

1990年，周氏三兄弟联合四位年轻人决定自创品牌，选定了勇猛睿智的“狼”作为品牌识别形象，为何选狼作为品牌标识呢？董事长周少雄曾对外解释：“当时在起名字的时候，本身也研究了一下国外的CIS，VI的体系，首先考虑的是容易被大家识别的形象。”

同时，狼是闽南话中“人”的谐音，而“七”又代表“众多”、“群体”、“团队”，七匹狼品牌名称由此而来。

品牌命名两年后，七匹狼赴京参加在北京百货大楼举办的中国首届时装展，凭借着精湛工艺和新颖款式，被纸媒争相报道。经此一展，“茄克之王”美誉，名噪大江南北。

七匹狼的发展历程，印证中国改革开放、经济腾飞的历史进程。创建初期，七匹狼以“挑战人生，永不回头”的口号作为态度，以追求高品质作为目标，历经时间的打磨，狼性精神烙印在七匹狼发展的点滴历程中，形成充满狼性特征的企业文化，驱动着七匹狼不断前进。

下期我们就来讲讲七匹狼的上市之路。