

闽商丁伍号 践行“晋江经验” 将中国制造推向世界



2003年,时任福建省省长的习近平总结提出“晋江经验”的第二年,晋江已有3000多家生产运动鞋服的企业,竞争非常激烈。

如何让企业和产品脱颖而出?三六一度(福建)体育用品有限公司(以下简称“361°”)在时任企业总经理丁伍号的带领下,精心专研产品,运用差异化的经营模式,提出了那句日后让大家耳熟能详的广告语:“361°,多一度热爱”,有效提升了品牌曝光率和知名度,带动了集团的高速发展。2008年,丁伍号出任集团执行董事兼总裁,并一直延续至今。

成为里约奥运会官方合作伙伴

在企业的发展过程中,让丁伍号记忆犹新的,是自己的产品冲破阿迪达斯、耐克、彪马、匡威等洋品牌的包围,成为2016年里约奥运会和残奥会的官方合作伙伴,用中国的品牌精神彰显中国人的体育之梦。

奥运会是世界最顶级的体育赛事,同时也是每四年一度的商业攻坚战,来自全球的各大品牌都希望能借助奥运会这个超级IP扩大自己的品牌影响力。“我们一直保持着对国际商机的敏锐嗅觉。奥运会在国际范围内具备显著的影响力,以往赞助商都是洋品牌的天下,这次奥运会是我们完善国际化布局的一个好机会。”丁伍号说,361°能突破洋品牌包夹,成为第一个以奥运会官方赞助商身份登上世界舞台的中国品牌,成功的原因是多方面的。

首先是较强的产品吸引力。为了向世界展示中国品牌质量,361°对于里约奥运会官方制服的设计、研发和生产历时超过两年,在体现巴西元素的基础上,考虑到各类人群将面临的日晒、雨淋、运动量大等情况以及舒适性、多功能性和耐用性的要求,进行全面的细节设计。里约奥运会期间,企业先后为5万名志愿者、

“晋江经验”

谈及赞助里约奥运会,丁伍号感慨颇多,“这次的成功离不开‘晋江经验’的指引。企业在发展中坚持实业,在各级政府的指导下,严守品质关,坚持自主科技研发,充分发挥主观能动性,坚持用品牌和产品价值链接用户需求,才最终从晋江3000多家运动鞋服企业里面冲出来,发展成今天集品牌、研发、设计、生产、经销为一体的综合性体育用品公司。”

企业的不断壮大,更离不开“改革创新”这个“晋江经验”的核心动力。为此,丁伍号始终坚持以发展社会生产力为改革和发展的根本方向,力求做到品质和科技两手抓,一面打磨产品品质,一面坚持科技创新。

2017年,集团在晋江市五里

工业园区创建了361°研发中心,依托科技创新,将采集和分析的大量数据有效地转化成生产力,为消费者提供科技与设计兼备的高性价比运动装备。截至2021年底,361°累计获得了271项专利,具备了先进的研发能力,以实际行动为“晋江经验”增添了新的例证。

此外,集团还积极处理好发展高新技术产业和传统产业的关系,运用大数据、人工智能等技术,打通了线上线下后台数据,帮助企业更好地从消费者角度进行业务运营。2022年5月18日,集团刚和中国联通福建分公司签订战略合作协议,一起在工业互联网及联合创新领域开展合作,携手打造5G智慧工厂新标杆,引领

纺织鞋服产业数字化转型新升级。丁伍号认为,运动品牌还需以科技持续赋能产品,否则终将被市场所淘汰。带着年轻消费群体对国产品牌的这份期待,361°持续在专业运动领域深耕,并以实实在在的行动参与中国体育产业的发展。

截止到目前,361°已连续四届为亚运会服务。丁伍号习惯用“服务”来形容361°对亚运会的价值和意义。“赛事也是产品最好的试金石,每一双新品的推出背后是千锤百炼。将最新的科技运用于产品之上,服务于赛事、运动员,既是对产品、对科技最严苛的试验,也是我们的科研创新的实力表现。”

在节节攀升的业绩推动下,361°拓店步伐不停。线下渠道方面,2022年上半年,361°主品牌门店净增加95间至5365间,门店平均面积也提升至123

企业的良性发展,也让361°具备了应对各种危机和挑战的能力。

在2022年泉州疫情发生后,企业积极响应政府号召,加强厂区疫情防控。为了让员工能兼顾家庭,集团特别为员工家属提供住宿。虽然加大了集团防疫战“疫”的难度,但也帮助员工解决了后顾之忧,同时有效减少在外人员流动。当时,包括员工家属在内,361°总部为4370人提供住宿,物资压力很大,集团各级负责人严抓供应,确保生活超市物品进货渠道畅通。由于防控得当,至4月初企业已全面复工复产,所有员工严守防疫规定,厂区内每天进行消杀工作,保障安全生产,坚决在防控疫情的同时稳住经济。

8月23日,361°发布的2022年中期业绩报告显示,公司实现营业收入36.54亿元,同比增长17.6%;归母净利润5.51亿元,同比增长37.2%,实现了连续两年的营收、利润双增长。

复杂的外部环境下,361°业绩却逆势飘红。丁伍号说:“后疫情时代,我看到的更多是机会。国家接连出台了一系列政策扶持产业发展,大众健身意识逐步增强,都有助于运动鞋服行业持续扩容。面对时势带来的挑战和机遇,我们要做的就是全力把握、勇于突破。”

从2021年开始,361°已布局电商平台多渠道策略,其中在抖音平台成绩显效,伴随着互联网发展的下半场,电商发展趋势会更偏向内容型消费,

以抖音等短视频生产更多丰富内容吸引流量必须被重视。针对这样的新趋势,361°大力激发电商平台在产品销售、营销推广、品牌升级中的作用,不断提升电商购物体验。积极拓展新零售模式,实现高质量私域流量的沉淀转化,促进销售增长。在线上电商平台销售的网上专供品设计注重“高性能”、“高颜值”、“个性化”,与线下门店出售的商品形成差异化,通过产品实力提升、营销推广的效果及运营质量的提升,带来电商平台的快速发展。

其推动全渠道数字化转型的种种举措在业绩上有着突出的反馈。财报显示,361°来自电商业务的网上专供品的销售受益同比增长60.3%至7.82亿元。361°将高科技产品、明星专属系列、IP系列等“尖货”、“爆款”于电商首发,大力推动线上零售业务发展。在2022上半年的618购物节中,361°凭借多个营销活动有效带动线上销量增长,电商平台全渠道累计销售额同比提升95%。

面对当前疫情期间的经济形势,丁伍号说:“新冠肺炎疫情的确对全球产业链、供应链造成重大冲击,但我们也应当看到,在党的领导下,中国的防疫取得了极大的成效,这推动了国人自信高涨、国货加速崛起。对于国家和民族而言,实体经济是经济社会发展的基石,也是保障人民群众生活的物质基础。在这样的大环境之下,民族企业更应该牢牢坚持以发展

社会生产力为改革和发展的根本方向,以市场为导向,立足本地优势选择符合自身条件的方式加速转型,争取在顽强拼搏当中取胜。”

丁伍号表示,在目前形势下,福建民营企业需要扎实练好“内功”,锻造企业自身的健康体魄以应对市场的不确定性。同时,进一步发扬“爱拼才会赢”的闽商精神,研发出更多适销对路的产品,促进内需潜力进一步释放,达到与上下游合作伙伴共同发展的目标,努力在激烈的市场竞争中保持自己的优势。如2021年4月,面对国际市场对于新疆棉的抵制行为,361°与国家棉花产业联盟正式签订战略合作协议,成为首个与国棉联盟合作推广的国内体育用品品牌。

“我们将依约采购国棉联盟品牌的优质原材料,为消费者提供科技与设计兼备的运动装备,以实际行动助力国棉产业的高质量发展,展现了民营企业对国家、对社会的责任和担当。”

“回顾过去,面对冲击和变局,企业稳中求进,稳固了市场地位;展望未来,经济形势仍然不确定、不平衡,还将面对诸多挑战。在党的正确领导和‘晋江经验’引领之下,我们民营企业更应当奋力前行,以亲身言行为标尺,借力经济全球化发展趋势,将中国制造推向全世界。”丁伍号的话语恳切而坚定。

(蔡君仪 来源:《政协天地》《21世纪经济报道》)



中国首款前后脚掌分离式碳板跑鞋