

杭州亚运会开幕在即 361° 携手央视亚运会前方报道团“出征”

本报讯(记者 柯雅雅)11日,中央广播电视总台举行杭州亚运会前方报道团出征仪式。杭州亚运会官方合作伙伴361°为杭州亚运会前方报道团提供服饰装备支持,共同见证中国体育闪耀世界体育赛场。

据悉,此次,361°为中央广播电视总台亚运报道团专门设计了服装装备。该服装设计汲取杭州亚运会标志性元素,灵动润泽的曲线展示

了东方意蕴与江南韵味,将“水墨白”“中国红”“深夜蓝”“冰川灰”作为本次服饰的主色调,承载着传统文化美学的意境;融传统、现代于一体的艺术手法,以动静结合的态势,使服装整体更加具有立体感及独特性,体现了青春个性、努力拼搏的体育精神。

此外,为了积极响应“绿色亚运”的办赛理念,361°将环保理念融入服

饰制造。央视亚运报道团系列服饰采用了361°环保墨水数码喷绘技术,以及防风、防水、抗菌,并有吸湿速干功能的环保可回收涤纶面料。在注重环保的同时,该服饰设计还考虑到了报道团穿着的舒适性,助力记者深入赛场一线,向世界呈现一届具有“中国特色、亚洲风采、精彩纷呈”的国际体育盛会。

“相信中央广播电视总台不仅将

为全球观众带来更为丰富和精彩的亚运会报道,也将进一步提升杭州亚运会的国际影响力。”361°表示,此次携手央视亚运报道团,双方将共同为杭州亚运会的成功举办贡献一份力量。作为专业运动品牌,361°也希望通过央视的报道将“中国热爱”精神传递给更多人,让更多人了解中国体育事业成就,激发更多人对体育的热爱和参与热情。

据了解,从2010年广州亚运会开始,361°已连续牵手四届亚运会,并为火炬手、护跑手、志愿者、技术官员、安保人员等赛事相关人员提供赛时官方体育服饰装备。凭借专业运动领域的科技创新能力和产品力,361°在为亚运会提供具有专业性的赛事保障服务的同时,也向世界展现了中国民族体育品牌的实力。

匹克赞助的两支球队 包揽男篮世界杯冠军亚军



本报讯(记者 柯雅雅)10日,在菲律宾马尼拉,德国队以83:77战胜塞尔维亚队,首次捧起男篮世界杯冠军奖杯。对匹克集团而言,这将被载入品牌历史,即两支穿着匹克球衣的球队包揽了男篮世界杯的冠军亚军。

据悉,这是德国队第一次打进男篮世界杯的决赛,也是匹克第一次登上世界杯的最高领奖台。身穿匹克球衣的德国球星丹尼斯·施罗德得到全场最高的28分2个篮板2次助攻,他凭借稳定而出色的发挥当选本届世界杯赛的MVP。

作为两支决赛球队的赞助商,中国品牌匹克成为2023男篮世界杯品牌竞争中的大赢家。

此外,塞尔维亚与德国还锁定了2024年巴黎奥运会的参赛资格。另一支匹克赞助球队南苏丹同样也获得了非洲区直通奥运的资格。至此,匹克赞助的球队已在12席奥运男篮名额中占据3席。

除了以上三队,匹克还支持了拉脱维亚、新西兰和伊朗队参加本届男篮世界杯。其中,“黑马”拉脱维亚首次参赛就取得第五名的好成绩,他们与新西兰一起获得了参加奥运落选赛的资格,依然有机会获得巴黎奥运会的门票。

据了解,匹克品牌一直持续加码国际篮球市场,国际影响力不断攀升。其搭载独家创新科技的“态极智能自适应科技”系列篮球产品畅销全球,截至2022年底已经在全球110多个国家和地区销售,总销售量超过4000万双。

“匹克将以篮球为支点,力争早日成为享誉全球的专业运动品牌。”匹克集团CEO许志华说。

青少年教育公益讲座举行



本报讯(记者 曾小凤)昨日,一场青少年教育公益讲座在晋江国际人才港举行。晋江市青年商会女商部、晋江市妇联、晋江女企联等组织的60多名家庭成员参加活动。

讲座以“如何让你的孩子向阳而生”为主题,青年心理健康专家杨钧岚围绕情绪波动、学业压力、人际关系、自我认知等问题,讲授如何更好地学会与孩子相处和沟通。

杨钧岚介绍,孩子的教育分为三个阶段,分别为0-6岁、7-13岁、14-18岁。第一阶段孩子需要给予足够的爱,有更多的允许;第二阶段,孩子有了独立的主见,需给予充分的尊重;第三阶段,需接受孩子长大了,不做过多的干预和控制,需给予更多支持。

“青少年的健康教育需要家长、社会的参与,以及良好的集体关系和氛围的建立,是一种双向互动过程。”晋江市青年商会女商部部长许宾宾表示,晋江市青年商会不仅仅是一个商业组织,商会女商部也关心青商家庭及青少年的健康成长,希望通过公益讲座,借助专业老师丰富的经验,分享正确的教育理念和沟通方式,并将这些专业知识传递给更多的人。

该活动由晋江市团委指导,晋江市青年商会主办,晋江市青年商会女商部、北京市晋杭文化有限公司承办。

“触地即燃”全国总决赛收官 361° 自主IP赛事助力草根球员成长

本报讯(记者 柯雅雅)9日-10日,361°打造的自主IP赛事2023赛季“触地即燃”全国总决赛在济南举行。19支参赛队伍围绕总冠军的荣誉展开争夺,最终由广东67战队摘得桂冠,也标志着2023“触地即燃”篮球赛收官。

据悉,此次“触地即燃”全国总决赛采取全场4V4赛制,比赛时长由以往的6分钟提升到10分钟,得分翻倍的“触地即燃时刻”也延长至每场比赛最后2分钟,给了球员们更多“挽狂澜于既倒”的英雄时刻。赛场上草根球员火力全开,为到场嘉宾及球迷观众奉献了一场又一场的精彩对决。

2023赛季“触地即燃”以“拒绝不燃”为主题,号召更多热爱篮球的人踏上赛场。本赛季已经是“触地即燃”赛事的第四季,先后走过贵阳、桂林、昆明、长沙、邯郸、信阳、沈阳、大同、兰州、成都、东莞、石家庄、郑州、济南等城市,累计汇集了2600多名球员参赛,对战场次超900场,累计比赛时间超5400分钟,参赛人数及参赛场次均创历史新高。

为帮助草根球员切实提升自身实力,本赛季引入了明星草根球员担任领队,为参赛队员提供技术支持,帮助他们补齐短板、增强优势。在赛季进程当中,361°品牌代言人斯宾瑟·丁威迪、阿隆·戈登等也先后现身赛场,为参赛选手提供指导。

此外,为帮助更多少年成长,满足他们对篮球的热爱,361°特别签约篮球名宿、青训专家吕晓明作为总教练,开设“触地即燃”少年训练营。同时,“触地即燃”赛事也增设少年组赛事,号召少年们踏上赛场,为我国篮球事业发展培养后备力量。



近年来,361°秉承“以专业运动驱动品牌”的策略,持续在篮球领域发力,先后签约多名现役NBA、CBA球员担任代言人,并在研创端持续发力,接连推出AG系列、神系列等爆款篮球鞋,已构建了完善的篮球生态体系。

本年度,361°推出的禅5、AG4等产品表现出色,助力品牌实现销量与口碑的双丰收。361°还先后为BIG3 4.0 PRO、BIG3 4.0 QUICK PRO、SUPERNOVA 1.0 PRO等多款尖货战靴增设了“触地即燃”专属配色,支持草根球员征战。

361°品牌管理中心总经理郑业欣表示,“触地即燃”系列赛致力帮助更多热爱篮球的小朋友及年轻人踏入赛场,去展示自我、

突破自我,享受篮球带来的快乐,并发掘更多优秀球员,为篮球事业培养后备力量。

接连四季的自有IP赛事“触地即燃”强化了361°品牌与消费者的连接,持续强化品牌在篮球领域的影响力,并有效带动企业终端的产品销量增长。361°方面表示,后续,企业将以自主IP赛事为切入点,在篮球领域继续深入开拓,不断完善生态体系建设,支持更多草根球员成长。

据悉,伴随2023年赛事落下帷幕,361°将着手新一季“触地即燃”系列赛筹备工作,在其篮球生态加持下,2024年“触地即燃”系列赛将在现有基础上再度升级,在城市覆盖数量、参赛队伍数量等方面持续增长,吸引更多草根球员参与。

超燃“村BA”乡村有活力 永和:以球为媒 奏响文体旅融合发展乐曲

本报记者 王诗伟

“村BA”战火重燃,又见活力乡村。9月11日晚7时30分,全国和美乡村篮球大赛(村BA)东南赛区在晋江打响。作为主赛区之一,永和镇西坑村坚公文化广场人山人海,场面壮观,成为欢乐的海洋,八方来客共享赛事盛宴。



比赛精彩 激情“篮”不住
比赛开场即迎来高潮,西坑赛区的首场比赛跌宕起伏。观众席北侧,锣鼓声喧天,加油声一浪高过一浪,400多名来自湖南的助威团成为赛场上的一道风景线,他们身着整齐的红色文化衫,挥舞旗帜,用洪亮而有节奏的欢呼喝彩,把“客场”变成了“主场”。最终,他们的主队湖南南山队也在比赛最后时刻逆转取胜,取得开门红。
“比赛相当精彩,氛围特别热烈。我们赢了!”现场,来自湖南的球迷博主“马田柳姐”通过直播向亲朋好友和粉丝分享火热的晋江篮球比赛氛围。
昨晚,西坑赛区迎来了本次赛事的第一个“主队”——福建宝盖队。比赛同样活力四射,实力更胜一筹的宝盖队在数千名球迷的加油声中,以大比分取胜。
比赛高水平,球迷乐在其中。

倾情奉献 彰显“永和美”
比赛很精彩,永和镇村很用心。西坑村作为赛区之一,先后承办“村BA”福建赛区和东南赛区的比赛,这是各界对永和镇、对西坑村办赛水平的认可。赛事组织有序,配套活动丰富,也让大家看到了永和镇、村两级的专注和用心,看到了永和乡村的热情和活力。
虽然西坑村多年来已积累了不少办赛经验,但是他们不懈怠每一次赛事,全力做好每一个细节。为了把比赛办好、办出色,近段时间以来,西坑村在上级各单位的指导下,认真总结“村BA”福建省赛区的办赛经验,并进行梳理和提炼,竭力为来自全国各地的球迷朋友带来轻松舒适的观赛体验。
在西坑赛区,除了有精彩的比赛,还有地道的闽南美食体验。
11日,首届“永和美”乡村美食节在西坑坚公文化广场同步开市,为期5天。现场120多个好吃好玩的摊位,尤其是牛肉主题美食,为到场看球的球迷带来美味享受。
本次比赛,永和特有的文化元素也纷纷亮相。
永和镇各村带来的17个特色表演项目将在为期5天的比赛中上演,让观众在比赛开始前和中场休息期间大饱眼福。尤其11日晚首先登场的“大家斗阵举火把”“守艺泉州”等传统节目,给观众们留下了深刻的印象。
西坑石窟公园
“这些都是永和的乡村文化品牌,也是我们的文化旅游资源。目前,我们策划了一条集非遗、传统、古民居与现代文化为一体的乡村文化旅游路线,融合永和元素,串点连线成片,展现更有文化底蕴、更有乡村新貌的魅力永和。”永和镇有关领导表示,接下来,永和镇将继续用好“村BA”赛事热点,依托独特的资源和优势,推出一系列精品文旅项目,在文、体、旅三大领域发力,推动融合发展,讲好“永和故事”,展现永和魅力。

以球为媒 文体旅融合



“村BA”不仅是篮球赛事,更是一次文体旅融合的尝试。
风味特色美食是祖祖辈辈的“人情密码”,也展示着一个地方的美食文化;非遗项目、传统手艺以舞蹈艺术的形式展示,让来自各地的球迷朋友看到了永和的文化特色。
以篮球为媒介,永和镇、村在承办比赛的同时,以配套特色美食节和文艺演出营造浓厚赛事氛围,同时,通过把篮球和乡村特色集合,让赛事更具乡村趣味,展示新时代乡村风貌,为乡村振兴添动力。
值得一提的是,不少前来观赛和体验美食的球迷朋友,也在坚公文化广场进一步认识永和。在“永和美”美食节入口处,两面色彩鲜艳的文化展板,吸引了不少球迷前来打卡合影。两面文化展板上是永和特有的元素,包括象征永和的吉祥物“和和”“美美”,还有山前火把节、闽南比干庙、福厦高铁泉州南站、西坑石窟公园、巴厘秘境公园、巴厘小坑园打城戏、玉溪恒山生态园、永和钱仓古民居、后埔虎头山公园、古厝浙平国妆佛……在这里,你可以观永和“全貌”。
“这些都是永和的乡村文化品牌,也是我们的文化旅游资源。目前,我们策划了一条集非遗、传统、古民居与现代文化为一体的乡村文化旅游路线,融合永和元素,串点连线成片,展现更有文化底蕴、更有乡村新貌的魅力永和。”永和镇有关领导表示,接下来,永和镇将继续用好“村BA”赛事热点,依托独特的资源和优势,推出一系列精品文旅项目,在文、体、旅三大领域发力,推动融合发展,讲好“永和故事”,展现永和魅力。

