

科技赋能专业运动
361°亮相2024晋江鞋(体)博会

本报记者 柯雅雅 董严军

4月19日—22日,第二十五届中国(晋江)国际鞋业暨第八届中国国际体育产业博览会[以下简称“鞋(体)博会”]在晋江国际会展中心隆重举行。361°携旗下多款尖货亮相,分跑步、篮球、海外、儿童四大展区,充分呈现361°在专业运动领域的科技创新成果,受到与会观众和媒体的广泛关注。



BIG3 5.0

“CQT 碳临界”构建四大专业跑步矩阵

近几年,围绕跑步运动,361°不断加快科技向产品转化进程,以最新CQT碳临界科技持续赋能,构建顶级竞速、专业竞速、场地训练、畅快开跑四大专业跑步矩阵,满足不同跑者的需求。

顶级竞速矩阵的飞燃FUTURE 1.5,自上市以来便受到许多专业马拉松运动员的认可,超过90%的能量回馈造就了它强劲的助推性能,堪称“赛道加速器”。该款跑鞋已助力361°品牌代言人李子成及多位精英跑者登上领奖台。而专业竞速矩阵的飞燃3拥有卓越的性能和舒适的穿着体验,上市以来销量节节攀升,深受专业跑者及广大跑步爱好者的喜爱。今年,361°跑步代言人管油胜多次上脚飞燃3,拿下日本琵琶湖、苏州等马拉松赛冠军,该产品强劲的专业实力展现得淋漓尽致。

此次,361°还展示了面向场地训练的飏速3Pro,其独特的尼龙玻纤设计,且拥有抓地超耐磨、稳定推进的出色表现,堪称“金牌体测教练”。而畅快开跑矩阵的疾风CQT,集“弹”“稳”“透”三大特点于一身,满足进阶跑、健身跑、日常穿着等多种需求。

361°始终坚持以科技创新为核心,深耕跑步领域,以用户需求为导向,四大专业跑步矩阵呈现出差异化的运动设计和性能表现,为跑者提供更完美的运动体验。

在海外展区,屡获佳绩的361°海外线专业跑鞋集体亮相,包括LYNX、MERAKI等多款热销尖货。361°致力于在多种设计风格和材质工艺上适配全球各地跑者的不同需求。

据悉,目前,361°海外门店遍及全球各地,2023年旗下尖货CENTAURI更是获评美

国权威杂志《跑者世界》2023五双最佳跑步训练鞋之一。近期,361°海外网站也成功上线,标志着国际化布局日趋完善,进一步夯实了361°国际化品牌定位,提升其在国际上的影响力。

361°以科技赋能绿色低碳发展,自主研发的“CQT 碳临界科技”再升级,持续打造自主IP赛事“三号赛道”,发布全新“赛道梦想计划”,并提出全新跑步策略——“赛道在你脚下”。361°构建了自上而下的跑者服务体系,为每一名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上实现梦想。



核心科技驱动篮球事业发展

在鞋(体)博会现场,361°篮球展区汇聚了BIG3 5.0 QUICK PRO、燃战4两款最新战靴。

作为BIG3系列篮球鞋五代新品,BIG3 5.0 QUICK PRO采用全掌ENRG-X+科技,回弹性达68%+,同时配备CQT超临界鞋垫,大幅提高缓震极限。在刚揭幕的2024触地即燃美国行中,李瑞、杨政、孟繁西等草根球员上脚该款篮球鞋,与NCAA球队过招。而燃战4是专为触地即燃赛事球员打造的外场篮球鞋,耐磨止滑性能得到极大提升,并融合QUICKFOAM LITE科技,回弹性达60%+,满足球场实战和日常穿着两种需求。

2020年,361°创立触地即燃赛事,大力支持草根篮球发展,为喜欢、热爱篮球的年轻人提供专业篮球装备和展示平台,搭建品牌与年轻消费群体线下交互场景。该赛事受到篮球爱好者的积极参与和广泛关注,已成为现象级的草根篮球赛事。2024年,该赛事更是走向海外,361°带上触地即燃联队队员们前往美国参加“触地即燃”交流赛,感受海外篮球文化氛围,提升自身技战术水平。

对361°的品牌而言,自有赛事是连接消费者的重要纽带,也是产品专业化与设计的展现。回望触地即燃走过的四年,不仅让品牌与用户一同成长,培养了更多的潜在消费群体,更进一步传递了361°篮球精神,为品牌篮球品类建立起更强劲的市场号召力。

除了发力自有赛事,361°还签约国际篮球巨星尼古拉·约基奇为全球品牌代言人;品牌代言人阿隆·戈登穿着361°战靴助力球队夺冠,带动“AG”系列及“禅5”等多款篮球鞋热销;聘任篮球名宿吕晓明担任少年篮球总教练,将资源布局拓展至青少年群体……这几年,361°篮球迸发强劲势能,在NBA球星、中国本土球员、女子篮球及青少年训练等领域完成布局,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专业的篮球品牌形象。

“我们希望通过代言人、IP赛事,以及专业产品力,得到更多海外消费者的认可,扩大品牌声誉和市场影响力。”361°方面表示。

儿童品牌助力青少年体育更好发展

在儿童展区,361°带来了专为跳绳运动打造的轻羽跳绳鞋。2022年起,361°成为中国跳绳国家队官方合作伙伴,提供跳绳鞋、跳绳服等比赛专用装备,助力中国跳绳队刷新纪录。

此外,361°还展示了专为青少年打造的专业篮球鞋——丁威迪YOUNG,配备迅弹科技中底,带来快人一步的性能表现。

对于361°而言,361°儿童是不可忽视的一个重要板块。361°儿童凭借在儿童体育运动领域的资源布局优势,品牌规模及渠道规模都维持增长态势。2023年,361°儿童实现收益人民币19.6亿元,同比上升35.7%。

目前,361°儿童已在专业运动资源、产品矩阵及渠道规模等方面建立领先优势,业务渗透率稳步提升。其产品专注于跳绳、篮球、足球及跑步等专业品类,为各年龄段的儿童及青少年提供兼具专业功能性、健康科技性、童趣时尚性的运动童装产品。

为进一步巩固竞争优势,361°儿童不断优化产品矩阵并拓展产品受众,通过持续提升专业运动产品在产品矩阵中的占比,强化“青少年运动专家”的品牌形象等方式,加速抢占童装领域的市场份额。

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。瞄准专业性能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,连续多年的研发投入占比处在行业领先地位。多年来,361°坚持将科技创新作为品牌发展的源动力,不断推陈出新,用研创打造绿色增长新引擎在激烈正酣的运动鞋服市场中逐渐建起一条属于自己的品牌护城河。

近年来,361°始终坚持“专业化、年轻化、国际化”的品牌定位,以科技创新为内生动力,深耕专业运动领域,为消费者提供优质运动产品的同时,持续传播品牌文化,点燃大众运动热情,为推动中国体育事业高质量发展贡献品牌力量。



361°

361° 助力千万跑者赛道冲刺

100+

