



“2024年中国时尚零售与时尚消费TOP100”榜单发布 增长前10名 泉企占两席

■海都记者 沈舜枝/文 企业供图

日前,中国连锁经营协会发布“2024年中国时尚零售与时尚消费TOP100”榜单,安踏、特步、361度、七匹狼等7家泉州企业上榜。其中,安踏以行业第二的名次位居前列,并在“2024年中国时尚零售与时尚消费营收增长TOP10”榜单中拔得头筹。

值得一提的是,“2024年中国时尚零售与时尚消费TOP100”榜单上,近六成企业2024年营业收入出现下降,而泉州上榜的三家鞋服企业不仅逆势上扬,而且强劲增长,在“2024年中国时尚零售与时尚消费营收增长TOP10”榜单中,上榜了两家。



2024年,七匹狼亮相米兰时装周

此次的“2024年中国时尚零售与时尚消费营收增长TOP10”榜单中,安踏位列榜首,361度列第9位,紧随其后的是李宁。

在全球经济不景气的大环境下,2024年不少企业营收下降。据公开数据,2024年时尚零售与

多家企业营收逆势上扬

尚消费TOP100企业整体营业收入8206.80亿元,同比下降2.44%;门店总数同比下降7.50%。近六成企业2024年营业收入出现下降,但以小幅下降为主。四成企业实现营收增长,增长幅度区间分布较为均衡,呈现行业分化

发展的态势。

而此次上榜的泉企中,三家运动鞋服企业2024年皆交出漂亮的财报,均实现逆势上扬。2024年,安踏营收708.26亿元,同比增长13.6%,连续三年稳居中国市场全行业首位;经营利润165.95亿元,同比

提升8.0%。特步2024年收入135.77亿元,同比增长6.5%;净利润为12.38亿元,同比增长20.2%,创历史新高。361度2024年全年营收达到100.7亿元,同比增长19.6%,首次超过百亿大关,已实现连续4年营收双位数增长。

产业联盟 集群化打造“泉州时尚”

在品牌时尚的路上,泉州企业已走出很长的路。

安踏通过收购FILA、始祖鸟等品牌成功覆盖运动时尚与高端户外人群,此后,安踏又投资韩国最成功的线上时尚社区与电商平台Musinsa,进军情绪消费和Z世代社群经济为主导的时尚阵地。

品牌与平台资源之外,安踏也不断链接全球顶级时尚设计资源。

就在这个月初,安踏正式发布全新运动潮流鞋产品线ANTA RAAY,并推出该产品线首款设计单品——ALPHADAWN破

晓。该产品由国际知名球鞋设计师Dylan Raasch领衔设计,他是全球极具影响力的鞋设计师,曾打造多款全球爆款球鞋,累计销量超1亿双。

此外,七匹狼、劲霸、卡宾等泉州品牌频繁亮相国际秀场。2024年9月,七匹狼将海上丝绸之路作为灵感来源,惊艳亮相米兰,向世界展示东方美学与中国文化的独特魅力。自从2015年七匹狼作为首家被米兰时装周官方邀请的中国男装品牌,向世界展示中国原创设计力量之后,七匹狼已六次亮相米兰大秀。

2024年,安踏、特步等23家龙头企业发起的泉州时尚产业联盟,涵盖了761家优质企业和1万余家供应链企业,共同构建起协同发展的新格局。

“泉州企业成长多年,各自拥有丰富的时尚资源、代言人资源、运动员资源、明星资源等,如果这些资源可以共享,一起来打造一场像米兰时装周那样规格的大秀,泉州和泉州品牌就能走向世界。”匹克CEO许志华的一番话说出了企业家对时尚产业联盟的期待。

泉州时尚产业联盟成立之后,通过举办“时尚夜话”沙龙等活动,邀请专家

学者、企业界人士共话时尚产业发展,探讨如何挖掘在地文化元素。晋江运动时尚(全球)创新中心、丰泽儿童时尚研产园、石狮纺织服装城等产业载体的建成,更是为时尚产业发展提供了坚实支撑。

泉州市商务局相关负责人表示,未来泉州将持续打造“世遗泉州 时尚之都”,计划到2027年时尚产业总产值突破8000亿元,建设30个时尚消费街区、培育100个网红打卡点,让泉州成为全球时尚人才会聚、时尚发布举办、时尚趋势引领以及时尚生活体验的重要城市。

361度发布2025年中期业绩

营收突破百亿之后,稳健迈入高质量发展新阶段

近年来,国家体育总局积极落实相关政策,推动竞技体育举国体制与市场机制更充分结合,体育产业增加值不断攀升。国内知名运动品牌361度凭借自身独特优势,在市场中脱颖而出,不仅营收持续增长,股价也表现亮眼,成为行业内的焦点。



营收持续“快稳增长” “高质价比”战略成效显著

361度作为国产运动品牌领域的佼佼者,近年来营收实现持续且稳健的增长。在其最新发布的2025年半年报中,营业收入高达57.05亿元,同比增长11%,净利润为8.58亿元,同比增长8.6%,为2025年全年业绩的稳步增长奠定了坚实的基础。同时,361度研发投入占比进一步提升至2.8%,累计专利数量突破至870项。

回报投资者的信任与支持。

在消费市场逐渐回归理性,消费者越发注重产品性能与价格平衡的当下,361度精准把握市场需求,坚持“高质价比”战略,持续加大研发投入,将前沿技术拓展到大众产品线。2025年上半年,361度研发投入占比进一步提升至2.8%,累计专利数量突破至870项。

科技创新始终是361度发展的核心驱动力。公司研创中心构建了完善的研发体系,并获得国家级高新技术企业、国家级工业设计中心等多项荣誉认证。通过技术创新提升产品力,产品稳定

在渠道布局上,361度精准聚焦线下市场。截至2025年上半年,361度主品牌在中国内地拥有5669家门店,361度儿童品牌也有近3000个销售网点,充分满足了当地消费者对多元化运动产品的需求。

渠道创新方面,361度推出集团零售新业态361度超品,精准定位“全民运动装备站”,构建集团零售新业态差异化优势,持续

在新消费板块崛起以及港股市场整体向好的大环境下,361度的良好业绩表现也反映在其

科技创新赋能,专业产品矩阵不断扩充

迭代矩阵不断拓宽,2025年上半年鞋尖货新品数量高达230+。

在跑步品类上,2025年上半年361度赞助支持青岛马拉松、冲浪城马拉松、OC马拉松等专业赛事。跑鞋“飞鹰 FUTURE2”

“飞燃4”助力李子成、管油胜等代言人斩获佳绩,彰显公司跑鞋产品专业性。

篮球品类同样亮点十足,2025年上半年361度全球品牌代言人尼古拉·约基奇作为西部全明星首

发登场,“JOKER1 GT”全明星配色鞋款首次公开亮相。不久前,“2025约基奇中国行”及“2025丁威迪中国行”活动顺利收官,进一步强化与球迷之间的情感纽带,提升了品牌在海内外的美誉度。

渠道结构优化,线下与线上渠道双轮驱动

赋能集团的销售增长。截至2025年6月30日,361度超品全国门店数量累计落成49家,涵盖45家大装店及4家童装店,获得市场积极反馈。对此,东吴证券研报中曾表示,361度深耕线下市场,2025年以来加速超品店开店,同时持续推出高质价比新品,驱动保持行业领先增速。

同时,361度也高度重视线上渠道的发展。集团电商业务近年来通

过线上专供品、线上线下融合等策略,深入挖掘并迅速响应消费者需求,取得出色的零售表现,其中尖货产品自发售起至2025年6月30日,全渠道热销1460万+件,目前已成为集团业务发展和品牌形象推广的重要支柱。

此外,集团的国际化版图正在酝酿中崛起,跨境电商全球千万级增长,上半年销售额连创历史新高,同比增长94%。361

度在马来西亚吉隆坡开设的海外直营店运营情况良好,标志品牌在东南亚市场实现重要扩展。而通过与2025年哈尔滨亚冬会、爱知·名古屋2026年亚运会等国际顶级赛事资源,以及世界泳联等国际组织的合作,也将继续深化品牌与全球多国市场的交流合作,探索更广阔的海外发展空间,从而有效提升全球品牌影响力与市场渗透率。

股价持续上扬,资本市场高度认可

股价走势上,2025年初至今,361度股价持续上涨,涨幅超50%,展现出强劲的增长动力。未来,在

国家体育事业高质量发展的政策支持下,361度有望继续发挥自身优势,坚持“专业化、年轻化、国

际化”的品牌定位,为消费者带来更多优质的运动产品,助力全民运动高质量发展。