

361° 亮相首届篮球博览会

全维产品矩阵打造沉浸式篮球体验,备受篮球爱好者青睐

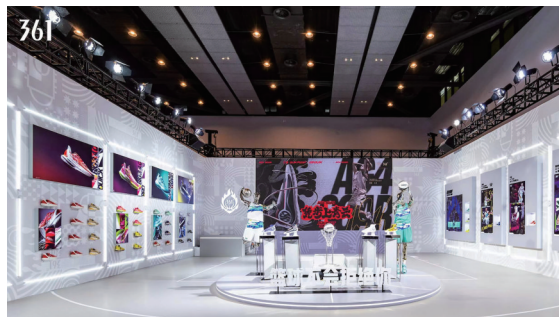
晨报记者 钟宝坤

11月8日-12日,2023年国际篮球博览会(下称“篮博会”)

在晋江国际会展中心隆重举行。作为国内领先的体育用品品牌,361° 以现场展区为载体向大众讲述了品牌篮球故事,品

牌旗舰篮球产品、限量尖货产品纷纷亮相,全方位打造与消费人群的交互场景,与篮球爱好者建立“品牌共鸣”。

“触地即燃” 深度构建品牌交互场景



产品矩阵 全方位展示品牌篮球资源

2023年国际篮球博览会由中国篮球协会、中国国际贸易中心股份有限公司共同发起,作为国内首个篮球运动盛典,展会集篮球事业成就展示、篮球产业联动、篮球文化体验等内容为一体,致力全景呈现中国篮球发展盛况,打造篮球爱好者嘉年华。

为响应专业观众及篮球爱好者的需求,提升品牌声量及品牌影响力,361° 对展区进行了精心布置,汇聚了品牌多款旗舰及尖货篮球产品,全方位展示品牌篮球资源。整体来看,现场除常规展会的产品展示区、售卖区外,还设立了创意互动区及品牌沙龙区域,创造361° 产品深度体验场景,凝聚为“新生代篮球能量聚集地”。

在361° 展厅当中,品牌代言人阿隆·戈登“凭步上青云”霸气扣篮的巨幅场景让观众印象深刻。今夏,阿隆·戈登以绝对主力身份率队摘得NBA年度总冠军,让361° 成为本土体育品牌在篮球圈层竞争中的最大赢家。此次,361° 携阿隆·戈登签



名鞋AG系列最新上市的AG4-SOAR亮相篮博会,成功获得了众多篮球爱好者的关注,热度一时两旺。

由品牌代言人斯宾塞·丁威迪联合打造的签名鞋DVD系列同样吸引了不少人群的目光。通过与丁威迪的合作,361° 补全了后卫线上的空缺,进一步完善产品矩阵和篮球产业生态。2023年6月,丁威迪在赛季间歇到访中国,并多次亮相361° 门店,有效拉近了品牌与篮球圈层

间的距离。

此外,联合可兰白克·马坎推出的“克制”系列、阿隆·戈登NBA夺冠时上脚的“禅5”以及在篮球圈久负盛名的BIG3 4.0系列同样受到了到场人群青睐。目前,361° 通过在篮球领域的持续深耕,取得了显著成果,相关产品已形成矩阵式发展,并通过篮球代言人及完善的产品系列达成了与篮球爱好者的共鸣,在圈内广受欢迎。

为打造沉浸式篮球空间,此次361° 在展厅布置方面也颇下了一番功夫,将整个展厅设置为篮球场。熟悉的场景也瞬间点燃了篮球手们在街头与伙伴们愉快切磋的记忆,回味了那份对于篮球的专属热爱。

只要热爱,皆可登场,毕竟篮球不会拒绝你!为实现这一目标,2020年,361° 以顶级资源投入,打造了近距离与篮球部落的接触场景“触地即燃”系列赛。随后,赛事持续升级,在次年以“燃·球局计划”撬动全国篮球市场,并逐步升级为知名篮球赛事IP,为更多篮球人群提供了专业化的沟通平台。

本年度“触地即燃”再次扩容,不仅邀约中职联球员黎伊扬担任“燃派球员”,更会集了“2600+”名球员,对战场次“900+”场,累计比赛时间“5400+”分钟,参赛人数及参赛场次均创历史新高。同时,赛事

还首度加入了少年组比拼,结合与青训专家、361° 少年篮球总教练吕晓明所开设的“触地即燃·少年篮球训练营”一起培育未来篮球英才。

在赛事之外,361° 也尝试更多对于篮球热爱的表达方式。展厅内,品牌与无聊猿、海绵宝宝等知名IP所推出的联名产品吸引众多到访者驻足,在满足篮球人群场上需求的同时,也充分彰显了他们的个性,而这些产品也是品牌为追求自我定义自由性和多元化的年轻人群所送上的一份心意之选。

目前,361° 已经围绕篮球构建了较为完善的生态圈层,面对未来挑战,361° 将继续深入篮球圈层,推动“触地即燃”系列赛走出国门、学习先进篮球经验,同时多维度提升产品体验,达成品牌与消费者的共赢,携手广大体育爱好者持续书写篮球热爱故事。



公益广告

手上留情花似锦 脚下留情草如茵

讲文明礼仪 守社会公德 做文明有礼厦门人

中共厦门市委文明办 海西晨报社(宣)