

多品牌竞发 全球化成型

安踏集团去年经营利润增长15%至190.91亿元

本报讯(记者 柯国笠)近日,安踏集团发布2025年的亮眼“成绩单”,营收和经营利润同时实现双位数增长。其中,营收达802.19亿元(人民币,下同),同比增长13.3%;经营利润同比增长15.0%至190.91亿元。

这份亮眼成绩单超过了市场的预期,展现了安踏集团在多品牌运营、全球化增长的最新成效。其中,安踏主品牌和FILA品牌在利润和营收层面的表现都好于预期,而迪桑特首次破百亿,可隆超高速增长。

“基本盘”稳健增长

安踏和斐乐两大主品牌仍然是安踏集团整体营收的基本盘。

安踏品牌坚持“大众定位、专业突破、品牌向上”的核心战略,去年收入同比增长3.7%至347.54亿元,稳中有进,跑赢同等规模同行品牌的平均增速。

去年,安踏自主科技产品爆款频出,PG7跑鞋年销量突破400万双,C家族专业跑鞋年销量突破120万双。安踏在主流商圈优化差异化业态与零售组合,其ARENA安踏竞技场、Palace安踏殿堂级门店、安踏灯塔店等创新店型提升了终端体验,实现了店效突破。在跨境电商领域,2025年11月,安踏成为亚马逊当月跑鞋销量前十品牌。

FILA(斐乐)去年收入同比增长6.9%至284.69亿元,在超大体量基础上增速跑赢行业。该品牌坚持高端运动时尚的定位。

市场层面,斐乐推出的老爹鞋VETTA带动整个老爹鞋族全年售出近1000万双,无界POLO带动整个POLO品类全年售出200万件;零售迭代升级,打造全新壹号店,构建亿元店新模式,儿童乐园店建立专属IP入驻北京环球影城及上海迪士尼。

多品牌强引擎

除两大品牌外,迪桑特、可隆等在内的所有其他品牌去年收入同比增长59.2%至169.96亿元,相比2020年增长近7倍,其核心增长动力来自高店效、高增长。

具体来看,DESCENTE迪桑特定位高品质专业运动品牌,实现高端“滑雪与高尔夫”品牌力双第一,年流水首次突破100亿元。

KOLON SPORT可隆体育定位引领高品质生活方式的专业户外品牌,是去年安踏集团内增速最快的品牌。该品牌签约中国国家攀岩队,完善“鞋服配”全品类布局,立足核心城市,精准布局旗舰店,开设品牌体验馆旗舰店“KOLON ATLAS可隆自然典藏”及KOLON KRAFT旗舰店。

专注女性瑜伽的MAIA ACTIVE玛伊娅处于加速孵化阶段,聚焦打造品牌价值与产品研发。JACK WOLF SKIN狼爪制定全球五年品牌复兴计划,以全场景专业徒步品牌的定位规划匹配的商品和渠道,努力释放品牌价值驱动增长。

出海培育新增量

当前,安踏集团已成立国际事业部,全面推进全球化战略及海外业务发展。截至2025年底,安踏集团在中国以外的地区开设460多家单品牌店,计划至2028年前在东南亚地区开设1000家安踏品牌零售网点。

在区域布局上,安踏集团的多品牌在新加坡及东南亚多地市场拓展,全球化的“桥头堡”地位初步成型。

新品牌的收购布局,推动了安踏集团国际化进程。2025年,安踏集团完成全资收购国际领先户外品牌JACK WOLF SKIN狼爪,与国际时尚集团MUSINSA投资成立MUSINSA中国,助力其自有品牌“MUSINSA STANDARD”和多品牌集合店“Musinsa Store”等业务落地上海;2026年,安踏集团宣布收购全球标志性运动品牌PUMA彪马所属公司PUMA SE的29.06%股权。

自主创新强突破

创新成为安踏集团高质量增长的关键。

去年,安踏集团年度研发投入从2016年的3.5亿元增至2025年的22亿元,10年增幅超过5倍。安踏集团升级全球开放式创新网络,合作高校及科研院所全球范围内达96家,孵化出“无氟安踏膜”及“六度芯保暖科技”等具备国际竞争力的自研成果。

该集团还发布“AI365战略”,明确“提质增效、强化体验、驱动增长”三大方向,推出中国行业首个专用AI设计大模型“灵动设计大模型”,显著提升商品设计效率。



从丹佛首发到百亿营收 361° 全球化更进一步

本报讯(记者 柯雅雅)近日,361°发布2025年财报,交出了一份颇为亮眼的成绩单:全年营收突破111亿元,同比增长10.6%,连续五年营收和净利润保持双位数增长。其中,2025年361°国际零售流水(按销售额计)同比增长125%,跨境电商业务销售流水同比增长200%。361°的海外业务表现颇为亮眼。

2025年底,在丹佛波尔球馆,361°携手全球品牌代言人尼古拉·约基奇与品牌代言人阿隆·戈登,联合首发JOKER2与AG6双签名球鞋,限定礼盒瞬间售罄。以此为契机,361°同步进驻北美丹佛掘金主场官方商店及南美巴西NBA官方商店,将品牌影响力从赛场辐射至终端市场。从北美到南美,361°在美洲大陆的两端同时落地,完成了全球化布局的一次关键跳跃。

丹佛首发是361°全球化的一次集中亮相,其支撑则是

361°多年来深耕的全球体育资源网络。

篮球端,“掘金双子星”约基奇与戈登两位NBA总冠军成员的默契配合,不仅强化了品牌在篮球专业领域的背书,更通过“兄弟篮球”的情感叙事,触达全球范围内的年轻消费群体。

资源端,361°作为首个同时具备亚运会与冬奥会官方合作伙伴身份的体育运动品牌,与亚奥理事会顺利达成新一轮战略合作,同时还跃升成为世界泳联2026—2029年全球合作伙伴。这些顶级体育资源为品牌出海提供了坚实的“专业背书”,也进一步拓宽了品牌国际影响力边界。

361°的全球化并非仅是海外市场拓展,而是希望构建一条“海外发声—国内承接—即时转化”的完整链路。

截至2025年底,361°在全球已累计开设127家超品店,包括柬埔寨首家海外超品店。

这些上千平方米的大店以“全品类+沉浸式”的零售新体验,不仅为消费者提供了高质价比的一站式解决方案,更通过供应链与场景化运营的深度协同,为国产品牌探索出一条差异化增长路径。

从财报数据来看,2025年361°电商营收达33亿元,同比增长26%,远超集团整体营收增速,印证了线上渠道在承接品牌热度方面的关键作用。与此同时,361°全面接入美团闪购、淘宝闪购及京东秒送等即时零售网络,构建起“30分钟送达”的服务闭环。这意味着,当丹佛首发消息传回国内引发热议时,消费者可以在最短时间内完成“种草—下单—收货”的全流程。

2026年,名古屋亚运会等顶级赛事即将展开。361°将以顶级球星和顶级赛事为支点撬动全球关注,以专业产品承接品牌声量,以全渠道网络完成销售转化,沿着全球化路径前行。

卡尔美体育 联合冠名“东北超”

本报讯(记者 柯雅雅)日前,卡尔美体育集团与大商集团在大连正式签署战略合作协议。双方将以联合冠名身份深度合作参与东北地区城市足球联赛(以下简称“东北超”)。

据了解,此次双方强强联合,旨在通过构建稳定的区域城市竞赛平台,推动群众性足球运动的普及,完善东北足球后备人才的储备体系,为重塑东北足球文化、振兴区域足球生态注入全新动能。

此次合作跳出传统赞助模式,卡尔美体育集团与大商集团将在供应链整合、新零售渠道共建、产品协同研发等领域展开全面协作。卡尔美体育集团将发挥专业品牌优势,在大商集团旗下门店设立品牌旗舰店、开发定制化产品,丰富东北体育消费供给,完善区域体育消费生态;大商集团则依托其遍布东北的零售网络,成为卡尔美体育集团在东北乃至全国的核心销售渠道,推动优质体育用品下沉市场。

据悉,“东北超”覆盖辽、吉、黑及内蒙古三省一区,是东北极具影响力的自主品牌足球赛事,承载着群众的体育热情,兼具社会价值与经济价值。卡尔美体育集团从“苏超”“赣超”“浙超”“川超”等全国省超联赛,向辽、吉、黑及内蒙古三省一区的东北区域赛事布局的跨越式升级,是一次以体育赋能区域发展的具体实践。

天守启动 APS 排程系统项目

本报讯(记者 施珊妹)近日,天守集团(服装部)正式开展APS排程系统项目启动会。

天守集团(服装部)总经理叶宏忠告诉记者,天守服装以数字化赋能生产变革,将APS高级计划与排程系统打造为生产运营数字中枢,以核心技术驱动迭代升级,真正掌握生产管理主动权,打造数字卡片精准调度模式,构建协同高效的数字圈层。

叶宏忠介绍,项目启动后,将推动APS与MES、MWS深度融合,以数字触点打通数据壁垒,通过智能排产、交期预判、负荷均衡、插单快速响应等功能,实现生产计划、物料管控、车间执行一体化联动。团队积极参与系统落地、流程适配与实操推广,全面提升生产准确性与订单交付能力。以数字驱动智造,以创新赋能发展,为企业高质量发展注入强劲动力。

分类广告	刊登热线: 0595-82009766
2026年3月27日 星期五	
遗失声明	
晋江五中晋兴职校退(离)休教育工作者协会不慎遗失公章,原公章无编号,现声明作废。 特此公告。	
晋江五中晋兴职校退(离)休教育工作者协会 2026年3月27日	

图说 我们的价值观

富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善



中国
梦
牛
精
神

