



官方微信公众号

2023年9月26日 星期二 编辑_施珊妹 校对_杨晨辉 设计_柯伟仁 电话0595-82003110

亚运舞台泉企“秀”

本报记者 施珊妹 柯国笠 柯雅雅 蔡明宣

秋分时刻，钱塘潮涌，亚运之光照亮西子湖畔。

作为有史以来规模最大、项目最多、覆盖面最广的亚运会，亚洲全部45个亚奥理事会成员超过1.2万名运动员报名；竞技场之外，本届亚运会同样吸引了大量品牌的入局，并创下多个历史之最。其中，本次赛事共计有175个各级赞助商，总赞助金额接近50亿元人民币，绝大多数是中国本土品牌。

亚运舞台，泉企展台。九牧王、361°、安踏、盼盼、恒盛玩具、洲克等泉企争相亮相。在大家对运动员们的表现充满期待时，我们也期待着，杭州亚运会还能诞生怎么样的引爆社交媒体的新话题和热梗，本土品牌能否在商业上抓住这些转瞬即逝的机会，成为亚运会时间里最亮眼的品牌？



9月23日，中国代表团在开幕式上入场。新华社记者 贾浩成 摄



9月23日晚，杭州奥体中心体育场内，气势宏大的《歌唱祖国》奏响，中国体育代表团身着九牧王打造的星耀礼服亮相，全场一片欢腾，掌声欢呼声此起彼伏。此次中国体育健儿穿的全新礼服名为“星耀”，白与蓝的主色调碰撞出闪耀星辰与深邃宇宙的遐想，象征着群星闪耀的体育共荣精神；锁甲纹环环相扣，暗示体育的竞技、团结与韧性；牡丹与藤萝交织，绽放着蓬勃生命力；China字母金属扣和独特的颈部半立领设计，彰显中国文化魅力与民族自信。

本土企业的匠心制造，又一次助力体育健儿展自信风采，夺耀世瞩目。

杭州亚运会开幕式当晚，还有一个细节引发广泛关注。来自线上和线下的无数大众火炬手们，以汇聚而成的“数字人”打破时空壁垒，与第六棒火炬手共同点燃主火炬塔，完成点火仪式。

成就这一经典历史瞬间的，还有由杭州亚运会官方合作伙伴361°设计的火炬手服装，以“日出江花”的红与蓝融合成“虹韵紫”作为色彩主调，服装设计融入杭州亚运会核心图形“润泽”，加以柔软细腻、舒适实用的运动科技面料精工打造，象征着杭州的千年古都之韵与灵动的体育竞技之美相映生辉，演绎亚运会火炬接力“多一多精彩”。

作为本届杭州亚运会的官方合作伙伴，361°在开幕式上的“出镜”可不仅如此。361°还为蒙古国、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦和土库曼斯坦四国代表团打造了官方服饰，将其国家文化特色与361°在运动领域的专业性相结合，打造出完整而多“彩”的服饰阵容。

乘亚运东风的，还有安踏。本届杭州亚运会，中国体育代表团领奖装备依然由安踏打造。在这届亚运会上，安踏携手著名视觉艺术家叶锦添以及中国美术学院联合打造“冠军龙服”。

此外，安踏还为中国健儿征战本届杭州亚运会打造举重、体操、拳击等国家队的比赛装备。其中，举重鞋产品仍为安踏拳头产品，也受到其他国家选手的青睐。

在领奖装备上，杭州亚运会中国体育代表团领奖服的设计，安踏延续了奥运会领奖服原型，经典“中”字结构和留白意境的主色调彰显东方美学。中国美术学院设计团队运用杭州奇特景观“钱江潮”为图形原点，演绎出融合古今、韵律十足的水波纹样式。配合“杭绣”技艺，层次分明交相辉映的观感营造出“勇立潮头”的核心设计理念，环保冰肤面料兼顾轻量性和冰爽感。

泉州品牌频“出镜”

魅力背后的科技实力

由于疫情原因，这届亚运会推迟了整整一年时间。在种种因素与变化的叠加下，杭州亚运会也具备了一项特殊意义——从北京冬奥会开始，杭州亚运会将成为近两年来超级体育周期里的“收官战”，在未来短的时间内，中国暂时没有再取得世界级大赛的主办权。不论对于运动员还是参与体育赛事的各方来说，这都是当下在家门口的舞台上展现自己的最佳机会。

在这样一重意义下，杭州亚运会的场内场外都有不少看点值得关注。

作为东道主的中国国家队无疑希望在家门口拼尽全力，他们的表现也将是中国观众最大的关注点之一。作为体育大国，中国在跳水等传统项目上都维持着长期的优势。

助力中国国家水球队征战亚运会，洲克为中国女子水球队、中国男子水球队提供官方比赛装备支持和保障。记者了解到，洲克水球装备在泳衣的材料科技上进行升级，做到完全抗氯；其弹性来自P.B.T纱线

及自身结构；面料持久合身，透气快干；在保证运动员柔软触感的同时，更是能对抗强有力的拉扯；经过多次的实战检验，洲克水球装备得到女水健儿们的普遍认可。

体育健儿在赛场上展示“更快、更高、更强”的体育精神，泉州企业在赛场之外同样发起更高要求挑战。

持续技术升级的还有安踏。经过材料、工艺和结构优化，相较东京奥运会中国体育代表团领奖服，本次杭州亚运会中国体育代表团领奖服透气性提升25%，还让重量减轻了12%，更使得服装的舒适性大幅提升。

此外，领奖鞋整体采用了大量的再生纤维和回收材料，再生无水染整工艺遍及鞋面、内里，甚至鞋带等纺织物材料，使得每双鞋的生产过程中，水资源浪费和环境污染都能显著减少。

“安踏在杭州亚运会中国体育代表团领奖装备中对中国传统文化进行诸多创新演绎，成为本次设计的核心亮点，彰显着中国体育的文化自信。而本土举办的亚运会，是中国体

育品牌树立文化自信的重要舞台。”安踏副总裁&CMO朱晨晖说。

今年亚运会的赛事组织复杂程度远超往届，背后离不开成千上万的志愿者、工作人员、安保人员和技术官员们的辛勤付出。361°为他们提供了专业服饰，以人体工程学分制版型，以科技环保面料搭载功能，将亚运特色视觉与杭州城市文化融入系列服饰的设计中，不仅为赛场内外的每一名工作人员提供了身份识别和穿着舒适的支持，更让他们成为一道不逊于运动员的多彩靓丽风景线。

赛会工作人员服饰以“虹韵紫”与“月桂黄”相交融，安保人员服饰以“水光蓝”为主调，技术官员服饰则以“虹韵紫”呈现，志愿者“小青荷”以“湖山绿”与“水光蓝”相融合。361°为“小青荷”们精心设计的官方体育服饰，风衣选用环保可持续的防风防水科技功能性面料打造，无忧应对各种天气状况；可收纳的风衣帽子、3M反光等贴心的细节设计，也提升了服装整体的安全性和功能性。

社交营销触达共情

在北京冬奥会、成都大运会之后，中国民众已经对如今的大型国际体育赛事有了更深入的了解和参与。在竞技场之外，这届体育大赛上的营销趋势也值得关注。

近日，盼盼食品系列产品已陆续亮相亚运会茶歇区、比赛场馆的奥体中心、组委会和媒体中心等。此次杭州亚运会的同款产品已经在全国范围、全售渠道同步上市。

在营销方面，盼盼食品借助微博、小红书等自媒体矩阵，联动361°度展开联动营销，发起#中国热爱多一度#一起炫漂亮赢，发动线上网友转发并评论，讲出你的中国热爱故事等一系列线上线下互动活动。

从北京冬奥会、成都大运会到杭州亚运会，多年来盼盼食品始终坚持体育营销，其背后的坚持值得深思。“盼盼食品积极参与体育赛事，是因为我们深信体育和健康食品有着密不可分的关系。”盼盼饮料事业部经理蔡杰鹏说，体育代表着健康、活力和进取精神，而盼盼食品的宗旨就是为消费者提供不同场景所需的健康食品。同时，我们希望通过体育赛事，与广大消费者建立更紧密的联系，传递健康、积极的生活态度，为中国的大健康产业发展贡献力量。

在亚运会开幕前，安踏就已着手推动“国家队同款科技”IP与高性能产品之间的关联度。以风暴甲产品为例，安踏专门邀请包括汪顺、张雨霏等国家队队员、年轻代言人拍摄主题VCR，展现风暴甲防水、防风、透气、透气的高性能表现，结合秋天户外等元素，吸引年轻群体。而在门店，亚运会同款跑鞋也早已上线，在小红书上也有不少消费者自发“种草”，打卡亚运。

在亚运营销方面，相关的杭州亚运会中国体育代表团领奖装备、比赛装备，还将继续在王府井步行街展出，应用国家队科技的安踏冠军亚运胶囊系列，安踏携手中国著名服装设计大师陈鹏打造的联名系列，安踏携手东华大学共同研发的风暴甲系列，以及安踏电商大地之壳系列等最新的大众运动装备也将纷纷亮相。

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026



产业周刊 企业最新资讯权威发布平台 15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026



产业周刊 企业最新资讯权威发布平台 15880722026