



产业经济·服装科技 体育品牌争夺运动员“上身”权

凭借高热度带来的商业价值,大型体育赛事成为各大品牌争相角逐的战场,作为出镜率最高的运动员服装的赞助权,更是成为各品牌争抢的存在。在此次杭州亚运会上,各国产体育运动品牌纷纷拿下亚运会服装赞助权。其中,安踏赞助了中国队领奖的鞋服,361°赞助了火炬手、志愿者等不同岗位的工作人员的服装,西裤专家九牧王则拿下了中国队礼服的赞助权。环保冰肤、速干、抗菌等一些黑科技纷纷登场,助力亚运会成功举办的同时,服装品牌也在向外输出着自己的“黑科技”。

“黑科技”加持

大型体育赛事向来都是各大体育运动品牌争相竞逐的战场,赞助越多,露出机会就越多,为品牌带来的价值也就越大。增加曝光率、促进业绩、提高知名度等好处让各体育运动品牌挤破脑袋也想争得在大型体育赛事中赞助的一席之地。

此次杭州亚运会也不例外,作为亚洲最高规格的国际综合性体育赛事,杭州亚运会蕴藏着不小的商机。安踏、361°等国产体育运动品牌竞相拿下部分赞助合作权益,在助力亚运会成功举办的同时彰显企业最专业高科技的一面。

据了解,安踏赞助了此次亚运会中国队的领奖服,九牧王则包揽了中国队的礼服。另一国产体育运动品牌361°为杭州亚运会上的技术人员、火炬手和志愿者等不同岗位的工作人员提供专业的体育服饰和装备赞助。

安踏相关负责人告诉北京商报记者,自2009年合作中国奥委会以来,在过往的多届世界体育大赛中,安踏以专业运动科技为中国健儿征战世界赛场保驾护航。同时,安踏致力于持续将国家队同款科技赋能民用,以专业运动科技为广大运动爱好者提供助力。

据了解,安踏此次赞助的领奖服采用的环保冰肤面料兼顾轻量性和冰爽感。经过材料、工艺和结构优化,相较东京奥运会中国体育代表团领奖服,本次杭州亚运会中国体育代表团领奖服透气性提升25%,还让重量减轻了12%,使得服装的舒适性大幅提升。

361°也在此次赞助中运用“黑科技”彰显了品牌的专业性。

361°方面对外表示:“公司将为技术人员、火炬手和志愿者等不同岗位的工作人员提供专业的体育服饰和装备赞助,让工作人员能够以更好的状态投入到亚运会相关工作中,为办好本届亚运会赋能。”

361°提供的服装产品应用吸湿速干科技,使服饰具备吸湿、速干、抗菌的特点。其中,361°提供的火炬手服饰面料防风防水,结合领先的吸湿速干科技,为火炬手提供贴心防护和舒适体验。与此同时,火炬手服饰还采用了绿色环保的可回收涤纶面料以及墨水数码喷绘环保工艺,将功能、科技、环保融合于一体,成为361°响应“绿色亚运”办赛理念、秉持环保理念的又一实践。

这是361°第四次参与亚运会赞助事宜。2010年广州亚运会、2014年仁川亚运会、2018年雅加达亚运会,361°都参与了服装的赞助。据介绍,在此次杭州亚运会上,361°完成了130多万件官方体育服饰的设计、制造用以助力杭州亚运会。

服装企业业绩一览



提升品牌度

赛场上,凭借获得的赞助权、不断增加的曝光率,品牌收获了不少的关注。而在赛场外,这些品牌也将亚运会赞助服饰产品中的技术、元素应用到面向大众消费者的产品中,抢占市场。

据安踏相关负责人介绍,安踏致力于持续将国家队同款科技赋能民用,以专业运动科技为广大运动爱好者提供助力。持续让消费者享受到品质过硬、价格实惠的大众运动产品,对于全民健身的普及推广有着积极作用。其中,服装科技中的冰肤科技、炽热科技以及鞋科技中的氮科技,均广泛应用于大众市场产品。

长期以来,安踏持续发展科研创新能力。一方面积极完善升级全球开放式创新网络,已与超过20个国家和地区、全球60多所高校及科研机构、700名设计师密切合作。另一方面持续整合国内头部科研机构和高等院校,构建“产学研”合作平台。

也正是基于不断研发创新,安踏近两年的业绩增长速度不小。财报数据显示,2022年,安踏营收达536亿元,超越阿迪达斯等外资体育运动

演绎“新国潮”

关于“黑科技”,各家有各家的特色,具体到服饰设计上,融入国风、国潮元素成为各品牌共同的选择。

安踏方面对北京商报记者透露称:此次赞助的中国队的领奖鞋设计不乏亮点,除了勇立潮头的水波纹元素,三潭印月、苏堤春晓、雷锋夕照等古今杭州特色文化标识,在金色弦丝的勾勒下跃然浮现于鞋面之上。同时,领奖服延续了著名视觉艺术家叶锦添设计的奥运会领奖服原型,经典“中”字结构和留白意境的主色调彰显东方美学。

由九牧王设计的中国队礼服,则更多地融入中国传统文化元素。据了解,九牧王此次提供的礼服命名为“星耀”,以白、蓝为主色调,礼服上绘有“锁甲纹”图案。据悉,锁子甲是古代士兵作战用的铠甲,既是御敌的利器,又是功勋的象征。如此设计除了对传统文化的传承外,同时也寄托了品牌方对出战亚运会所有中国运动员的祝福。

361°品牌在服饰设计方面也将中国传统文化作为主要元素融入到服饰设计中。361°为本届亚运会火炬手提供的官方体育服饰,由361°与中国美术学院联合共创,将中国文化和杭州城市特质提炼和浓缩,融入到火炬手服饰设计上。作为火炬手服饰的大色调,由“日出江花”红与蓝交融而来的“虹韵紫”自由热烈,与亚运会超越共融的比赛精神相得益彰。

事实上,凭借融入国潮、国风元素用以彰显传递中国传统文化、讲好中国故事之际,也是各企业业绩增长赢得消费者喜爱的密钥。

随着中国鞋服品牌登上国际时装周舞台以国潮文化的流行,中国运动鞋服行业内掀起了“国潮热”,国货品牌纷纷开始崛起。有数据显示,2022年中国运动鞋服市场规模达4398亿元,预计到2025年中国运动鞋服市场规模将达到5989亿元。2023年上半年的财报数据显示,安踏、李宁、361°等头部运动鞋服品牌均实现了快速增长。

品牌位列中国体育市场第一。2023年上半年,安踏营收增长14.17%,净利润增长达32.33%。

头部企业竞争下,361°也在不断抢占体育运动市场。借助此次亚运会,361°于7月1日在杭州开办亚运旗舰店,让消费者近距离感受亚运文化。

361°方面对外表示,在亚运会之外,361°将深化“国际化、专业化、年轻化”的品牌定位,持续秉承“以专业运动驱动品牌,以运动潮流驱动生意”的双驱动策略,围绕跑步、篮球及综训等核心品类,联合代言人、上下游合作伙伴,在研创端持续发力,以科技赋能产品,研发出更适合主流消费群体需求的产品,并通过自有IP赛事等方式,构建新型体育生态,传递运动之美,让更多的人享受运动的乐趣,做一颗点燃热爱的火种,与中国体育产业一起在世界舞台上讲好“中国故事”。

另外,九牧王最新发布的单品小黑裤3.0也采用了中国体育代表团同款面料,受到了消费者的认可与喜爱。财报数据显示,2023年上半年,九牧王凭借着在西裤赛道的布局,业绩实现大涨,净利润增长幅度达254%。