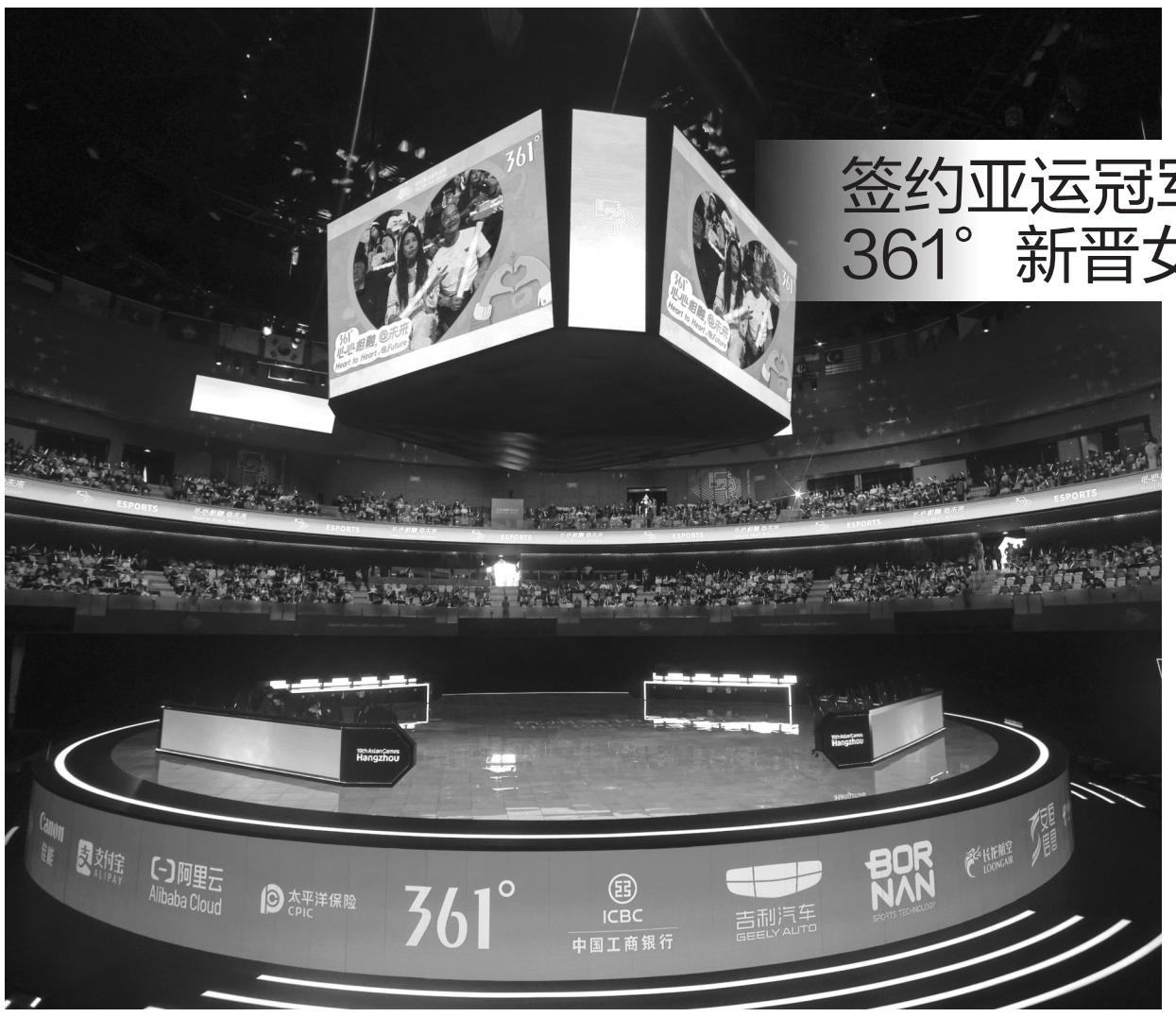
从中国品牌到中国热爱

361° 以“多一度热爱”抢占亚运主场



本报讯（记者 柯雅雅）在刚刚结束的杭州亚运会上，作为连续四届亚运会官方合作伙伴，361°以专业的运动装备和服务赢得了品牌影响力和产品技术口碑“双丰收”，品牌年轻化、全球化进程加速。

作为杭州亚运会官方合作伙伴，361°积极向世界传递中国的体育精神和民族文化，为火炬手、运动员、技术官员、安保人员等赛会工作人员定制各类官方体育服饰装备，并为亚运会提供全方位的专业保障。值得一提的是，在此次赛事官方体育服饰设计中，361°不仅在外观上呈现出中国文化的美学，更在功能和性能上展现出中国人追求卓越的精神，让热爱精神在亚运赛场燃烧蔓延。

一直以来，361°始终把打造专业运动品牌形象作为其核心战略之一，与亚运会等大型体育赛事保持长期合作，是其塑造专业运动品牌形象的重要策略。

在亚运赛场上，361°凭借专业运动领域的科技创新能力和产品实力，助力中国运动员夺得佳绩。在女子水球决赛中，361°携手中国国家女子水球队以24比11大胜日本队，实现亚运四连冠；361°女子运动风尚代言人龚莉代表中国队对战越南运动员阮氏顽，以9比0的压倒性优势夺得冠军；361°品牌电竞运动推广大使朱伯丞再创佳绩……

361°不仅为亚运会提供专业的运动装备和服务，还积极履行企业环保责任，聚焦减碳事业和环保科技，助力打造“绿色亚运”。在本届亚运会中，361°将服饰制造与环保融合，在低碳环保的同时，还确保运动员穿得舒适，助力运动员赛场角逐。聚焦“双碳”目标，361°与杭州亚运会共同发力，用科技赋能绿色发展，打造绿色低碳亚运。

361°品牌成立之初就定位全球品牌，与亚运会的合作更是在其品牌全球化过程中扮演了重要的角色。通过服务亚运会，361°加深了与亚洲各国合作伙伴的联系，扩大了在亚洲市场的影响力，也加速了全球化进程。

在杭州亚运会上，361°为多个国家（地区）的代表团定制运动装备，来自蒙古、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦、土库曼斯坦等国家的代表团身着361°品牌服装在运动场上拼搏竞技，让361°专业运动品牌形象在国际市场上更深入人心。

从2010年广州到2023年杭州，361°四度见证亚运会，13年坚持“多一度热爱”，与亚运会共同成长。361°方面表示，未来将依靠自主创新打造专业运动核心竞争力，通过持续服务国际顶级赛事，向世界呈现中国体育运动装备的专业形象和实力，助力和推动中国及全球体育事业发展。

相关新闻

签约亚运冠军、女篮后卫李缘 361° 新晋女子篮球代言人亮相

本报讯（记者 柯雅雅）日前，361°官宣与亚运冠军、女篮后卫李缘达成合作。李缘将作为361°新晋女子篮球代言人，与品牌共同弘扬篮球文化，践行运动热爱。

10月5日晚，在杭州亚运会女子篮球决赛中，中国队经过顽强奋战，以74比72绝杀日本队，成功卫冕。李缘作为控球后卫，在整个赛程中，出色完成本职任务，助力球队登顶亚洲。

361°方面表示，李缘出色的赛场表现及对篮球的追逐，与361°所坚持的“热爱”文化不谋而合。361°集团始终坚持“多一度热爱”的品牌精神，将“热爱”融入品牌基因当中。361°此次与女篮国手李缘达成合作，进一步完善了品牌篮球布局，增加了品牌在篮球领域的领先优势。

据悉，361°将秉承“以专业运动驱动品牌”的运营策略，与李缘在女子篮球产品研发、运动推广等方面展开深度合作，为更多喜欢篮球、热爱篮球的女性提供专业篮球装备，共同唤醒大众对篮球运动的热爱之情，推动篮球事业向前发展。

晋江纺织鞋服产业案例入选《福建省县域重点产业链发展白皮书》

本报讯（记者 蔡明宣）近日，《福建省县域重点产业链发展白皮书（2023）》（简称《白皮书》）正式发布，这是全国首份县域重点产业链发展白皮书。晋江纺织鞋服产业案例入选。

《白皮书》从工业综合实力显著提升、一批产业竞争优势突出、企业创新能力不断增强、优质企业群体持续壮大、数字化绿色化转型步伐加快等五个方面展现福建省县域重点产业链发展成效。

从工业综合实力来看，福建省规模以上工业企业营业收入超过2000亿元的县域有8个，分别为晋江、蕉城、长乐、惠安、福安、海沧、南安、福清。其中，晋江市规模以上工业企业营收5607.9亿元，约占全省的10.0%，居全省首位。《白皮书》指出，福建省部分县域重点产业在国内已形成较强竞争优势，其中晋江安踏、七匹狼等鞋服产业品牌效应突出，是国内著名鞋服产业基地。

《白皮书》总结提炼了6个典型案例，《晋江市：“五个赋能”助推纺织鞋服产业》（简称“晋江案例”）名列其中。“晋江案例”指出，晋江把纺织鞋服产业作为支柱产业，深耕细分市场，从数字化转型、科技创新、品牌创建、园区标准化、优化营商环境等五个方面发力，晋江纺织鞋服产业链不断发展壮大。“晋江案例”分享了4个做法与成效，主要包括：数字赋能，增强产业发展新动能；科技赋能，“晋江制造”变“晋江智造”；品牌赋能，提升产业竞争力；园区标准化赋能，助推产业升级；营商环境赋能，优化产业生态。

汇鑫小贷上半年营收8015.44万元

本报讯（记者 施珊妹）日前，泉州汇鑫小额贷款股份有限公司发布2023年中期业绩报告。数据显示，报告期内，汇鑫小贷集团营业总收入8015.44万元；净利润3482.64万元，同比增长53.73%；营业净利率70.17%，同比增长19.27%。

接下来，汇鑫小贷集团将继续稳健发展，争取更好的政策支持，探索新发展机遇；同时，持续加强企业经营发展各方面的竞争实力，并扩大人才库及产品范围，以应付市场多元化需求，为发展实体经济做出贡献。

晋江出台相关政策 助力规上工业企业合法提容增效

本报讯（记者 蔡明宣）近日，晋江市自然资源局、晋江市工业和信息化局结合晋江实际情况，印发《在规上工业企业推行建设工程规划许可豁免及告知承诺制审批的通知》（以下简称“通知”），支持晋江规上工业企业在现有合法用地范围内实施提容增效，赋能提速工业企业“小升规”培育工作。

通知指出，晋江全市纳入联网直报的规模以上工业企业，已取得合法土地手续且符合现行相关规划要求的，均为适用对象。

在“建设工程规划许可豁免”方面，通知对申报对象范围做了规定，如建设项目红线范围内的临时性施工用房；已取得《建设用地规划许可证》的建设项目在用地范围内的基坑开挖；自有工业用地内，因消防、环保等要求，增加配电室、污水处理等配套设施，单个建筑面积不超过100平方米等。

在“建设工程规划许可告知承诺制审批”方面，申报范围主要涵盖：功能单一、技术要求简单的小型普通仓库和厂房等简易低风险房屋建筑项目；不新增用地“零土地”技改工业项目（不含工业项目所需行政办公及生活服务设施用房）。值得关注的是，上述项目需按批准的工业用途使用，不得改变使用用途。

如果企业不是规上企业，怎么申请相关豁免权？通知规定，2023年10月31日前符合以下两项条件的企业：2023年度应税销售额超过2000万元；向所属镇（街道、开发区）书面承诺同意配合申报月度或年度新增规上企业申报工作，可按照相关流程申请。

晋江市工信局相关负责人指出，企业实施建设工程规划许可豁免的项目，增加的建筑面积不办理产权登记。涉及需向其他职能部门办理相关手续的，由建设单位自行负责申报办理。

盼盼食品获亚运最佳代言资源激活奖

本报讯（记者 蔡明宣）近日，“让品牌绽放 让世界注目”杭州第19届亚运会赞助企业答谢大会在赞助企业接待中心举行。盼盼食品获最佳代言资源激活奖及杭州第19届亚运会“最佳伙伴”称号。

据悉，前期，杭州亚组委市场开发部邀请相关专家，从与亚运主题的契合度、成效影响力等维度，对赞助企业营销活动进行评选，共评选出18家企业的优秀营销案例，涵盖最佳整合营销奖、最佳科技与数字营销奖、最佳营销内容创意奖、最佳体验式营销奖及最佳代言资源激活奖五个奖项，以表彰并嘉奖表现突出的赞助企业。

作为杭州亚运会官方合作伙伴，盼盼食品邀约张雨霏、王思雨等多位优秀女性运动员担任品牌代言人，见证体育“她力量”，倾力传递健康拼搏的国民品牌理念。自官宣代言人至今，盼盼食品全方位、多维度开展宣传，其微博相关浏览量已突破千万，联动品牌50余家，获得极高关注，并由此获得了最佳代言资源激活奖的殊荣。

在答谢大会现场，亚组委也对赞助企业优秀个人进行了表彰，来自盼盼食品的肖森源荣获杭州第19届亚运会“最佳伙伴”称号。

“目前，杭州亚运会系列同款产品已经在全国范围、全售卖渠道同步上市。”盼盼食品相关负责人介绍，作为合作伙伴，盼盼食品将与四位运动员紧密合作，共同探索体育营销新领域，通过品牌与运动员的有机结合，将体育精神与健康理念传递给更广泛的受众，激励人们追求更高的目标与更积极的生活方式，进一步激发人们对体育事业的热爱与关注。

新夹克 新七匹狼

七匹狼发布品牌战略成果

本报讯（记者 施珊妹）日前，以“新夹克 新七匹狼”为主题的七匹狼品牌战略成果暨新品发布会在长沙举行。

发布会上，七匹狼董事长周少雄表示，通过不断思考、挖掘、创新与实践，七匹狼全方位重塑品牌，明确了“七匹狼=夹克专家”的品牌战略，开启全新的品牌战略升级，通过新产品、新形象、新营销，再次开创品牌发展新格局，并为中国男装企业转型升级探索出一条全新路径。

七匹狼的全新战略发布，获得了业内认可。撬动企业战略咨询董事长姚荣君分析，七匹狼在夹克领域拥有巨大的发展潜力，夹克一直被市场视为超级品类，其历史可追溯至300年前。如今，夹克已经演变成了多品类、多场景、多功能的满足男性日常着装需求的不可或缺的一部分。从1990年开始，七匹狼不断开创变色夹克、双面夹克、格子夹克等，积极参与夹克行业标准的制定，并持续与中国服装设计师协会合作进行夹克流行趋势研究，连续两年发布《中国时尚夹克流行白皮书》（2022年、2023年）。在竞争激烈的男装品牌市场，夹克专业领域成为七匹狼的特色，为品牌在同质化竞争中脱颖而出提供了巨大机会，巩固了七匹狼在男装高质量发展中的领导地位。

“在具体的产品研发层面，夹克市场已经从供给驱动、以增量跑马圈地的竞争态势，变成需求驱动、技术博弈的发展新环境。消费者迫切期待新科技给自己的着装带来全新体验。”周少雄表示，因此，七匹狼在双面夹克的科技创新上追求突破，打造“功能融合”的“智性体验”，推出更多科技赋能的夹克产品。

会上发布的超跑双面夹克新产品，正是七匹狼践行品质化、时尚化、科技化、环保化的创新之作。据悉，超跑双面夹克是七匹狼与意大利超跑设计之父ALDO跨界合作的成果，其突破服装设计的边界，用超跑设计来重塑夹克新经典，通过材料创新和智能技术优化，实现轻量化、透气性、防护性、智能温控等多种功能，成为夹克新物种。

未来，七匹狼将推出更多具有信息处理能力、能启动“数字化聚合”的智能夹克，并融入AI应用，在万物互联的世界里，让夹克成为开启智能世界的入口，将中国的“夹克专家”打造成世界夹克时尚的“创新之王”。

发布会上，七匹狼还公开其最新的“中国首家夹克旗舰店”和标准店等一系列店铺焕新形象，以及围绕终端展开的全域营销体系。

据周少雄介绍，七匹狼首创的“夹克旗舰店”是中国男装终端业态的又一次革命性创新。旗舰店中，融入了最新的人工智能技术，运用AI+大数据技术，高效运转私域流量池，进行人货场交互的数据沉淀；运用智能货架，实时感知顾客对当前商品的关注程度，精准洞察他们的购买意向，追踪消费数据，极大地提升店铺的运营效率和服务质量。

随着七匹狼“中国首家夹克旗舰店”的诞生，未来，一二线城市将以夹克旗舰大店及核心商圈多店布局，三四线城市将以城市俱乐部店为核心，面向城市主流人群，实现品牌全面焕新。

为推动终端销售的增长，七匹狼重构传统的“人、货、场”关系，实现了线上线下的深度融合。通过小红书精准种草、抖音O2O云零售本地生活精准引流、微信朋友圈投放，从而突破门店流量瓶颈；构建全域商品曝光与流转，打破销售空间限制，最大限度将商品进行全渠道的销售流通；通过搭建云零售直播间、社群私域建设和焕新等渠道与消费者进行深度互动，赋能终端销售。七匹狼新零售的“人、货、场”模式，不仅为顾客提供了更便捷、个性化、互动性更强的购物体验，也为品牌的数字化转型迈出关键一步。

汕头市纺织服装产业协会来晋座谈交流

本报讯（记者 施珊妹）近日，汕头市纺织服装产业协会近30名企业代表到晋江市泳装产业协会进行座谈交流。

座谈会上，双方就促进两地产业互补、展会合作、互相赋能及汕头产业园规划建设等事宜进行深入探讨。

首先，汕头市纺织服装产业协会常务副会长马庆宣分享了当下纺织服装产业的现状和未来规划。他指出，汕头市纺织服装产业与晋江市泳装产业一样，以贴身成衣面料为主，两地的产业结构较为相似，希望通过此次交流活动，能够促进两地企业更深入地合作。同时，他向与会企业介绍了汕头市即将打造的纺织产业园的相关情况，并希望借此机会邀请晋江泳装产业的企业家们前往参观考察。

接着，晋江市泳装产业协会监事长施志雄以鸿瀚公司当下应对市场环境转型成功为例，向与会的汕头纺织行业企业家分享两点，一是面料的跨界发展，二是持续创新进行产品衍生。他提出，大家应该主动求变，以企业创新来推动发展，用创新发展实力去影响行业变革。企业可以发挥弹力面料的舒适、弹力优势，将其特色功能应用到更多款式上，这样才能真正顺应时代潮流，实现协同发展。

紧接着，晋江市泳装产业协会常务副会长洪景欣针对号手服饰近年来与国内外各大运动品牌的合作方式进行分享，分析了品牌公司与普通企业的产品定位差异，以及高端泳装的发展空间。近年来，国际奢侈品牌不断加入高端泳衣行列。他认为，高端泳衣市场还有很大的发展空间等待挖掘，并鼓励企业往品牌方向拓展，做大市场。

晋江市泳装产业协会秘书长洪梓烽作了补充，他表示，创新发展是产业未来转型的必然道路，大家不仅需要拓宽行业视角，在产品技术上同样需要创新。很多传统企业缺少创新思维，专注于传统工艺，大家应该主动创新，运用新型的技术和潮流的审美能力去开拓创新吸引客户，进而拓宽客户群体。

最后，双方企业代表纷纷结合各自企业实际进行交流，现场气氛热烈。

本次交流活动不仅加深了两地产业的联系，也增进了双方的协作意愿。双方协会负责人表示，今后将进一步加强沟通与交流，共同推动纺织服装行业发展。