

中国柒牌：敢为人先 创领未来



潮起晋江，波澜壮阔。乘着改革开放东风，1979年，中国柒牌董事长洪肇设揣着向亲戚东拼西凑来的不足300元现金，以及一把剪刀、一台缝纫机，开始了创业之路。47年后，当年的家庭小作坊骤然蜕变成一家集服饰研究、设计、制造及销售于一体的综合性集团公司。柒牌，成为国人朗朗上口的国民品牌。

回顾中国柒牌的发展之路，既是一部勤劳智慧的晋江企业家的创业史，更是一部中国服装品牌发展的创新史。在一次次实践探索中，中国柒牌开创服装行业先河，推出中华立领，让“时尚中华”风行天下；率先打造智能制造车间，成为福建省首家“智能制造试点示范项目”企业；首创AI国潮男装，将服装与AI技术深度融合，走出差异化发展道路……

一路敢为人先，一路创领行业，扎根创业热土晋江，中国柒牌以文化为根、以科技为翼，讲述中国故事、传递中华之美。

爆款频出 开创时尚先河

“‘晋江经验’对中国柒牌的影响很大。”跻身服装品牌第一方阵，洪肇设表示：“‘晋江经验’引领中国柒牌沿着正确的方向稳步前进，以心无旁骛的执着坚守，收获实实在在的发展。

一组数据的印证最为直观——2004年首届“中国500最具价值品牌”公布，柒牌以17.36亿元入榜，位列第307位；2025年，该榜单上，柒牌以1162.36亿元的品牌价值位列第92位。

22年间，柒牌品牌价值增长66倍。这不仅仅是数字的叠加，更是中国柒牌深耕实业、坚守匠心、持续创新的实力见证，是民族品牌从本土走向全国、从传统迈向现代的铿锵步伐，更是“晋江经验”历久弥新、持续释放强大生命力的生动体现。

究其关键，2003年，绝对是中国柒牌品牌发展的里程碑式时间节点。中国柒牌的品牌崛起，也正是在这一年拉开序幕。这一年，恰是“晋江经验”总结提出的第二年。

2003年，广告片中，在狂风乱叶之中挥拳劈腿的李连杰，与“男人就应该对自己狠一点！”的广告语，让柒牌成为家喻户晓的品牌，也让“中华立领”成为当时每个中国男人都想拥有的一件时尚单品。

彼时，国内男装市场大多跟风西方版型。在一个非常成熟的产品品类里进行具有重大意义的创新，是一件极其困难的事。中国柒牌却毅然“反弹琵琶”，巧妙地将传统立领的端庄气韵与现代人体工学剪裁相结合，开创性地设计出了“中华立领”系列服装，打破人们对舶来服装的崇拜。

而后，凭借鲜明的文化辨识度与过硬品质，中国柒牌牵头起草了《中式立领男装》国家标准，以行业引领者的姿态，打破了西方版型长期对高端男装市场的主导格局，让中华时尚真正站上行业主流舞台。

时至今日，中华立领不但成为柒牌男装品牌资产中不可或缺的重要部分，同时也成为许多中国男性出席重要场合的首选，深深烙印在消费者的心中。中华立领，亦成为中国柒牌连续23年长盛不衰的大爆款，累计销售超500万件，稳居新中式男装全球销量第一。

敢为人先的基因，始终镌刻在中国柒牌的基因里。

2016年，是传统男装行业增长见顶、业绩寒冬、同质化内卷的深度调整期。全球智能穿戴市场虽高速增长，但智能穿戴功能单一，智能服装仍停留在概念阶段。传统服装不懂科技，科技公司不懂服装，商务男装与智能穿戴之间存在巨大市场空白。在行业迷茫、消费升级、科技待融的关键节点，中国柒牌率先推出智能商务夹克，以“好看、好穿、好功能、好智能、好科技”五大核心理念，开创性地将智能穿戴科技与商务男装融合，用科技面料、精致辅料、多功能设计、炫酷智能、商旅App等五大创新，满足商旅人士多场景的着装需求，一举开启中国服装行业的智能时尚新纪元。

“科技正在改变每个人的生活，随着数据化、智能化的发展及其在生活中的广泛应用，智能服装领导未来时尚的发展方向是必然的。”洪肇设又一次抢占先机、占据主动，领跑未来。



智改数转 勇创行业标杆

中国柒牌工业园六楼裁剪车间里，国内纺织领域首个5G+AGV(物流)机器人将刚刚裁剪好的服装面料，运送至另一栋楼的西服车间。运送过程中，AGV小车自行上下电梯、出入卷帘门，跨越生产不同区域，穿行流畅无阻。

跟随机器人的步伐，走进中国柒牌西服车间，只见工人借助电脑平车完成全自动剪线，一条条西服随着悬挂系统自动流入下一道环节。而在楼道间，配套好的西服随着悬挂系统自行从楼上通往楼下。自己会“走路”的成套西服完成了从车间到仓库的自动输送。

在工业和信息化部“2017年智能制造试点示范项目”中，这一车间项目榜上有名，中国柒牌更是福建首家获此殊荣的服装企业。

智能生产，只是中国柒牌智能生态圈的一环。在中国柒牌，智能化、数字化早已贯穿设计、研发、采购、物流、办公、营销、零售等各个环节。

5G+全生产智能物流系统将配送网络从34个分仓大幅拓展至全国所有门店，实现原料到门店配送零落地；5G+AI智能排产应用凭借云计算算力，生产系统可以根据实时订单需求自动调整裁剪方案，将生产步骤通过智能管理系统实时下发

到MES终端，让生产流程全链可视、调度精准优化，决策智能高效。

“创新不是花架子，而是民营企业活下去、强起来的核心动力。中国柒牌的创新，始终贴合发展。”在中国柒牌47年的发展历程中，洪肇设深谙“工欲善其事，必先利其器”的道理。

从20世纪80年代引进当时最先进的日本兄弟牌工业缝纫机，到1998年力排众议重金引进欧洲先进西装生产线；从引入精密缝制设备、服装CAD系统，到2019年后的服装产业数智升级；从拥有国内纺织领域首个5G+AGV(物流)机器人，到携手中国联通打造“5G+AI智慧工厂”……洪肇设对于智能制造的前瞻布局和每一个时间节点的关键决策，托举着中国柒牌向上生长。

去年，在第七届“绽放杯”5G应用征集大赛中，柒牌5G智慧工厂项目更从全国4.4万个参赛项目中脱颖而出，荣获全国总决赛一等奖，成为传统服装业转型标杆。

“创新不是为了噱头，而是让品质更优、效率更高、竞争力更强。一系列智能化设备的建设，使得柒牌的生产效率大幅提升，并在各个环节实现了数字化管理和自动化操作。”洪肇设说。



本报记者 施琳珊 董重军 丘夫



洞悉趋势 首创“AI男装”

2025年被业界视为“AI智能体爆发元年”。从ChatGPT横空出世到多模态智能深度普及，从自动驾驶到智能医疗，人工智能正在以前所未有的速度改变着人们的生活和工作方式。一如往常，洪肇设早早敏锐地洞悉行业的趋势变化。

当年1月，中国柒牌发布“柒牌AI生活好帮手”，突破性地将人工智能技术融入服饰设计，让服装不再只是简单的穿搭单品，更成为兼具实用功能、陪伴日常的智能载体。凭借前瞻的创新理念与精湛工艺，中国柒牌AI夹克一举荣获法国设计金奖、德国红点设计奖两项国际重磅大奖，实现了中国男装在国际设计领域的历史性突破，让中式美学在国际舞台绽放光彩。

活动当天，欧睿国际为中国柒牌颁发了“柒牌，全球首创AI国潮男装品牌”的市场地位认证声明。欧睿国际商务总裁刘海龙表示，在全球化的时尚舞台上，国潮已是一股不可忽视的力量，柒牌敏锐地捕捉到这一趋势，并将其与先进的AI技术深度融合。这种创新模式，不仅为柒牌赢得了市场的认可和消费者的喜爱，也让柒牌凭借独特的品牌定位，成功地走出了一条差异化发展之路，为整个男装行业的未来发展提供了新的思路和解题方向。

作为行业首个系统性引入AI深度结合的男装企业，中国柒牌在AI方面的应用从源头贯穿消费终端的全链路升级。

洪肇设介绍，除了“柒牌AI生活好帮手”外，中国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。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的持续应用打下基础。

近日，“中国柒牌AI时尚造型师”更是化身线上搭配顾问登陆中国柒牌各大终端门店。“许多男性消费者和我一样不喜欢试衣服，十几年前我便在思考，能不能有一个设备能够解决这一痛点。但那时候，社会上的技术还不成熟。”AI的发展，为洪肇设的想法提供了技术支撑。

而今，消费者只要站在中国柒牌AI试衣镜前，AI试衣镜便可对消费者进行拍照和身体信息数据扫描。随后，消费者可以与AI试衣镜对话，告知搭配衣服使用场景、购衣风格偏好，AI试衣镜便可迅速提供穿衣搭配方案。倘若店铺中的货品不能满足消费者诉求，消费者亦能通过AI云货架，在屏幕上查看全网库存。与此同时，AI还能根据消费者的身材数据自动生成搭配效果图，一键下单，云仓发货。

技术浪潮奔涌不息，行业发展迎来深刻变革。在线上销售端，中国柒牌亦有应用。AI数字人直播，帮中国柒牌拉长了营业时间，填补夜间流量。

创变不止，奔涌向前。中国柒牌为中国服装行业高质量发展，不断激起新的浪花。

