



AI碰撞IP 撬动时尚产业新可能

本报记者 施珊妹 丘天 张汉阳

当AI的浪潮撞上IP的巨轮时,一场产业革命正悄然开启。

迪士尼乐园里,民众大排长龙只为与AI驱动的格鲁特对上一句话;能感知孩子情绪并通过灯光变化给予回应的疗愈爱梦熊、能进行百科问答与故事陪伴的海底小纵队成员、随时随地语音交互的便携AI精灵……各种情绪价值拉满的AI宠物娃娃被妈妈们买成全网爆款。这些被AI施了魔法的IP,正在成为年轻人追逐的新消费热点。

AI与IP的深度融合,既是当前的产业风口,也是不可逆转的行业未来。它代表了科技与人文的一次深度握手。在这个过程中, AI不是要替代创意,而是为创意赋能;不是削弱IP价值,而是拓展IP边界。

洞悉行业趋势,中国柒牌联合同济大学上海国际设计创新研究院面向全球举办了一场“AI+IP全球大学生创意大赛”。来自17个国家129所院校的青年才俊踊跃参与,以AI为笔,以IP为墨,尽情挥洒创意。

这一行业首创的全球性AI与IP深度融合创意赛事,勾勒出一个清晰的趋势:AI+IP正从概念走向产业化。当“AI生成”不再是噱头,“IP衍生”承载情感共鸣时,时尚行业正在完成一次价值重估。



技术破圈下的价值重构

在这场AI与创意碰撞的浪潮里,全球学子化身“破壁人”,用硬核技术+艺术脑洞,把AIGC赛场变成“神仙打架”现场。

497件作品精彩纷呈。作品中,不乏中国传统文化元素与AI技术、国际审美之间的有趣融合,这些充满活力的对话,产生全新的化学反应。例如,有作品将“敦煌飞天”的飘逸感,通过AI动态模拟和参数化设计,转化为现代服装的立体结构和流动光影;还有的将“山水画”的意境,通过算法生成抽象而具有国际感的印花。跳开简单的符号粘贴,参赛选手以数字时代的语法对文化基因进行深度转译和再创造,让东方美学摆脱了静态的历史框架,获得了动态、交互、可个性化的全新表达界面。

“这背后透露出一种非常可贵的、属于数字时代的文化自信:创作者们不再只是向世界‘展示’优秀传统文化,而是自信地用它作为源点,参与到全球性的未来创意对话之中。它们既保护了文化根脉,又创造了全新IP价值。”担任本次大赛评委之一的同济大学外籍教授Jarmo Suominen对这一创新形式赞不绝口。他表示,将AI与IP结合的理念在海外鲜少见到,依托人工智能技术,兼顾文化内涵与叙事表达,实现历史、文化、传统与未来的有机融合,正是极具中国特色的创新之举。

“整体而言,本次大赛作品的水准令我印象深刻。参赛者们展现出了极高的专业完整度与叙事深度,许多作品不仅是技术的展示,更有完整的情感与文化的呈现。参赛作品所讲述的故事精彩纷呈,其价值早已超越了品牌塑造与市场营销的范畴。”Jarmo Suominen认为,大赛提供了一个极具参考价值的“三角协作”模型,对全球范围内的跨界合作具有重要启发。它清晰地展示了如何将产业的需求与资源、高校的智慧与人才、科技的潜力与工具三者有机整合,围绕明确议题创造爆炸性的创新能量。

“在整个过程中,我们突破了自己想象力的边界,跳出惯性思维,大胆采用较少被其他选手采用的形式和元素,因此在大赛里脱颖而出。”大赛金奖获得者、北京电影学院学生代表黄启宇表示,这是一次非常宝贵的经历,给自己和团队都带来了很大的启发。

IP价值变现的黄金时代

事实上, AI+IP的融合,在其他领域亦正被广泛应用。

近期,阅文集团的“AI漫剧”计划引发行业广泛关注。该技术能够将小说内容自动转换为漫画和视频脚本,大幅缩短IP可视化周期。阅文集团首席执行官侯晓楠透露,通过AI技术,IP开发效率有望提升3-5倍。

在影视领域,阿里影业在制作《流浪地球2》时,就曾利用AI生成部分特效场景,节省了近20%的制作成本。

成立仅4年多的创业公司跃然创新不久前完成一轮2亿元的融资,刷新了大众对AI玩具前景的认知。该公司的打法是,将知名IP与AI玩具深度绑定,如今他们已经握手奥特曼、小猪佩奇、奶龙等IP的授权。

海螺AI直接把蜜雪冰城的“雪王”变成了“开放素材库”:不用专业技能,借助预设模板,输入简单指令就能让“雪王”穿越名画、节日变装、全球旅行,各种脑洞都能快速落地。这种AI赋能的共创,不再是少数人的“技术活”,而是全民都能参与的“创意游戏”。既延续了“雪王”IP的国民号召力,又靠AI解锁了无限内容可能,让IP的传播力和情感连接力都实现了升级。用户收获了真正参与进来的情绪价值,他们不再只是花钱买奶茶的消费者,而成了“雪王”IP的精神股东”。

巨头的动向无不印证:AI把成本打下来,IP把情绪拉上去。IP承载情感共鸣, AI实现精准匹配与创意落地,二者合力让IP传播与用户价值最大化。

对于柒牌董事长洪肇设而言, AI+IP的融合,将给整个服装行业带来机遇。“产业边界被打破,创新效率大幅提升,文化与科技的融合能催生出具有全球竞争力的民族品牌。”洪肇设认为, AI将从根本上重塑时尚产业的核心逻辑。设计端,从“个体灵感驱动”转向“数据洞察+人机协同”,让创意更精准贴合市场;生产端,从“批量制造”升级为“柔性智造”,实现个性化定制与效率提升的统一;消费端,从“被动选择”变为“主动适配”,通过场景化服务升级体验。



用智能产品洞悉用户需求

在情绪经济与体验消费崛起的当下,传统产品已难以满足市场期待。今天的消费者,无论是为孩子寻找成长伙伴的家长,还是追求个性表达的年轻人,都渴望产品能提供更深度的互动和情感连接。这一需求,正驱动着“AI+IP”成为产业升级的核心引擎。

在这一浪潮中,一系列创新产品已率先落地,展现出巨大的市场潜力:将经典动画角色原声复刻,能进行百科问答与故事陪伴的海底小纵队成员;可挂在书包上、随时随地语音交互的便携AI精灵;乃至在大型展会上充当智能顾问,提供7x24小时咨询服务的AI吉祥物……

这些形态各异的产品背后,指向同一个趋势:玩真正从静态的“物品”,进化为能听、能说、能思考的“智能陪伴伙伴”。“柒牌AI生活好帮手”亦是如此。它只有耳机盒大小,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,提供一键问询天气信息、出行地图、时尚资讯、美食推荐等八大应用场景解决方案,堪称个性化生活顾问。这一将时尚与科技完美融合的智能产品,正为消费者带来了全新的体验。

技术的普适性,让“AI+IP”模式能在多元场景中快速复制,为传统行业注入新活力。

洪肇设表示,在当今快节奏的生活中,人们对于服装的需求已经不仅仅局限于款式和质量,他们更希望服装能够与自己的生活方式紧密结合,为他们提供更多的价值。例如,人们希望能够更轻松地搭配出适合不同场合的服装,希望能够得到关于服装保养和搭配的专业建议,还希望能够通过服装来表达自己的个性和品位。“柒牌AI生活好帮手”就是为了满足这些需求而诞生的。

以消费者为主体的消费模式的变化,正在深刻影响着产业发展模式的变革,进而引领着产业发展的迭代和更新。在这全新的发展阶段,深化材料、工艺创新,开发高性价比、多功能、高性能、智能化、绿色化产品,探寻消费市场新的趋势和走向,已然成为服装企业深度转型,实现高质量发展、品牌弯道超车的关键所在。

作为行业首个系统性与AI深度结合的男装企业,柒牌在AI方面的应用从创意源头贯穿消费终端的全链路升级。

洪肇设介绍,除了消费端的“柒牌AI生活好帮手”外,柒牌还在设计研发端引入AI参与趋势分析、创意辅助、图案生成和面料创新,通过数据洞察消费者需求,让设计从单一经验驱动,升级为“数据+创意”协同,让设计师把更多精力放在真正的创意价值上。在制造与运营端,则持续推进5G+AI智慧工厂建设。同时,在组织与长期战略层面,柒牌也持续加大投入,建设复合型团队,加强与高校、科研机构和技术伙伴的合作,为AI的持续应用打牢基础。



| 啊珊和她的朋友圈

洪肇设:不仅是商业探索 更是中国品牌的文化责任

柒牌为什么要举办“AI+IP全球大学生创意大赛”?大赛的效果如何?柒牌是怎么看待AI与企业之间的关系?本报记者独家专访了中国柒牌董事长洪肇设。



搭建“产学研”生态 打造行业创新引擎

晋江经济报:中国柒牌发起这场大赛,最初的战略考量是什么?

洪肇设:我们发起这场大赛,绝非一时之举,而是柒牌立足行业四十六年,面向未来战略布局。

核心考量有三:其一,探索产业新途。AI技术正重塑全球产业格局,服装行业的设计创新、智能生产与用户体验升级已箭在弦上。我们希望以大赛为纽带,汇聚全球青年的奇思妙想,深挖AI与IP融合在时尚领域的应用潜力,为产业转型探索可落地的全新路径。

其二,重塑品牌形象。柒牌深耕男装领域四十六年,始终坚守经典,但渴望突破。柒牌既是传承中华时尚的稳健代表,更是拥抱变革,引领“科技时尚”的先行者,让品牌在时代浪潮中始终保持年轻活力。

其三,储备未来人才。青年是创意的源泉,更是品牌可持续发展的核心动能。此次与同济大学联合举办AI+IP全球大学生创意大赛,是柒牌“守正创新”的生动实践,院企合作既能为大赛提供专业背书与学术支撑,让创意落地更具科学性;也能搭建起品牌与全球青年才俊的深度链接纽带,为柒牌乃至行业挖掘、储备兼具文化底蕴与创新思维的复合型人才,注入源头活水。

晋江经济报:从整体成果来看,您如何评价本届大赛作品?

洪肇设:我觉得本届大赛作品展现出极高的创意水准,远超我们的预期。青年创作者不仅运用AI技术实现设计创新,更在作品中融合了文化、生活、情感等元素,呈现出“科技赋能、文化落地”的完整价值链。

许多作品将东方美学与现代时尚结合,既保留了传统的审美底蕴,又体现了当代年轻人的个性表达。可以说,这些作品充分体现了我们对“科技时尚”的期待,更体现了技术是手段,创意与文化才是核心,而美好生活是最终落点。

晋江经济报:对于本次大赛搭建的“产学研”创新生态,您有什么长远期待?对于那些想投身时尚科技领域的年轻人,您有什么特别的建议?柒牌将如何支持他们?

洪肇设:我们期待未来能够有机会与更多的,包括像同济大学一样的创新机构、科研院所合作,将“产学研”生态平台化、常态化,打造行业创新引擎。真正让高校前沿研究、青年创意与产业需求无缝对接,推动创意从概念走向市场,形成共赢良性循环。

建议年轻人扎根中华优秀传统文化,保持对新技术的好奇心,用科技解决生活中的真实需求,让创意有根、更有温度。

柒牌未来将全力支持深化与同济大学等高校科研院所的深度合作,通过开放实习机会、合作项目、提供产业导师与创新基金等方式,支持大家的奇思妙想转化为改变服装行业的力量。

科技让文化更可感知

晋江经济报:我们一直在谈AI+IP,IP的背后核心其实是文化。在您看来,如何理解“文化”这一内核?当AI与文化相遇时,您认为它能如何为文化带来新的生命力?

洪肇设:当AI与中国深厚的传统文

底蕴相遇时,我认为AI代表着科技的前沿探索与赋能属性,IP则象征着文化的基因传承与价值沉淀,二者的深度融合为时尚产业注入了“科技+文化”的双重动能,能够将深厚的历史积淀,转化为年轻人喜闻乐见的语言。

比如,柒牌通过《柒牌AI音乐会》这样的尝试,就是用AI技术让IP角色“活”起来——他们能说、能唱、能讲故事,比如帝王故事、流行歌曲等,以一种亲切生动的方式传递中国传统文化。我们希望以技术为舟,载着文化穿越时间,助力中国时尚产业注入了“科技+文化”的双重动能,能够将深厚的历史积淀,转化为年轻人喜闻乐见的语言。

晋江经济报:在您看来,AI在企业发展中扮演怎样的角色?

洪肇设:AI与企业的关系,本质上是通过科技让创意和文化更生动、更可感知。对柒牌而言,AI是赋能成长的“加速器”,更是守正创新的“赋能者”。柒牌作为时尚产业企业,核心是把握“技术为用、文化为魂、品牌为纲”的平衡:以AI赋能设计创新、生产提效、体验升级,让技术服务于品牌价值落地;同时坚守文化根脉,让AI成为文化表达的“翻译官”,将中华时尚的内核通过科技手段更好地传递给消费者。唯有让技术扎根文化、服务品牌,方能实现企业长效发展,让民族时尚在时代浪潮中历久弥新。

产业边界被打破 创新效率大幅提升

晋江经济报:作为行业内率先系统性布局人工智能的男装企业,柒牌在AI领域的投入和实践已形成较为完整的体系,能否请您介绍柒牌当前AI布局情况。

洪肇设:柒牌在AI方面的投入,从一开始就不做“单点尝试”,而是把它作为推动企业长期发展的重要基础设施来布局。我们的思路很明确——让AI贯穿从创意源头到消费终端的全链路升级。

在消费端,我们率先推出了“柒牌AI生活好帮手”,把AI从后台技术变成消费者真正用得上的产品。它不只是解决穿什么的问题,而是围绕穿搭、出行、生活节奏等多种场景,探索“服装+AI服务”的新模式,让服装品牌更懂用户的真实生活。

在设计研发端,柒牌引入AI参与趋势分析、创意辅助、图案生成和面料创新,通过数据洞察消费者需求,让设计从单一经验驱动,升级为“数据+创意”协同,让设计师把更多精力放在真正的创意价值上。在制造与运营端,我们将更多精力放在真正的创意价值上。在制造与运营端,我们持续推进5G+AI智慧工厂建设。同时,在组织与长期战略层面,柒牌也持续加大投入,建设复合型团队,加强与高校、科研机构和技术伙伴的合作,为AI的持续应用打牢基础。

晋江经济报:放眼未来,您认为人工智能将如何重塑时尚产业的设计逻辑、生产模式与消费体验?这种变化会为行业带来哪些结构性的机遇与挑战?

洪肇设:我认为AI将从根本上重塑时尚产业的核心逻辑:设计端,从“个体灵感驱动”转向“数据洞察+人机协同”,让创意更精准贴合市场;生产端,从“批量制造”升级为“柔性智造”,实现个性化定制与效率提升的统一;消费端,从“被动选择”变为“主动适配”,通过场景化服务升级体验。

对于整个服装行业机遇我想在于:产业边界被打破,创新效率大幅提升,文化与科技的融合能催生出具有全球竞争力的民族品牌。挑战则是:技术应用的平衡度需精准把握,既要避免过度依赖技术而失却人文温度与文化内核,也要应对行业人才结构优化的迫切需求。

对柒牌而言,唯有坚守“文化为根、科技为翼”的初心,在拥抱技术变革的同时守住品牌本质,方能在这场产业重构中抢占先机,让中华时尚在全球舞台持续绽放光彩。



扫一扫,观看独家专访视频。