FILA签约顶级流量明星杨幂

本报讯（记者 柯国笠）日前，安踏集团旗下时尚运动品牌FILA宣布签约顶级流量明星杨幂为品牌新代言人。

合作消息发布后，FILA各大社交、电商平台流量增长明显，杨幂明星同款产品也在“双十一”电商大促收尾阶段被迅速带火。

作为国内顶级流量明星，杨幂出名于《神雕侠侣》（06版）“小东邪”郭襄一角，并在2011年出演《宫锁心玉》而爆红，成为国内知名的女明星之一。如今，在各大社交平台、媒体上，杨幂更被冠以街拍女王、时尚女王、穿搭女王等称号，其穿搭经常出圈、爆火，引发新潮流、新时尚。

作为国内时尚运动品类的中高端品牌代表，FILA签约杨幂也被认为是推动“顶级品牌”时尚引领战略的应有之举。公开资料显示，范思哲、雅诗兰黛、罗意威等国际高端品牌纷纷选择与杨幂合作，其商业价值得到一众大牌肯定。

FILA方面也表示，FILA的目标是成为行业内“时尚引领与菁英运动第一”，代言人的签约策略是目标实现的落地。

在签约杨幂的同时，FILA也发布了和英国VA博物馆的联名系列。该系列选取博物馆典藏的传奇设计师威廉·德·摩根艺术作品为元素，从T恤到针织衫，在高级运动时装的基础上将艺术与时尚进行融合。

“女性的独立性、多样化、创造力，是杨幂跟FILA在一起要输出的情绪价值。我们希望能激发更多FILA的核心消费女性人群感受到这种情绪价值。”FILA大中华区市场副总裁施睿表示。

今年，FILA在全球市场加大代言投资，还任命美国人气超模海莉·比伯（超级巨星贾斯汀·比伯妻子）为品牌的全球大使，走出品牌国际化全球布局的关键一步。据FILA品牌方透露，未来海莉也将参与部分产品的设计。

不只是流量明星，在过去几年间，FILA已经组建了超强代言人矩阵，陆续在海内外签下了多位品牌代言人和专业运动员。

根据安踏最新披露的数据，2023年第三季度，FILA的增速已经重回至10%~20%。FILA要在未来3年冲击400亿元至500亿元年营收规模。2022年，FILA营收为215.2亿元。

杨幂成为FILA新代言人。

安踏举行感恩之旅活动

本报讯（记者 柯国笠）近日，安踏集团面向生产一线员工举行的“感恩之旅”活动在晋江、厦门两地举行。本次感恩之旅的主题为“感恩有你，温暖前行”，为期4天，来自全国各地的40个员工家庭、106人参加活动。

记者了解到，每年安踏集团都会面向生产一线员工开展“感恩之星”评选，晋江、商丘、同安、长汀等四大生产基地的优秀员工都有机会参与选拔。今年，共有40名优秀员工获得该荣誉，并获得邀请家属一起体验员工豪华家庭游等活动的机会。

“安踏集团‘感恩之旅’活动从2012年开始举办，至今已有11年。”安踏集团董事局副主席助理沈毅告诉记者，公司借助活动感谢员工的辛苦付出，也感谢员工家属对员工工作的理解和支持。“我们希望家属能够亲眼看见他们的子女、父母、配偶的工作环境，以及安踏的公司文化，让他们更放心、更舒心。”

在4天的行程中，参与活动的员工和家属参观了安踏982博物馆、奥运餐厅、儿童之家、员工健身房等员工配套设施。同时，还在厦门搭乘游轮环游鼓浪屿，欣赏海上花园；在泉州漫步西街、参观海丝博物馆，并参与制作手工面线，品尝泉州美食，感受“世遗泉州”的魅力。在最后一天的感恩晚宴上，安踏集团还准备了节目表演、抽奖互动、生日惊喜等环节。

来自江西的黄松林是安踏集团晋江工艺事业部的一线员工。他告诉记者，因为工作忙碌，自己和家里老人团聚的机会屈指可数。“每次回家，家里老人总会心疼我们花钱。这次借着评上‘感恩之星’的机会，我把老丈人请来晋江，让他来看看我引以为傲的公司。”

记者了解到，此次参访的家属从走出家门的那一刻起，所有交通食宿费用都由安踏集团“包圆”。“从送机、接机，到车辆安排，我们都负责到底，让员工家属拎包踏上旅程。”安踏集团生产人力资源总监廖年清说，“我们希望员工为自己在这个企业工作而感到骄傲，也希望得到员工家属的认同。我想，我们要继续把这件事做下去。”

“感恩之旅”是安踏集团针对生产一线员工制定的常态化温暖活动。近年来，该集团还提出“与员工共生”的价值理念，针对员工推出更多福利，并出台32项福利政策，给予员工全方位的关怀。从员工子女入学，到儿童之家课后服务，再到设立和敏助学基金员工专项等保障，解决了员工的后顾之忧。

“今年，我们集团投入3500万元，在五里生产园区打造了行业领先的酒店式员工公寓，并已投入使用。”沈毅说，未来，集团还将继续在多个园区推广复制，将活动覆盖到更多员工，让员工享受企业发展的红利，让员工收入有保障、上班有体面、劳动有尊严、生活有关爱、成长有空间。

卡尔美体育与广州足球俱乐部达成战略合作

本报讯（记者 柯雅雅）日前，卡尔美体育与广州足球俱乐部正式达成战略合作。卡尔美体育成为广州队2024赛季运动装备赞助商。

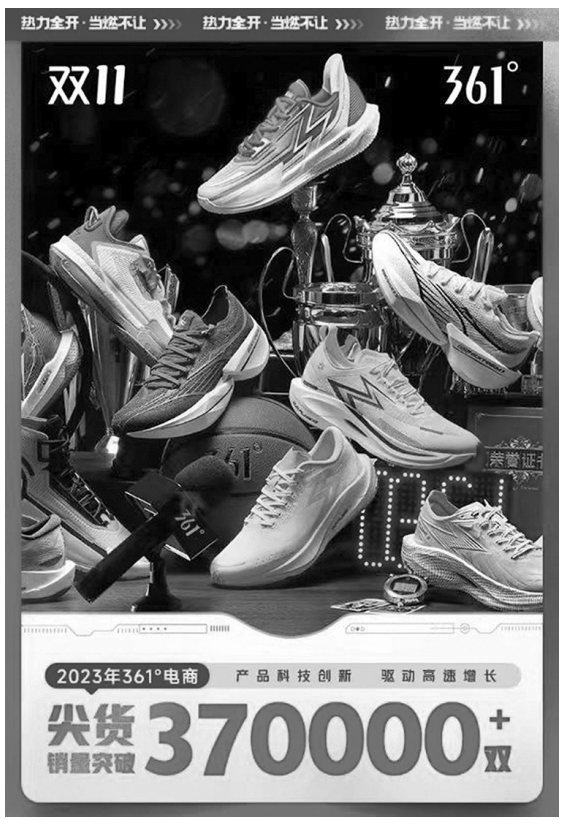
一直以来，卡尔美始终致力于支持和促进足球事业的发展，赞助范围涵盖西甲、英超、中甲、女超、青少年足球、校园足球等多个领域，完成了从校园足球到业余比赛，职业联赛到顶级赛事的全满贯赞助。

在合作签约仪式上，广州足球俱乐部董事长刘倩表示，希望未来在职业体育装备、俱乐部球迷产品开发等领域深化合作，共同探索中国职业足球俱乐部经营新模式。

“未来，卡尔美将倾品牌之力，以更专业的足球装备支持广州足球俱乐部，为广大球迷带来更多精彩的赛事，共同为广州足球的发展贡献力量，为中国足球的腾飞助力。”卡尔美董事长柯永祥说。

据悉，广州队是中甲联赛、中国足协杯，以及中国女子甲级联赛参赛俱乐部，2010年—2019年共获得17个冠军。值得一提的是，十年前，广州足球俱乐部曾捧起亚冠奖杯站上亚洲之巅。借广州队亚冠夺冠十周年之际，卡尔美推出CHAMP10NS系列纪念产品，致敬俱乐部亚冠荣耀十周年。

“双十一”电商尖货销量超37万双
361° 电商平台销售增速显著



本报讯（记者 柯雅雅）今年的“双十一”大促已告一段落，昨日，361°发布战报显示，“双十一”活动期内，361°飞飙Future、AG4-SOAR、轨迹5.0系列及女训新动2.0系列等多款产品销售表现出色，电商尖货销量超过37万双。

“可以说，我们在‘双十一’的激烈竞争中突出重围。”361°方面表示，这其中最为重要的是立足自身渠道及产品优势，实现业绩与品牌影响力的双效增长。

近年来，受社会环境变化，大众的工作、生活方式也随之改变，越来越多消费者选择线上购物。361°通过对大众消费习惯的洞察，加快推进品牌数字化转型升级，强化品牌电商渠道建设。目前，361°已实现在天猫、抖音等多个平台的常态化直播，构建了完善的直播带货体系，为线上销售提供了更充沛的流量，也带动了此次“双十一”电商业绩的再度突破。

其实，近3年来，361°线上渠道销售呈现持续高速增长态势，已成为业绩向上扩容的核心动力之一。值得一提的是，为拓宽线上渠道影响力，提升年轻一代对品牌的关注，361°打通次元壁，将品牌爆款尖货及联名新品在线上首发，吸引了众多体育爱好者及潮流人群的关注，在消费群体中积累了良好口碑。

除了布局渠道，361°持续强化专业运动对于品牌的驱动提升，实现了对重点人群的精准覆盖。

“361°围绕跑步、篮球、综训等核心品类持续深耕，通过自主IP等方式，持续增强与主流消费客群的链接。目前，集团‘三号赛道’‘触地即燃’‘女子健身局’等赛事、活动，均在对应圈层中取得显著成果。”361°方面指出，361°从主流客群消费特性出发，打造了一系列爆款尖货产品，以满足不同人群的个性化需求。

“双十一”期间，361°多款专业运动装备依托其专业性得到消费者认可。其中，专业精英马拉松竞速跑鞋飞飙Future得益于代言人、精英跑者在各地马拉松赛事上的强劲表现，备受跑圈及消费者关注，飞飙Future单品销量超1.1万双，飞燃2.5、飙速2.5pro等跑鞋销量均十分亮眼。

篮球方面，今夏，361°品牌代言人阿隆·戈登率队摘下NBA年度总冠军，也让品牌在篮球迷圈层中声名大震。受此影响，戈登签名战靴AG系列也成为众多篮球爱好者的购买选择。在近日举行的首届篮博会上，AG系列最新款AG4-SOAR就受到了篮球爱好者的抢购。“双十一”期间，AG系列再度热销，总销量突破1.1万双。同时，品牌BIG3系列多款产品销量超3万双大关，足见361°在篮球迷当中的影响力。

随着以“90后”“00后”为主的年轻人群成为消费主力军，大众运动偏好也出现一定转变，新生代更加追求刺激与新鲜感。面对市场主体的转变，361°主动响应市场趋势变化，拓展运动边界，围绕女训、电竞、滑板等领域进行布局。

“双十一”期间，361°新推出的新动2.0系列女训装备，凭借细腻柔软、舒适、裸感等特点，让女性朋友可以自由自在地运动，尽情享受流汗的快乐，成为众多运动潮流女性群体的心头好。

此外，361°持续发力运动潮流赛道，以产品为载体，不断与主流消费群体产生情感上的共鸣，并通过与高人气青年演员合作等方式输出品牌理念，获得年轻人群的高度认可。“双十一”期间，361°与全球代言人龚俊续写热爱轨迹，联合推出了轨迹5.0系列新品，累计销售量突破2万件；361°结合Web3.0时代潮流趋势的引领者“无聊猿”特性所推出的系列产品也受到年轻人群热捧，销量持续走高。

361°方面表示，后续，361°也会继续推进线上线下渠道布局，多维度发力电商营销，以更符合运动人群需求的产品回馈市场，推动品牌持续向上发展。

有情 有料 有温暖
鞋都电商城助力商户迎战“双十一”

本报讯（记者 施珊妹）一年一度的“11·11”购物狂欢节，电商企业迎来了一年中最为忙碌的节点。日前，鞋都电商城举办“双十一大战，火力全开”助力派对，为商户奋战“双十一”保驾护航。

该活动由鞋都电商城主办，中国民生银行泉州分行、晋江农商银行、京东共同协办。

“双十一”大促是广大电商企业提升销售额、业绩的重要契机。活动期间，各协办单位为鞋都电商城商户带来了不同的助力“能量”。民生银行在现场搭设民生服务台，为商户带来“双十一”金融服务，并定制专属庆功蛋糕及百杯能量咖啡，助力商户“双十一”大卖；京东平台带来“双十一”新商扶持福利政策，并向意向商户介绍“京东商家成长指南”；晋江农商银行为符合条件的商户提供资金支持，并现场为商户办理信贷业务。

作为运营方——鞋都电商城则为“双十一”加班的商户准备了丰富的面点、甜汤等补给物资；同时，为商户送去助力红包，寓意“好运”“好兆头”。现场还设置了“双十一”祈愿墙，商户纷纷在祈愿墙上写下“双十一”目标和对企业发展的美好愿景。

此次助力活动，除线下能量站外，线上助力也同步进行。早在10月30日，鞋库网就开启了“双十一”线上货源推广活动，设货源推荐专栏，以及男鞋、女鞋、跨境专区、工厂直供等专栏，将平台具有价格优势、品牌优势、品质优势、货源优势的店铺挑选出来，并做重点曝光推广。同时，发放百万平台补贴，帮助商户提升订单量。此次线上线下提供的助力，为商户的“双十一”备战提供了技术、物资等强力支持。

为迎接此次“双十一”，鞋都电商城做足了准备。11月初，鞋都电商城就组织、联合各大运营商提供免费网络巡检、共享打包区等服务。鞋都电商城负责人表示：“商户是电商城的财富，我们比任何人都想看到企业发展得更好、走得更长远。作为运营方，我们会尽最大努力去服务好商户，完善好基础配套设施，用专业的运营设备、运营手段，满足商户的生产、经营需求，在每一次商户有需要的时候，做他们最坚实的后盾！”

此次“双十一”，鞋都电商城多渠道、全方位的助力，让不少商户感到贴心。有商户表示：“鞋都电商城用实际行动服务、帮助商户，给了我们很大的鼓舞。‘双十一’备战期间，我们也享受到了很多鞋都电商城提供的服务。比如助力派对上的面点、甜汤，给我们带来了能量补给，不仅暖胃还暖心。看得到鞋都电商城在用心做好服务，相信未来电商城能够发展得越来越好。”

刘二海：“晋江速度”造就“晋江优势”

本报记者 吴晓艳

人物名片：刘二海，愉悦资本创始及执行合伙人，拥有20多年风险投资经验，主要投资案例包括蔚来汽车、途虎养车、瑞幸咖啡等知名项目，先后获得“《福布斯》全球最佳科技投资百人”“投中网中国TOP100创投人”“《财富》中文版中国最具影响力的30位投资人”等荣誉。

愉悦资本是一家专注于早期科技创新企业投资的VC机构，成立于2015年，长期、持续支持构建新基础设施的核心技术，以及诸多万亿行业基于新基础设施的重构。

日前，知名投资机构愉悦资本携手多家企业机构走进晋江考察。其间，愉悦资本创始及执行合伙人刘二海接受本报记者专访。

晋江经济报：这次来晋江考察，哪些方面令您印象深刻？您是怎么看待晋江营商环境的？

刘二海：来到美丽的晋江，心情非常愉悦。

晋江是创业之城，爱拼敢赢精神远播四方，这都是企业家精神的重要体现。愉悦资本长期专注于科技和创新领域的投资，晋江的创业精神，让我们倍感亲切，也深感蕴含着丰富的机会。

晋江的营商环境非常好，党委政府高效务实，是真正的服务型政府，特别是在省委、省政府新时期民营经济强省战略的指引下，招商引资力度大，多举措并行，让我们感到未来可期。以我们的成员企业优信集团为例，从晋江市领导到京考察，到签署合作协议，前后不到一个月，我愿称之为“晋江速度”。

我认为“晋江速度”的背后是晋江市委、市政府在真正践行“晋江经验”，相信晋江的高质量发展之路一定会越走越好。

晋江经济报：能否谈一谈愉悦资本与晋江的合作空间，未来将聚焦哪些领域？

刘二海：这次来晋江，是对晋江市领导到北京考察的回访。我们带来了一大批优秀的企业家，也和晋江进行了密集的针对性交流对接，还签署了“优信汽车生态升级智造产业园”项目协议。

愉悦资本合伙人有超过20年的投资经验，不少投资项目都深刻改变了人们的生活方式，比如蔚来汽车、途虎养车、摩拜单车、优信集团、瑞幸咖啡、夸父食品等。我们坚持“面向根据地”的投资策略，在汽车、新能源、硬科技、创新消费等领域都有大量布局，接下来也会继续坚持在这些领域布局。

“投资一家基金，落地一批项目，形成产业集群”是我们的宗旨。我们高度重视与地方合作，此前就帮助安徽省投资引入蔚来汽车，推动了合肥汽车产业发展。这次走进晋江，我们将着力达成企业家获得良好支持、地方获得优质产业、基金获得优异回报的“三赢”局面。

晋江经济报：对于晋江打造中国民营经济强市，您认为存在哪些优势？

刘二海：晋江是民营经济的热土，这里区位优势明显、基础设施完备、拥有很多世界级别的产业集群；同时，晋江有重商、亲商传统和一大批极具创业精神的企业家，政府招商引资的力度也非常大，这些放在全国都是很拿得出手的优势。

目前，我国正处于新旧动能转换加快的重要时期、推动高质量发展的关键时期，蕴含着巨大的发展机遇。立足当前、着眼长远，晋江要促进传统产业转型升级，带动新兴产业加速成长。我看到晋江也在反复提倡创新驱动发展战略，对人才引进、产业发展等方面的利好政策层层加码，并取得很好成绩，相信假以时日，必能大成。

晋江经济报：作为一家主要投资于早期及成长期科技创新领域的VC机构，愉悦资本如何理解“创新”？

刘二海：发展的原动力就是创新，但创新早期往往以“非共识”的面貌呈现。因为它突破了被广泛接受的既有认知，没有人认为这个事可行。因此，创新都是有风险的。

这要求VC机构有判断能力。同时，增值服务也非常重要，要在企业发展的关键节点，协助企业做出正确决策。

晋江经济报：作为投资机构，对晋江企业的发展方向有什么建议？

刘二海：晋江企业在“出海”方面有着悠久的历史和出色的成绩。当下，全球化进入3.0阶段，和之前相比有很大变化，主要体现在：从诞生开始就是全球化公司（Born global）；从“世界是平的”到更加注重和本地利益相关方合作；数字基础设施作用大大加强；更加强调ESG，碳中和成为全球共同利益。对此，我建议企业“出海”方式要注意迭代进化。