



晉江經濟報微信公眾號



晉江商人微信公眾號

2025年3月26日 星期三
農曆乙巳年 二月廿七

JINJIANG ECONOMY NEWS

晋江经济报

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版

第4020期

從本土崛起到“出海”競逐 晉江體育用品上市企業再創佳績

本報記者 柯國筌

2024年，安踏集團年營收突破700億元(人民幣，下同)大關，安踏集團與旗下亞瑪芬體育綜合營收首次超過1000億元，十年迎來10倍的增長；特步年營收達135.77億元，同比增長6.5%，繼續鞏固在中國跑步市場的領先地位；361°年度業績首次突破百億元，達100.7億元，同比增長19.6%，毛利潤41.83億元，同比增長20.8%，營收及利潤增長率領跑體育用品上市企業……

連日來，以晉江體育用品企業為代表，國產運動品牌接連發布喜報。一個個再創新高、一次次突破增長，背後是國產運動品牌昂首闊步的創新硬實力和充分信心。

2024年是全球體育大年，從游泳世錦賽到足球歐洲杯，從巴黎奧運會到世界羽聯巡回賽總決賽，各項頂級賽事接踵而來；網球四大滿貫賽事與熱度正酣的中網，點燃了大眾對於網球運動的新熱情；滑雪、登山、攀岩、徒步……越來越多的小眾運動也進一步激活了細分賽道的崛起。

賽事帶來了流量，更帶來了運動

消費的熱情。晉江運動品牌如何抓住機遇，持續保持增長？

關鍵在創新。以安踏集團為例，數據顯示，過去一年，安踏集團研發投入約為20億元，同比增長超20%，創新投入的增速遠超同期營收。

創新也給安踏集團帶來了極大的回報。專業突破下，安踏持續推進科技創新及商品轉化，核心科技已基本實現自主研發。基于自研科技平臺“安踏膜”、PG7中底緩震技術平臺的產品成為安踏年度超百萬件的爆品；採用國家隊同款科技的安踏冠軍系列也實現了高增長。

從國際運動品牌的發展軌迹來看，專注運動專業性的品牌，往往能夠獲得更加長久的市場生命力。

過去一年，特步“中國跑步第一品牌”的含金量還在上升。去年，特步的營收增長主要由其主品牌的穩健表現，以及專業運動分部的強勁增長帶動。報告期內，特步主品牌收入增加3.2%至123.269億元，特別是專業運動分部收入增長57.2%至12.503億元，該部分經營溢利強勁增長829.5%。

值得一提的是，無論是安踏、特步或是361°，主品牌都成為各自增長的基本盤和壓艙石。數據顯示，安踏主品牌收入保持10.6%的兩位數增長，突破335.22億元，超過市場預期；從營收構成看，361°主品牌業務也依舊是其集團營收增長的核心驅動力。

增長背後不僅有國產品牌“打鐵自身硬”的科技研發、創新投入，聚焦資源強化主品牌的積極出招，也有中國消費者不斷提升的文化自信。

背靠中國廣大市場這一堅實基礎，去年，以安踏為首，晉江品牌加速出海布局，踏出了出海的堅實步伐。

安踏品牌國際化步伐提速，現已布局東南亞、北美、歐洲、中東、非洲等核心海外市場。歐文系列籃球鞋全球多地發售全部售罄。作為首個中國品牌，安踏進駐全球最大運動用品零售渠道Foot Locker及DSG等110家歐美主流零售渠道，覆蓋歐洲及北美等五大重點市場。

361°集團在海外市場的銷售網點覆蓋美洲、歐洲等國家和地區，其產品在海外市場的美譽度逐步提

升。去年4月，361°海外電商獨立網站正式上線運營，成為全球消費者了解361°產品的全新窗口，361°品牌國際化戰略進一步完善。今年初，361°在馬來西亞吉隆坡開設海外首家直營店，在開拓東南亞市場方面邁出了重要一步。

晉江運動品牌的“狂飆”背後是愛拼會贏的正向結果。從終端產品的推陳出新到上游原材料的突破，從市場渠道的重塑變革，到自主品牌走向國際，晉江體育品牌在浪潮中越激越勇。縱觀全球運動鞋服市場，其長期增長趨勢沒有改變，依然是充滿着發展機會和多元消費需求的“黃金賽道”。

面向未來，晉江體育品牌滿懷信心。

361°方面表示，未來，361°將以更開放的姿態、更廣闊的視野，持續深化“專業化、年輕化、國際化”的品牌定位，繼續加大在科技創新、市場拓展和品牌建设方面的投入，通過深化與中國國內外體育資源的合作，進一步提升品牌在全球範圍內的影響力和競爭力。

“我們對中國經濟及全球行業發

展充滿信心。”安踏集團董事局主席、亞瑪芬集團董事會主席丁世忠說，“2025年，我們有信心延續健康的增長態勢，通過打造更多高品質的好商品，整合全球優勢資源，持續投資未來和提升核心能力，為消費者創造更大價值，加速向世界級多品牌體育用品集團邁進。”

信心背後也有挑戰和機遇。DeepSeek的出現，在不少行業激起“千層浪”，新的機會和可能也打開了新思路。在智能制造、數字化變革、人工智能等迅速發展的新時代，以往“一招鮮，吃遍天”的做法已不再適用。

新時代，需要晉江企業家如“晉江之水入海流”，以更加包容的心態、寬廣的視野、前瞻的布局，“從晉江走向中國，從中國走向世界”！



凱嘉機器即將亮相本屆晉江鞋(體)博會的EK17雙色機

優質買家齊聚 力推“晉品出海”

晉江鞋(體)博會于4月19日—22日舉行

本報訊(記者 吳曉艷 陳巧玲) 24日上午，第二十六屆中國(晉江)國際鞋業暨第九屆國際體育產業博覽會[以下簡稱“晉江鞋(體)博會”]新聞發布會以主題采風的形式在晉江舉行。新華網、央廣網、中新社、中國網等中央、省屬媒體記者深入晉江，全面了解新一屆展會亮點，以及晉江鞋服產業的蓬勃發展態勢。

據悉，晉江鞋(體)博會將於4月19日—22日在晉江國際會展中心舉辦。本屆展會規模再度升級，設置七大展館、2607個國際標準展位，展出面積達6萬平方米，預計吸引全球70多個國家和地區，以及中國國內100個以上城市的展商和客商前來參展、採購、開展經貿對接。

“本屆展會，七大展館將系統性打造從化工原料、鞋材配件到智能裝備、品牌營銷等的產業鏈全景圖，讓參展者和觀眾深刻體會晉江產業鏈的韌性和無限潛力。”晉江市貿促會副會長謝少梅介紹，除展示產業新趨勢、新工藝、新材料外，本屆展會還特別設立“一帶一路國際館”“科技創新與人才館”“電商專館”“工業設計創意館”等特色主題館，配套舉辦多場產業峰會、科技發布及對接活動，以及“JOIN晉江！晉江時尚發布計劃(春季·紫帽山)”等，着力打造一批推進產業升級換新、引領風向的

展會IP。

值得一提的是，本屆展會力推“晉品出海”，預計有超4500名自主到會的海外專業採購商與300名國際機構代表形成優質買家矩陣，與晉江企業、行業協會建立直接的聯系和合作。同時，展會持續深化與共建“一帶一路”國家的合作，將與共建“一帶一路”國家行業商協會及國際知名鞋類展會簽訂戰略合作協議，并同步舉辦制鞋產業國際採購商供采對接會、國際採購商進企業考察對接活動等，為晉江企業拓展國際市場、提升國際競爭力提供更多機遇和資源。

活動中，媒體采風團走進晉江鞋(體)博會展廳，深入了解展會的發展歷程與晉江鞋服產業的發展脈絡；前往晉江市凱嘉機械制造有限公司，親身體驗智能鞋機如何引領產業升級、提升生產效率。在晉江國際鞋紡城，媒體記者們更是被這裏完善的產業生態所震撼，祇需逛一圈，就能買到制作一雙運動鞋所需的全部材料，甚至可以直接完成一雙鞋的制作，充分展現了晉江企業的創新能力和產業實力。

“自首屆鞋博會開辦以來，我們每一屆展會都不曾缺席，每一屆都收獲滿滿。”凱嘉機器副總經理蘇楠告訴記者，去年展會，公司推出中國首款EK92橡膠自動化智能鞋機，獲得國際客商高度

關注，并斬獲不少訂單。今年，該公司將重點展出EK17雙色機(全自動化雙色成型)和EVA真空罩，以及備受行業關注的超臨界機器，進一步展示企業的智能生產能力。