



# 消费更多元 体验更新潮

## 中山路吸引一批国潮品牌馆、旗舰店、老字号入驻,成传播泉州文化、展示泉州形象的重要窗口

■海都记者 柳小玲 通讯员 黄凯杰 文/图

漫步在泉州中山路上可以看到,一批国潮品牌馆、旗舰店、老字号入驻在此,以其独特的文化魅力和丰富的场景,吸引越来越多的市民游客前来参观体验,成为传播泉州文化、展示泉州形象的重要窗口。近日,记者随机走访进行探馆。

### 荣宝生活·泉州馆: 让更多人近距离体验艺术

在中山中路194号荣宝生活·泉州馆,每一个转角都能邂逅一幅画界名作,开启一趟沉浸式艺术体验之旅。站在艺术长廊中,推开窗俯瞰中山路街景,体味南洋风情与泉州烟火气的奇妙并存;在多媒体展厅,一幅幅画作垂挂而下,点亮了整个空间;在文创区,一件件文房四宝在这里汇聚,更是令人流连忘返。

“自试营业以来,展馆深受市民游客青睐,纷纷前来打卡,尤其是春节、元宵期间,更是络绎不绝。”荣宝生活·泉州馆相关负责人介绍,这里不仅为顾客提供沉浸式的文化体验,也十分注

重顾客的参与感,设置了非遗体验区和互动拍照区,让市民游客既可以亲身体验木版水印技艺,也有机会与画作中“走”出的人物合影,体验感拉满。

“人气旺”也带动“消费火”。作为文化休闲复合空间,荣宝生活·泉州馆还销售文创产品,如木版水印文创产品、文房四宝等,三楼的中式美学空间与咖啡天台同样火爆。“中式美学空间可体验各式新中式服装,咖啡天台则可以提供饮料、甜品,供市民游客放松休闲。”该负责人介绍,艺术展厅还会定期举办传统文化和当代潮流展,让更多人近距离体验艺术、消费艺术。



荣宝生活·泉州馆每个转角都能邂逅一幅名作

### 从非遗到文创:越来越多的品牌融入国潮元素

位于花巷与中山路交叉口的正骨文化馆于2019年由正骨医院重新整修而成,馆内以“医武结合”“秘技良药”“守正创新”三大主题,结合自身中医药文化特色优势,多形式重现“老正骨”的昔日面貌,吸引了众多市民游客进馆了解泉州的中医文化。据统计,开馆以来,已累计23万余人次进馆参观。

而坐落于古城钟楼之畔的安踏奥运殿堂馆,充分融合“在地文

化”和“奥运特色”,集合安踏冠军、女子、鞋区、安踏儿童等多产品矩阵,传统和时尚的碰撞、文化和潮流的结合瞬间让人活力满满,感受到全新的消费体验。该馆相关负责人表示,古城人气日益高涨,尤其是中山路更是成为独特的展示平台,有助于品牌形象的塑造与提升。“通过顾客自发打卡传播,国潮品牌的影响力进一步扩大,形成了良好的品牌效应。”

“随着国潮风起,从非遗到文创,从鞋服到美食,越来越多的品牌融入国潮元素,成为新的消费热点,我们引进了一批国潮馆,让中山路商圈消费场景更多元、体验更新潮,兼具闽南味、国风潮、国际范。”鲤城区商务局相关负责人介绍。今后,鲤城将继续优化国潮品牌集聚,丰富活动形式,以街为台搭建国潮新品发布平台,让传统老街更具潮味、科技感。

### 松泉两地风物艺术展 15日启幕

海都讯(记者 柳小玲)浙江丽水松阳县与泉州,作为闽浙古道和海外贸易上重要的节点城市,见证了中国参与全球贸易的历史进程,而不同的地理环境及历史人文造就了各异的生产技艺与商贸产品。3月15日,松泉两地风物艺术展将在浙江松阳启幕,通过一山一海两地的风物对话,探讨两地自古以来的商贸发展以及沿袭至今的生活方式与非遗传承。

记者获悉,此次展览联动泉州策展人——亚丁,以泉州光明大器主题展览,对话松阳在地人文风物。展览聚焦器物文化,如龙泉窑瓷器、棕编、铁器铜器等,挖掘其发展历史及展示文创周边创新,推进两地历史文化交流及文旅项目共建。其中,泉州器物展览展示瓷(德化瓷)、锡、漆等部分,松阳器物展览展示瓷(龙泉窑)、铜铁、棕编等部分,展览作品皆出自两地艺术家之手,精美的艺术品让人深刻体味两地生活之美。

# 361度营收首破百亿大关,核心指标全线飘红

3月12日,361度发布2024年报。报告显示,361度在2024年实现营收的重大突破,全年营收达到100.7亿元,同比增长19.6%,首次超过百亿大关。凭借稳健的业绩增长、持续的创新、积极的赛事营销以及精准的战略布局,361度在竞争激烈的体育用品市场中脱颖而出。



### 业绩稳健增长,战略布局成效显著

2024年,361度净利润实现19.5%的增长,达到11.5亿元;毛利润实现20.8%的增长,达到41.83亿元;毛利率为41.5%,盈利能力进一步增强。

2024年,公司研发投入占总收入约3.4%;已取得专利633项,同比增加139项,推出一系列具有行业领先水平的产品;发力环保,推出众多ESG概念产品,坚定践

行绿色创新发展之路。

渠道建设方面,2024年,361度品牌在中国拥有5,750个门店及2548个儿童品牌门店,门店平均面积持续提升;361度主品牌第十代形象店、儿童品牌第五代形象店及首家“361°超品”门店成功落地,拓展多元化消费情景。2025年1月,361度成功于马来西亚吉隆坡开设首家海外直营店,进一

步深化了国际化布局。

此外,361度全面释放电商平台的潜力。“6·18”大促期间,电商平台全渠道销售额同比增长94%,位列国产品牌第三,销量增长99%,位列行业第一。“双十一”期间,竞速跑鞋销量位列行业第一,其中飞燃系列销售额同比增长59%,全渠道跑鞋尖货销量超30万件。”

### 营收首破百亿,实现里程碑式跨越

从营收构成看,361度主品牌业务依旧是营收增长的核心驱动力。与此同时,儿童业务呈现出强劲增长态势,年收入达23.4亿元,同比增长19.5%,占集团总营收的

23.24%。随着“二孩”“三孩”政策的持续推进,以及家长对孩子运动健康的重视程度不断加深,儿童运动鞋服市场需求愈发旺盛。

在数字化浪潮的推动

下,361度积极拥抱电商渠道,加大线上营销投入,优化电商平台运营。2024年电商业务实现收入26.1亿元,同比增长12.2%,占总收益约25.92%。

### 持续创新,“双亚”盛会提升国际影响力

据介绍,2024年,361度作为亚奥理事会官方合作伙伴,连续5届鼎力支持亚运会,深度参与亚运会和亚冬会两大国际赛事。哈尔滨亚冬会期间,针对寒冷天气,361度为火炬手、护跑手、志

性能保暖、防水透气、防风等功能的专业装备。在亚洲跳绳锦标赛上,361度助力中国跳绳国家队夺得65金、43银、36铜,打破15项亚洲纪录。

过去一年,361度积极投身马拉松赛事的推广和支持,旗下跑步代言人Kassie

Derseh KINDIE、李子成等顶尖运动员屡创佳绩;签约肯塔维奥斯·卡德维尔·波普担任篮球品类代言人,进一步壮大篮球代言人阵营,全球品牌代言人尼古拉·约基奇四年内第三次荣膺“美职篮常规赛最有价值球员”。

### 股价稳步上升,品牌价值彰显

2024年,361度股价呈现稳步上升的趋势,公司的流动资产比率(3.6%)保持在较高水平,反映公司良好的盈利能力和资产运营效率。同时,公司负债比率(1.9%)合理,现金流充沛,具备较强的偿债能力和抗风险能力,根据专业

机构的分析,361度的市场估值具有较大的提升空间。

据介绍,361度未来将持续深化“专业化、年轻化、国际化”的品牌定位,紧跟全球经济复苏与行业变革的趋势,继续加大在科技创新、市场拓展和品牌建设方面的

投入,深化与国内外体育资源的合作,进一步提升品牌在全球范围内的影响力和竞争力。同时,361度还将积极探索新兴消费领域及关注市场需求,为广大运动爱好者提供具有高性价比、高成长性、高科技含量的产品及服务。