

■破局新范式

新年伊始,宁波制造正以“破局者”姿态持续焕新。从TikTok“出海”爆单到科技体育跨界,从AI赋能生活到工业互联网重构产业,本土企业的创新实践正在重构宁波产业经济逻辑。

为此,宁波晚报和甬派联合推出产业创新系列报道,走进多家代表性企业,解答三大疑问——“宁波企业解锁了哪些产业新范式?”“创新背后的底层逻辑是什么?”“这份‘宁波样本’有怎样的可复制价值?”



维动马年限定篮球袜。

# 维动体育： 从“小品牌”到“流量王” 靠赛事IP实现商业破圈

1891年,篮球运动诞生于美国校园,历经百年从室内游戏发展为全球普及的竞技项目,推广路径从奥运项目延伸至街头赛场,营销手段更是层出不穷。

2024年,一场名为“赴战篮球”的街头赛事在社交平台引爆热度,全网总曝光超10亿次,其高强度对抗与创新规则吸引了无数球迷目光。随后,这场赛事的幕后推手——宁波维动体育用品有限公司(下称维动体育)借此实现品牌一炮而红,从细分领域玩家跻身大众视野。

那么,维动体育是如何从“小品牌”逆袭为“流量王”的呢?



“维动赴战”总决赛3.0现场。

## 1 “赴战”：高强度创新赛制打响知名度

对于诞生于互联网时代的维动体育而言,最初的困境几乎是所有线上原生品牌的通病——代工模式下缺乏核心竞争力,品牌认知停留在“杂牌”层面;线下重资产扩张风险高企,商圈店铺租金、装修、用工成本动辄百万级;运动品牌市场早已被安踏、李宁等巨头瓜分,同质化产品充斥市场,消费者难以在众多品牌中记住一个新面孔。

“当时线上销量不错,但没人知道维动是什么,我们需要一个国民化的过程,至少让大家听过这个品牌。”维动体育企划部负责人汪旭伟回忆道。

维动体育的破局,核心抓手便是自主打造的“赴战篮球”赛事IP。

2022年,毫无赛事运营经验的维动团队毅然开启首届赛事,以“高强度”为核心特色撕开市场缺口。

不同于传统赛事,“赴战篮球”创新设置100分赛制、4分投篮区、4v4对抗等规则,不限制职业球员与外援参赛,无时间限制,将竞技强度拉满。

参赛球员中不仅有现役中国男子篮球职业联赛(CBA)球员庞峥麟等,有前CBA球员高尚、罗旭东等,还有以曹芳、曹岩、吴勇

豪等为代表的“网红”球员,自带百万粉丝流量。

从全国巡回战到北仑决赛,赛事影响力持续发酵,不仅让维动装备在实战场景中深度曝光,更凭借热血对抗积累了海量粉丝,彻底打破品牌初期的认知困境。

4年来,“赴战”赛事累计线下观赛人群近50万,线上相关话题曝光量超35亿,抖音平台官方号拥有超50万粉丝,成为全国街头联赛中流量最高的IP之一。

“赴战篮球”也逐渐从民间赛事,演变为年轻球员冲击职业联赛的“试金石”。

## 3 蜕变： 从“小品牌”到“国民化”

在品牌端,赛事IP“赴战篮球”不直接产生交易额,却让维动完成了从“小品牌”到国民化品牌的关键一步;在市场端,品牌认知的提升反哺线上销量,形成“赛事引流—品牌增值—销量转化”的闭环。

汪旭伟表示:“赛事带来的品牌力提升,让消费者在线上选择时愿意相信维动是一个靠谱的品牌,这对销量的带动作用非常明显。”

目前,维动体育已成为国内最大的篮球袜品牌,单日最高销售量超10万双,是淘宝、京东、抖音等多个平台的垂类第一。

去年,维动体育研发的“赴战”篮球,作为“浙BA”宁波赛区的比赛专用球亮相,也为其篮球销量带来了质的提升。

如今,维动体育正计划深化“运动场馆+卖场”线下布局,既降低成本又软性植入产品,更希望以品牌力量带动宁波篮球氛围,让篮球精神感染更多人。

“当前,我国篮球爱好者人群大概是2亿到3亿,但这只是一个动态更新的数据。”汪旭伟说,“热爱篮球、热爱运动的人在不断更新,我们这个事情可以长久地做下去。”

记者 施文

## 2 灵活：巧用区域优势布局供应链生态

从维动体育的破圈,可以提炼出中小体育品牌的破局新范式——以“自主研发+柔性供应链+赛事IP+线上线下协同”构建系统竞争力。

用汪旭伟的话来说,两个字精准概括:灵活!

生产灵活——在供应链端,维动体育不盲目自建工厂,而是整合各地优势资源,创造更加灵活、高效的自有供应链生态。比如,利用福建的鞋类产业优势,建立篮球鞋生产基地;利用江西的低成本人工优势,建立宜春维动

体育产业园等,还有袜类、速干衣、篮球……维动体育将设计、研发、生产牢牢抓在手中,成功将成本压至最低,形成“相同质量更低价格”的性价比优势。

运营灵活——“赴战篮球”赛事全程由维动体育自有团队承办,大到场馆选择,小到人员调控,每一道流程都亲力亲为。“这能最大程度保障赛事的完整性与选手的体验感,根据现场情况及时跟进调整方案,也让团队在极短时间内迅速成长。”汪旭伟补充道。

场景灵活——区别于多数体育品牌,维动体育放弃了大商场专卖店的传统模式,而选择了“球馆+实体店”的轻资产模式,降低投入风险。这种模式,既能大幅降低租金、运营等投入风险,又能精准对接篮球核心人群,借实战场景赋能品牌,实现实体店与运动场景深度绑定。

维动体育的实践表明,在资源有限的情况下,通过精准的场景重构、创新的赛事设计和系统性生态构建,也能让品牌实现从“单点创新”到“系统制胜”的跨越。