



## 唐狮品牌创始人吴惠君· 共同见证国产服装品牌崛起

唐狮创立于1995年，是博洋服饰集团旗下品牌，与《宁波晚报》同龄。历经三十载风雨，唐狮品牌一路从宁波“舞”向全国乃至更大的舞台，见证了国产服装品牌从蹒跚起步到欣欣向荣的发展历程。如今，风华正茂的唐狮，专卖店近2000家，稳居中国休闲服第一方阵，在创始人吴惠君带领下，它迈着稳健有力的步伐，“舞”动越来越年轻的心，成为深受当代中国年轻人喜爱的时尚潮流品牌。

### 迎难而上 打开发展新天地

1993年，我从北京服装学院设计系毕业，怀着一腔设计师梦，进入服装设计行业。我渴望将自己的创意和想法转化为作品。

当时，时任永丰布厂（博洋前身）厂长的戎巨川也站在一个转型的十字路口。我在宁波的一个时装发布会上与戎总畅聊许久，两人同时看准了宁波在品牌休闲服装方面的空档，一拍即合。他决定让我负责新服装品牌“唐狮”的打造，他出资并投入项目启动资金。

1994年年底，我从广东背了一个双肩包只身来到宁波。1995年，“唐狮”品牌正式创立，一个集生产、设计、销售于一体，拥有200多人的服饰公司组建起来，唐狮服饰亮相甬城。这一年《宁波晚报》也创刊了，刚来宁波，人生地不熟，《宁波晚报》成了我了解宁波风土人情和历史文化的窗口。

从品牌建立伊始，戎总就与我明确，他只是投资人，并不参与经营，所有与品牌相关的大大小小的决定，都要由我这个总经理来拍板。

摸着石头过河，难免摔跟头。1995年至1998年，唐狮品牌在磕磕碰碰中亏损了200多万元。对此，我很惭愧，但戎总并没有责备，反而又追加了投资。痛定思痛，我拿出了锁定休闲装市场、尝试“虚拟经营”，只抓设计、销售，将中间生产环节交给优质供应链等对策，开店模式也转变为加盟。到2000年，唐狮专卖店已覆盖全国80%省份，当时被评为“中国100最具价值品牌”。

2003年，唐狮启动明星代言战略，请当红女子组合S.H.E当品牌代言人，令品牌在年轻人间持续走红。这一战略延续至今。如今，关晓彤是唐狮30周年的代言人；2018年，唐狮品牌入选“宁波品牌百强榜”，品牌价值37.5亿元。此后多次获得“宁波品牌百强”称号；2024年，唐狮的品牌估值达64.26亿元。

### 拆分裂变，博洋服饰品牌矩阵崛起

2004年，我们成功创立了德玛纳女装品牌。这标志着，我们在女装领域的地位得到进一步巩固；到2014年，博洋服饰集团又迈出的一步，推出果壳品牌，正式进军家居服市场。此后，我们不断拓展业务范围，涉足博洋职业装领域，最终形成了一个涵盖休闲装、女装、家居服、职业装四大板块的全面产业布局。

除了多元化发展战略外，2009年，电商的大力发展为我们后期孵化的新兴品牌提供了高效快速的拓展通道。通过与各大电商平台建立紧密的合作关系，我们的产品得以更广泛地触达消费者群体，品牌知名度和市场占有率得以显著提升。

事实证明，这个变革为我们集团带来了巨大的效益。如今，电商销售占比已达博洋服饰集团销售总额的50%，多品牌战略与电商发展共同构成了集团发展的两大核心支柱，我们也因此成为了中国服饰行业极有影响力的电子商务零售商之一。

记者 王婧



## 描绘幸福生活的更多可能 方太集团副总裁孙利明·

2025年，方太“虚岁”30了——它经历了中国厨电市场的快速成长，见证了国人30年的厨房生活变化，也积累沉淀着属于自己的故事。

从“飞翔打火机”到中国高端厨电领军，和《宁波晚报》一样进入“而立之年”的方太，也把为大众创造幸福生活的使命放在产品中，并以此为“笔”描绘幸福生活的模样。

### 从点火枪到油烟机 方太跟上了时代的脚步

1995年，慈溪市海关路98号是方太梦开始的地方。当时，方太厨具名誉董事长茅理翔创办的飞翔集团已在电子点火枪行业闯出了名堂，被《人民日报》称为“世界电子点火枪大王”。但他不愿止步于此，经过和儿子茅忠群多次对市场的综合研判，两人决定将厨电作为企业的新方向。而打造“中国家电行业第一个高端品牌”，是他们父子提出的方太第一个“初心”。

作为1995年就加入方太的第一批员工，我很理解方太会有这样一个初心——虽然“飞翔”电子点火枪已经连续4年保持世界产销量第一，但它毕竟是一个技术含量不高的小产品，很多私人小厂都能做，“价格战”已经对我们造成了影响。因此，方太选择工艺要求更高、市场潜力更大的“油烟机”领域开始了二次创业。从此，方太跟这个事关每个国人幸福生活的家电深度捆绑在一起。幸运的是，方太通过自己的努力和市场经验，踩准了时代的步伐。

伴随现代生活持续进阶，近十几年，大众对高品质生活的追求达到了一个空前的高度。而厨房则是这一变化最重要的载体之一。

### 见证和参与了国人厨房生活的变迁

据我们观察，这种变化一方面来自饮食模式上。如今，国人逐渐从“大而泛”的传统饮食方式，转向更加注重食物新鲜度、安全性、营养价值的“小而精”模式。人们也开始更加关注食材的来源、烹饪方式以及食物的营养成分，从而推动厨房电器向更加智能化、健康化的方向发展。

另一方面，厨房在家庭中的定位也发生了显著变化。过去，厨房主要是家庭烹饪的功能空间。而现在，它逐渐升级为具备社交与情感价值的“家庭新中心”。

基于这些厨房生活的改变，方太近年来积极调整战略，不断推出具有创新性和实用性的厨房电器产品，如集成烹饪中心、水槽洗碗机、全嵌冰箱等，积极回应人们对美好生活的向往和需求。

近年来，随着新一轮科技革命和产业变革加速演进，AI、5G、大数据等新兴技术和生态的加快应用、发展，以及行业对家电智能化、智能家电的引导和推动，极大地促进了家电厨电产业进入智能化时代，也将大众对于厨房的想象空间推向了一个新的维度。

方太一直致力于通过创新技术提升消费者的生活品质，我们的FOTILE FIKS系统可以覆盖烹饪、净洗、储存等厨电的操作全链路协同，融入AI技术后，厨房智能不仅实现了无线连接和交互，更重要的是更加理解用户需求，主动提供帮助，让烹饪变得更加智能和便捷。

未来，方太还将携手上海海洋大学推出“远洋计划”，进行跨学科、跨领域的合作，并在AI领域不断探索，尝试推出持续进化的技术、产品和解决方案；为中国厨电的研发提供更强大的技术支持和创新思维，推动中国厨电行业向世界顶峰攀登，以好的产品为“笔”，描绘未来大众幸福生活的模样。

记者 黎莉

