键词。本次内训课意在助力企业员工了解市场格局,洞悉发展方向,以从容应对瞬息万变的行业变革与渠道崛起。

## 361° 发起“韧个新朋友”三八线下活动



本报讯(记者 柯雅雅)近日,361°发起“韧个新朋友”三八线下活动。361°品牌代言人、艺术体操亚洲冠军张豆豆作为瑜伽导师,带领女孩们体验瑜伽运动,以瑜伽会友开启女性运动社交新模式。

据悉,该活动为 361°自有 IP 活动“女子健身局”的系列活动之一。“女子健身局”旨在为女性建立运动专属社群,链接更多热爱运动的女性,已累计举办超 100 场

主题活动,触达超 10 万核心用户。借此 IP 活动,361°持续以科技创新赋能女子产品研发,打造适应不同运动场景及不同运动强度的运动装备。如新研系列瑜伽服采用深层加柔工艺生产,提升舒适感,满足中低强度运动需求;新动系列训练装备为中高强度训练的女性提供一。

“女子健身局”旨在为女性建立运动专属社群,链接更多热爱运动的女性,已累计举办超 100 场主题活动,触达超 10 万核心用户。借此 IP 活动,361°持续以科技创新赋能女子产品研发,打造适应不同运动场景及不同运动强度的运动装备。如新研系列瑜伽服采用深层加柔工艺生产,提升舒适感,满足中低强度运动需求;新动系列训练装备为中高强度训练的女性提供一。

通过深入洞察女子运动市场,不断丰富女子运动专业产品,满足各类运动女性的专业产品需求。

361°方面表示,未来,361°将持续深入洞察消费者运动需求,精准研发符合东方女性体态的训练品类产品。结合超 20 座城市的地标建筑,打造运动社群,构建绽放女性自信的能量场域,持续展现女子健身的“韧性”态度,挖掘女性运动市场的无限可能。

## 柒牌供应链以惊喜致敬“她”

本报讯(记者 施珊妹)近日,为表达对全体女职工辛勤付出的诚挚感谢,柒牌供应链特为每一位女职工准备了 50 元过节费。

与此同时,柒牌供应链响应晋江市总工会倡导,开展了女职工素质提升活动,特邀蓝天瑞格心理知名讲师分享“遇见更美好的自己”,鼓励女职工从职场到生活,从外在到内在,一起探索女性成长的无限可能,绽放自信光芒。

活动现场气氛热烈,讲师通过生动案例和互动游戏,带领大家探索内心世界,学会与情绪对话。活动特别设置了“情绪卡片”环节,每位女职工写下自己的情绪关键词,分享当下的感受与期待。一张张卡片承载着大家的喜怒哀乐,也让大家更加懂得如何关爱自己、理解他人。

此外,柒牌供应链工会特别为女职工及职工女性家属送上了一份贴心的健康礼物——免费“两癌”筛查。乳腺癌和宫颈癌是女性健康的两大“隐形威胁”,早发现,早预防是关键。此次活动提供了专业的乳腺和宫颈检查,帮助女职工更好地关注自身健康,防患于未然。

## 爱乡亲食品 为女职工定制节日礼

本报讯(记者 刘宁)近日,爱乡亲食品党支部和工会以“健康好用心,美味爱乡亲”的企业文化为主题,为全体女职工定制专属节日礼。

在妇女节当天,每一位女性员工均可领取一份节日礼包,内含马克杯保温杯、小风扇。爱乡亲食品相关负责人表示,这份小礼物没有浮华的装饰,却充满人文关怀,将爱乡亲“用心关怀,共同成长”的企业宗旨融入其中。同期,企业还特别安排了插花活动,让大家在繁忙的工作之余,愉悦身心,释放压力,增进交流,也在感受美、欣赏美、创造美的过程中,度过一个温馨而有意义的节日。

此外,为庆祝妇女节,爱乡亲食品还安排了两份“健康好礼”,包括邀请专业讲师举办一场健康养生讲座,并为女职工提供定向免费体检的机会。上述负责人介绍,此举意在关爱女职工身心健康,增强女职工自我保健意识。

爱乡亲食品方面相信,女性的每一次成长都是企业向上的力量,员工的健康是品牌长红的基石。这个妇女节,企业希望以健康为礼,以匠心为伴,与职工共同书写属于“她时代”的精彩篇章。