

创新发展“晋江经验” 促进民营经济高质量发展

2024年1月2日 星期二 编辑_柯国笠 校对_杨晨辉 设计_柯伟仁 电话0595-82003110

2023年对于361°来说,是一个值得铭记的重要年份。20年前,361°品牌正式成立,经过20年的不断成长,迎变突破,全速向上。

作为中国体育运动市场的代表品牌之一,361°在20年的成长中展现出了强大的经营韧性和发展活力,在消费市场与资本市场得到积极反响,实现销量与口碑的“双丰收”。

未来,361°将持续助力中国体育事业发展,与亿万人同行,共赴运动热爱。

民族品牌助力中国体育 361° 穿越周期 全速向上

本报记者 柯雅雅

聚焦资源强化主品牌 助力品牌势头再涨

2023年,361°在品牌创立20周年之际遇上杭州亚运会,这成为361°在新起点开启向上通道的重要契机。

从2010年到2023年,361°连续助力四届亚运会,13年来坚持“多一度热爱”,不断成长。亚运会见证了361°不断创新、坚持突破、凝聚热爱、持续向上的过程,更见证了361°这一民族体育品牌走向世界舞台,在亚运会历史中留下专属中国的体育记忆。

伴随着杭州亚运会开幕,在全民健身号召下,体育运动迎来新一轮热潮,体育行业迎来新机遇。而361°也将顺势而起,紧贴市场需求,探索更多的运动领域,以专业实力推动中国乃至亚洲体育事业的蓬勃发展。

此次,361°为火炬手、护跑手、志愿者、技术官员、安保人员等提供赛事官方体育服饰装备,也与3.76万名“小青荷”一起,提供最具专业性的赛事保障服务;同时,还携手中央广播电视总台,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赛场。

值得一提的是,在杭州亚运会火炬传递活动的收官阶段,361°执行董事兼总裁丁伍号的熟悉面孔再次出现在观众面前。从2010年的广州亚运会,到2023年杭州亚运会,连续四次举起圣火,丁伍号以“领路人”的身份向外界述说着361°的成长,向世界诠释361°“中国热爱 多一度”的理念。

凭借对亚运事业的长期支持,亚洲奥林匹克理事会特别授予361°“亚运会杰出贡献奖”。这也是该组织首次向企业授予的官方最高级别奖项。

通过亚运会这一世界顶级体育赛事,361°成功将所积累的品牌声誉转化为商业影响力和号召力,进一步巩固了品牌在体育界的地位。

此前,361°就曾对外表示,“361°的核心资产就是361°这个品牌,所以我们愿意将核心资源向这个品牌倾斜。核心资源聚焦在单点,可以在短时间内实现爆发。而这对于当下的361°品牌而言,有机会创造出新一轮的品牌影响力。”

近年来,361°持续聚焦资源,强化主品牌优势,丰富跑步、篮球、综训及运动潮流方面的资源矩阵,鼎力支持多支国家队,赞助马拉松精英跑者,签约运动名将和演艺明星为品牌代言人等,增强361°品牌竞争力。

与此同时,361°始终坚持在科研创新方面投入资源,不断提升自主创新能力。经过多年的发展,361°逐步建立起了拥有自主知识产权的专业运动功能体系,进一步强化专业运动核心竞争力,为消费者打造了丰富的运动装备矩阵。

聚焦“主品牌”的市场打法,给361°带来了明显的变化,不但让361°在消费市场取得亮眼表现,更在资本市场收获肯定。

在充满挑战的2022年中,361°保持着17.3%的高速增长,营收达到69.6亿元。在受行业复苏以及复杂多变等多重因素影响的2023年上半年中,361°依靠着双驱动策略,经营持续向好趋势,收入保持高速增长。2023年361°收到资本市场的好消息——361°纳入沪港通,3月13日起生效。361°继2022年9月5日获纳入深港通股票名单后,进一步打开面向内地投资者的渠道。

“多一度热爱”的361°不断突破自我、业绩向好,让消费者感受到一个有专业度、有态度、有潮流感、有个性、有文化底蕴的361°。

通过亚运会这一世界顶级体育赛事,361°成功将所积累的品牌声誉转化为商业影响力和号召力,进一步巩固了品牌在体育界的地位。

此前,361°就曾对外表示,“361°的核心资产就是361°这个品牌,所以我们愿意将核心资源向这个品牌倾斜。核心资源聚焦在单点,可以在短时间内实现爆发。而这对于当下的361°品牌而言,有机会创造出新一轮的品牌影响力。”



核心品类多维度发力 驱动品牌力跨越提升

2023年快结束的时候,361°给业界放出了一个重磅消息。2023年12月25日,361°正式官宣,NBA球星尼古拉·约基奇成为361°全球品牌代言人,双方将围绕篮球展开深度合作,传递“多一度热爱”的运动精神,共同推进篮球事业发展。与约基奇达成合作,成为361°品牌20周年的“压轴礼物”。

NBA现役第一人与中国运动品牌达成合作,这是多年以前许多国内球迷难以想象的。361°成功赢得了顶级球员的肯定。

而在2023年6月13日,作为品牌代言人的阿隆·戈登也给361°送上了一份特别的“20周年礼物”——阿隆·戈登身穿中国品牌战靴,帮助丹佛掘金夺得队史首座NBA总冠军奖杯。他在攻防两端出色发挥,是球队当中表现最为稳定的主力球员。

这几年,361°篮球迸发强劲势能,361°在NBA球星、中国本土球员、女子篮球及青少年训练等多个领域

完成布局,不断完善篮球产品代言人矩阵,已经成功在篮球受众群体中树立起了专业的篮球品牌形象。

除了篮球,在跑步领域的发力,也体现出361°“专业运动”的核心竞争力。

品牌创立20周年之际,杭州亚运会倒计时20天之时,361°特地选择在2023年9月3日在杭州铺开一条“梦想赛道”——发布了全新“赛道梦想计划”,并提出全新跑步策略——“赛道在你脚下”,构建了自上而下的跑者服务体系,为每一位中国跑者提供全方位的支持与服务,助力他们在自己的专属赛道实现跑步梦想。

12月27日,在361°每一年的第361天召开的品牌日上,361°以“碳索更快”为主题,现场发布了“CQT碳临界跑步专业矩阵”,并举办了2023年度“三号赛道10KM年度总决赛”。361°以科技赋能绿色低碳发展,用赛事形式检验专业竞速产品实战表现,助力中国跑步事业发展。

在入局篮球、跑步领域后,361°从产品、服务、赛事等多维度进行全方位构建,如今成绩斐然,跑鞋及篮球鞋产品获多项行业殊荣,并已形成矩阵。

此外,361°持续发力自主IP,接连打造了“三号赛道”“触地即燃”“女子健身局”等体育IP赛事活动,形成了集线上、线下一体的专属体育生态圈。同时,361°积极开拓电竞、滑板等新兴运动赛道,实现与年轻人群的思维同频,把握新兴消费趋势。

如今看来,“专业运动驱动品牌,以运动潮流驱动生意”的双驱动策略也取得了成效。361°希望通过专业让品牌在保有运动基因的同时,紧抓消费者对于潮流的需求,从而赢得更多年轻消费者。

持续加码科技创新 构建品牌护城河

减碳环保如何落地?361°的策略是落实到科技与产品上。“绿色”是杭州亚运会的重要办赛理念之一,也是这次亚运会的“主色调”。在绿色办赛理念的带动下,361°坚持通过科技的力量,为绿色经济赋能。

2023年12月27日361°品牌日上,361°将CQT碳临界科技全新升级,并以此项硬核科技为基础,构建了“CQT碳临界跑步专业矩阵”,飞燃3、飞燃FUTURE1.5、飞燃2 ET、速湃Float四款跑鞋联袂登场。在CQT碳临界科技的助力下,四款新品以不同的定位和特性,为跑者提供全新支持。

去年,CQT碳临界科技问世后,361°篮球、跑步中的核心产品就率先搭载了这项新技术,覆盖了AG3 PRO、DVDI篮球鞋、飞燃II马拉松竞速跑鞋和碳速跑鞋。361°是国内体育用品行业首个提出并践行“碳捕捉”概念的品牌。新科技应用的核心产品上,一方面彰显了361°在减碳环保方面的决心,另一方面也表明品牌对新技术的足够信心。

据悉,目前,使用了CQT碳临界科技的篮球鞋占篮球产品规划总量约30%,361°计划未来将其提升至超过50%。此外,361°将逐步提高环保超临界技术在成鞋中的应用比例,逐渐取代化学发泡技术,沿着低碳环保的方向继续向前。

2023年12月26日的NBA常规赛,掘金队击败勇士队,约基奇全场18罚全中,砍下26分14个篮板8次助攻,追平队史罚球全中纪录,打破本赛季联盟单场罚球全中纪录,该数据并列NBA历史第六位。值得关注的是,约基奇参赛所穿球鞋,正是361°

为其专门定制的搭载了CQT碳临界科技的BIG3 FUTURE战靴。

这双被尼古拉·约基奇赞不绝口的球鞋采用了361°独特的球鞋技术。据悉,BIG3 FUTURE搭载BIG3 FUTURE SOAR SYSTEM中底科技,很大程度上提高了篮球鞋的回弹、缓震和推进感等专业性性能。

不论是CQT碳临界科技还是BIG3 FUTURE,都只是361°持续加码科技研发的一个缩影。

经历多年发展,运动鞋服行业留下的全部是成熟玩家,市场竞争异常激烈残酷。在“卷技术”“卷新品推出速度”“卷设计”的背景下,科技创新是运动鞋服品牌立足市场、构建品牌护城河的关键。

瞄准专业性和舒适度的用户痛点,361°在2017年成立了研发中心并不断加大研发投入。连续多年,361°研发投入占比处在行业领先地位,坚持将科技创新作为品牌发展的原动力,不断推陈出新,用研创打造绿色增长新引擎。

得益于高强度研发和对供应链的把控,361°在激战正酣的运动鞋服市场中逐渐建起了一条属于自己的品牌发展护城河,以专业助力体育事业,为消费者带来具备前沿技术的运动鞋服产品,让每个人都能享受运动的乐趣。

现如今的361°坚持“与热爱同行”,以科技为内生动力,用专业提升品牌影响力,实现在品牌、产品、商业生态、人才培养、社会责任等多维度的持续向上,企业保持高速增长,打开了更广阔的发展空间,为推动中国体育产业的发展做出积极贡献。

