上市公司圈

亚玛芬体育正式冲刺纽交所IPO

本报讯（记者 柯国笠）近日，安踏集团旗下的亚玛芬体育（Amer Sports）在其官网正式宣布，该公司已向美国证券交易委员会（SEC）公开提交F-1表格注册声明，内容涉及普通股的首次公开募股（IPO）计划。

亚玛芬体育称，已申请将其普通股在纽约证券交易所上市，股票代码为“AS”，但公司计划发行的股票数量及IPO价格范围都尚未确定。此次IPO的主承销商汇集高盛、美银证券、小摩、大摩等国际著名金融机构。

这一声明也证实了此前一再传出的“亚玛芬提交美国IPO文件，计划最早2024年年初上市”的消息。

作为安踏集团的重要部分，亚玛芬体育拥有包括始祖鸟、阿托米克、萨洛蒙、威尔胜、壁克峰等在内的国际知名品牌。其中，始祖鸟、萨洛蒙已经在中国一线市场成功打开局面，被众多消费者热捧，而威尔胜凭借对NBA的赞助，也获得不错的市场表现。

2018年年底，由安踏体育、方源资本、Anamered Investments（加拿大瑜伽服装公司Lululemon的创始人Chip Wilson持有的投资公司）及腾讯组成的投资者财团，通过共同成立新公司，以现金要约收购亚玛芬体育所有已发行及发行在外的股份，最终在2019年初以46.6亿欧元的价格成功完成了收购。这也成为迄今为止中国体育用品行业完成的最大一笔跨国收购。

根据安踏2021年财报显示，亚玛芬体育公司为AS Holding的全资附属公司，截至2021年12月31日，安踏持有AS Holding 52.70%的股权。如果上市成功，安踏集团将成为最大受益方。

亚玛芬的市场表现也给了其IPO的底气。

根据亚玛芬的声明，亚玛芬2020年、2021年、2022年及2023年的前三季度分别实现营收24.46亿美元、30.67亿美元、35.49亿美元和30.53亿美元，毛利率分别为47.0%、49.1%、49.7%和52.2%。综合来看，2020年至2022年期间，亚玛芬的复合年增长率为20.4%。

而根据安踏集团财报，2022年，AS Holding收益增长21.8%，创该合营公司之历史新高，首次为安踏集团贡献了约2800万元的利润。

国内市场的增长极大地带动了亚玛芬体育的整体表现。

完成收购后，在善于品牌运营的安踏集团的操盘下，国内市场成为亚玛芬体育的重要增长和布局市场——截至2023年9月30日，亚玛芬体育在大中华区拥有63家始祖鸟自营零售店，占全球总门店数的近一半；拥有30家萨洛蒙自营零售店和67家分销店，远高于2019年的13家。

销售数据增长则更加惊人。2020年至2022年，亚玛芬体育在大中华区的收入从2.02亿美元涨至5.24亿美元，年复合增长率达60.9%。2023年前三季度，大中华区为亚玛芬贡献营收5.93亿美元，同比增长约67.6%。

在最初的发展计划里，安踏集团曾表示，亚玛芬未来将强化中国、北美与欧洲三大市场的发展，到2025年实现5个“10亿欧元的发展计划”，即将始祖鸟Arc’teryx、萨洛蒙Salomon和威尔逊Wilson三大品牌分别打造成为“10亿欧元”的品牌。亚玛芬也成为安踏集团国际化战略中的重要一环。

坚持长期主义 打造区域龙头

舒华体育2024年度大会举行

本报讯（记者 柯雅雅）日前，舒华体育2024年度大会在泉州举行。此次大会以“科学赋能 以质取胜”为主题，舒华体育公司高层、采购供应商、经销商及客户等460多人齐聚一堂，共同回顾2023年的成绩与挑战，展望2024年的发展机遇与目标。

“2023年是舒华体育主动求变、寻求突围的一年。”舒华体育董事长兼总裁张维建表示，这一年，舒华坚持精产品、强品牌、深渠道、高效率的战略导向，不仅巩固了原有的器材业务，还全力推动了健身连锁业务的发展，拓展了海外市场，实现从0到1的探索。

2023年，舒华顺利完成了亚运会的服务工作，累计接待超2.7万人次，并收获了大量的好评。这一标志性项目的成功，使舒华品牌的影响力再次得到显著提升。在这一年，舒华体育的产品还入选了工信部“创新消费品”名单，亮相德国FIBO国际健身展，一举斩获“2023年领先体育装备器材设施品牌”“2023国民品牌优秀案例创新突破奖”“市场质量信用AAA级企业”等殊荣，并入选企业标准“领跑者”榜单，成绩斐然。

在科学运动领域，舒华与中国体育科学学会达成为期3年的战略合作，共同推动体育科学技术创新和科学健身服务的发展。这一合作将为舒华带来更多的科研资源和专业支持，进一步强化其在科学运动服务领域的卓越地位。在渠道拓展方面，特别是在海外市场的拓展，舒华体育成功进入欧洲及北美等多个空白市场和渠道，为品牌在全球范围内发展打下了更为坚实的基础。

各项业务的蓬勃发展离不开舒华对“精产品”战略的坚持。舒华体育总裁特别助理侍勇在演讲中对“精产品”战略进行深入解码，并详细阐述了实施计划。舒华体育强化用户研究、技术实现和测试验证环节的标准和能力，进一步提升产品性能和用户体验，精设计、精制造、精品质，强化设计、优化服务，并严格管控制造过程。

大会现场还设置了产品展示区，与会者可亲身体验V9+智能商用跑步机、I5智能跑步机，以及G698力量训练器等最新产品。这些产品代表了舒华体育在技术和设计方面的最新突破，充分体现了“精产品”战略的核心理念。

舒华体育副总裁李晓峰对舒华健身连锁业务进行了介绍。通过市场调研和策略制定，积极开拓新的业务领域，舒华体育的健身连锁业务在这一年也有重大进展。截至2023年12月，舒华健身已累计启动直营店和加盟店17家，覆盖福建、上海、北京、江苏等地。2024—2025年，舒华健身计划加快布局，全力开展加盟工作。

随着人们对健康生活的关注度不断提高，未来大健康产业的前景将愈发广阔，张维建指出，舒华体育将继续聚焦健身器材行业、科学健身服务和企业健康管理三个业务模块，积极探索多元化的业务模式，坚持长期主义，打造区域龙头，争取在2030年实现“开设5000家门店、用5万个教练服务500万个C端用户+1万家B端企业”的愿景，进而实现企业的百亿目标。

值得一提的是，为表彰2023年在各个领域中表现出色的个人和团队，舒华体育在大会上颁发了包括卓越奋斗者、匠心人物、销售之星、优秀导师、卓越团队、最佳改善团队、总裁特别奖和精品奖在内的多个奖项。获奖者在各自的岗位上以卓越的表现、精湛的技艺、创新的精神和对事业的执着追求，诠释了舒华体育的企业价值观。

推动制造智能升级 智能系统研讨会在晋举行

本报讯（记者 柯国笠）近日，智能系统研讨会在晋江举行。来自全国各地的智能控制领域专家学者、相关企业负责人围绕机器人控制与智能系统多个技术方向进行深入交流和探讨。

值得一提的是，会议还邀请中国计算机学会智能机器人专业委员会副主任、中国科学院自动化所研究员侯增广教授，中国计算机学会智能机器人专业委员会秘书长、山东大学研究员屠长河教授作主题报告，内容涵盖机器人软硬件设计、机器视觉与图像处理、人工智能与机器学习、机器人传感与数据融合、机器人导航与定位等多个方面，展示了相关领域的最新研究进展和未来趋势。

主办方表示，会议的成功举办，不仅为智能系统领域的专家学者提供了一个展示最新研究成果的平台，更为推动福建省在该领域的技术创新和实际应用提供了有效指导，帮助推动相关行业智能数字化转型。

本次会议由福建省智能控制科技经济融合服务平台、福建省机器人智能控制工程技术研究中心与泉州职业技术大学联合主办。

永兴东润携手中国儿基会 建设“儿童快乐家园”

本报讯（记者 施珊妹）近日，湖南省益阳市赫山区银东社区的“儿童快乐家园”（以下简称“家园”）揭牌投用，中国儿童少年基金会携手爱心企业永兴东润服饰股份有限公司前往探访，了解企业捐建家园的实际运行情况，并为孩子们送去儿童智能电话手表、文具、书包、服装等暖心礼物。

据悉，该家园占地面积370平方米，建有室内和室外两个活动区，配备电脑、图书、音乐器材、文体用品、儿童玩具等较完善的硬件设施、设备，为孩子们提供了集学习、阅读、文体活动于一体的“快乐小天地”。

活动当日，探访人员和孩子们在家园里上了一堂生动的书画课，引导孩子们画出对美好生活的向往和热爱；深入社区困难儿童家庭，将羽绒服、运动服等御寒冬装及文具等礼物送到孩子手中，为孩子及其家庭送去温暖和关爱。

永兴东润服饰股份有限公司计划自2022年起至2026年，向中国儿童少年基金会捐赠善款500万元，用于支持“儿童快乐家园”公益项目。截至目前，由该企业捐建的10所“儿童快乐家园”已在福建、四川、黑龙江等地建成投用。此外，该企业还向云南、甘肃、青海等省份的9个县捐赠价值超500万元的儿童服装等物资。永兴东润方面表示，未来，还将进一步深化与中国儿童少年基金会的紧密合作，用心用情助力更多儿童健康成长、全面发展。

厦马破3跑者361° 穿着率翻倍增长

本报讯（记者 柯雅雅）日前，2024厦门马拉松（以下简称“厦马”）在厦门国际会展中心鸣枪开赛。361°在该场赛事中表现出色，第三方媒体数据显示，破3跑者的361°跑鞋穿着率从去年的8.2%飙升至17.2%，实现翻倍增长。

厦门马拉松创办于2003年，是世界田联认证的精英白金标赛事。本届厦马作为2024年开年第一场重量级马拉松赛事，收获了众多跑者的关注，共汇集了约3万名跑者参与。361°同样对赛事高度重视，不仅组织多名跑步代言人及精英跑者亮相赛场，还组建了“三号赛道”精英战队征战厦马，以最新发布的CQT碳临界跑步专业矩阵跑鞋装备助力跑者冲击PB（个人最佳成绩）。

本场比赛中，作为361°“CQT碳临界跑步专业矩阵”主打产品，飞燃3表现十分出色。飞燃3应用了全新的CQT FLAME尼龙颗粒超临界发泡工艺，中底材料抗撕裂性能、耐久性得到提高，能量回馈88%+。同时，整体比重低于0.13，42码以下的鞋品重量不足200g。而独创的动态碳板设计，可适应跑者脚部不同部位在竞速场景中对不同硬度的需求，增强前掌回弹感受。

此外，飞燃3加入了独创的“碳丝科技”面料，应用回收的二氧化碳参与造纱或染纱过程，减少化学助剂使用，在增强纱线回弹的同时，降低鞋面重量；大面采用贴肤透孔透气的绞综织法，保证长距离运动中的通风透气、足部清爽及鞋面耐用度，是适用范围广泛、可“零门槛”驾驭的“全民超跑”。

不止飞燃3，“CQT碳临界跑步专业矩阵”中的飞飚Future1.5，以及马拉松赛道猛兽飞飚Future等多款361°跑鞋都备受跑者好评，均位列破3跑者跑鞋穿着率排行榜TOP10，足见实力。

近年来，伴随体育热潮的持续推进，中国路跑市场步入强势发展阶段。面对行业趋势及大众跑者的需求变化，361°紧抓时代机遇，在跑步领域持续深耕，持续深入完善赛道布局，一方面发力研创，提升产品性能；另一方面，依托知名体育运动品牌的资源集聚优势，打造自主IP赛事“三号赛道”，带动品牌专业化形象提升。

其中，“三号赛道”10KM竞速系列赛作为361°针对精英跑者追求速度而设的高水平赛事，近几年在跑圈的影响力日益增强，已成为国内最具知名度的品牌赛事之一。2023年，“三号赛道10KM竞速系列赛”接连在郑州、石家庄等9城举办了10场落地赛事，并于361°品牌日期间在厦门举办了年度总决赛。

赛事之外，361°还依托办赛的资源优势，建立了多个跑步专业社群，打造了覆盖全国的区域“三号赛道”跑团联盟，以陪伴者和鼓励者的角色，为跑者提供全产品、全方位的跑步体验。目前，“三号赛道”跑步社群人数已经超过8万名，精英跑者逾万人，助力品牌实现在跑者圈层的穿透性传播。

为进一步助力中国路跑事业发展，361°升级跑步策略发布“赛道梦想计划”，构建了自上而下的跑者服务体系，助力更多跑者圆梦赛道。本届厦马期间，361°代言人、精英跑者及“三号赛道”跑团的出色表现，也是集团“赛道梦想计划”的强背书。接下来，361°将持续在跑步领域发力，强化品牌的专业形象和运动属性，以更优质的产品和更贴心的服务为跑者赋能。

361° 全新推出 轻户外产品“轻野”系列

本报记者 柯雅雅

从飞盘到陆冲，从City walk到City ride，户外运动出游正成为新的生活方式和社交名片。户外服饰成为行业与消费者之间的链接纽带，361°深入洞察行业趋势及消费者需求变化，全新推出轻户外产品“轻野”系列，打破时间与空间局限，让消费者尽情探索世界美好，享受健康轻量化的生活。

伴随“轻野”系列上市，361°联合全球品牌代言人龚俊发布专题态度视频《大世界 轻野行》，向广大消费者发起邀约。在361°看来，“轻野行”不仅是对产品力的描述，更意在提醒用户，“走出去这点事，轻点也行”；而“轻野”将帮助他们从“轻”出发，丈量人生的旷野，探索未来无限可能。

361°方面介绍，“轻野”在设计方面进行了充分考量，结合轻量户外的需求及山野文化的特点与元素，打造了兼具防护性、运动舒适性的系列产品，以科技赋能轻量穿感，以积极态度充盈日常生活与穿搭方式，给予消费者最安心、自如的户外运动体验。

“轻野”系列产品外层采用梭织工艺，具备“防泼水、防油、防污”特点，使衣物保持干爽、干净；内层则以针织工艺为基础，兼具吸湿与速干的特性。同时，“轻野”系列产品也针对户外运动设计弹力裤装，零束科技使其具有良好的弹力伸展性，减少消费者户外运动束缚，提升舒适度和运动表现，自如穿梭林野之间；而其潮流的拼接设计，符合城市与户外多场景通用的特性，让消费者在通勤、散步等生活场景中无缝转化穿搭模式。

据悉，目前“轻野”系列已在361°天猫、京东、抖音官方旗舰店及线下各大门店同步启售，并推出各项惠购活动。值得一提的是，361°在成都春熙路旗舰店打造“野行驿站”，邀请消费者前往门店打卡，一起为露营做“减法”，沉浸式感受更“快”更“轻”的户外轻露营便捷体验。

此次，“轻野”系列发布是361°对于户外领域的一次全新探索，更是对于重塑生活理念与生活方式的积极尝试。接下来，361°将以产品为依托，持续创新表达，满足消费者的生活需求，增强日常的体验感与仪式感，为消费者的品质生活赋能。

致敬警察节 泉州机场公安花式宣传

本报讯（记者 吴晓艳 通讯员 陈青 林景纯）为庆祝第四个中国人民警察节，近日，泉州机场公安分局联合泉州市公安局、晋江市公安局、泉州晋江国际机场、晋江市双沟小学等单位，结合机场旅客流动性大的特点，组织开展“砥砺奋进110，一心为民保安宁”主题宣传暨“爱民月”实践活动。

活动中，晋江市双沟小学学生带来了《红星闪闪》《习语妙典》等精彩的节目表演，向人民警察表达诚挚的祝福。随后，民警、志愿者深入航站楼，通过摆放宣传展板、发放宣传资料、播放宣传片、提供法律咨询等多种形式，与旅客互动交流，宣传如何预防诈骗、防范恐怖主义、辨别毒品、维护净空安全等知识，以及相关法律法规。

现场，民警深入浅出地讲解相关知识，精彩的内容引来旅客的驻足围观和阵阵掌声。活动还设置了反诈骗有奖问答环节，答对即可领取精美的飞机模型。一时间，旅客热情高涨、踊跃抢答。

“现在，警察的服务面越来越宽，对市民的帮助也更广，让人安全感十足。祝所有警察节日快乐！”旅客王先生表示，此次宣传内容翔实，让他对防范诈骗、毒品，以及相关法律法规有了更深的认识。

此外，针对春节前机场客流量持续增长的特点，民警、志愿者还立足岗位强化各类便民措施，主动为旅客群众提供帮助，做好事、办实事，竭尽全力让每一名旅客把平安带回家。据统计，活动期间，共展出宣传展板30块，向旅客发放宣传资料3000多份，接受旅客咨询200人次，送出飞机模型礼品300多份。