

## 城事·民声

《医院门口“一位难求”存隐患》追踪

公交优化服务  
助力化解停车难

本报讯(融媒体记者宋万春 通讯员柯馨)昨日,本报5版报道了福建医科大学附属第二医院鲤城院区(以下简称“福医二院鲤城院区”)门口非机动车道被电动车挤占,影响通行存在隐患一事,引发市民对就医出行的关注。记者了解到,为缓解医院周边停车压力、优化就医出行体验,泉州公交集团持续发力,通过优化公交线网、开通特色线路、提升服务品质,为市民打造更便捷、绿色的就医交通选择。

针对市民反映强烈的福医二院鲤城院区周边停车难、通行不便的问题,以及连接东海院区的需求,公交集团自6月20日起延长试运行K3路(开元盛世广场—福建医科大学附属第二医院东海院区)3个月,并同步优化服务:开元盛世广场首班提前至6:45发车,新增泉州第一医院等客流密集站点。线路采用6米级微型公交“小灰”车型,灵活穿行医院内部道路,首次实现公交直达医大二院东海院区住院部门口。日均58个班次覆盖6:45—18:30时段,全程26公里仅设9站,较常规线路减少60%站点,单程节省10—15分钟。

“现在搭乘公交来看病方便多了。”在福医二院鲤城院区公交站,独自乘车前来的黄阿婆告诉记者,这一带车多人多,不管是开车还是骑车,高峰期容易缓行,停车也不方便。以前让孩子开车送自己过来,有时反而比坐公交还慢。现在自己乘车过来方便,也不用麻烦孩子。

“一些人骑车过来就诊,找不到车位乱停车,堵了别人也可能被堵住,反而耽误时间。”带着父亲在两个院区之间转诊的张先生也深有体会。他说,现在公交线路多且覆盖面广,如果大家尽可能选择公共交通,就能减轻交通压力。

K3路只是公交集团构建“公交+医疗”服务体系的一个缩影。近年来,随着泉州“环湾公交一体化”战略推进,公交集团同步构建“主干快线+微循环”的立体医疗交通体系。“从满足‘走得了’向保障‘走得好’,我们正推动公交服务从运输向健康管理延伸。选择公交就医,不仅能有效缓解医院周边的停车压力和交通拥堵,还能避免电动车违停带来的安全隐患。”公交集团相关负责人表示,未来公交集团将持续以需求为导向,优化线网结构,为市民提供更高效、舒适的就医出行服务。

本报讯(融媒体记者廖培煌)近日,在泉州市区泉秀街东段,一道独特的城市风景线正逐渐揭开面纱——由200余块巨型天然岩石构成的“磐云”景观拆除围挡,向市民展示其震撼面貌。

这处占地约25亩的巨石景观群,位于泉州市建筑服务产业园三期范围内。经过的市民可以看到,这些石头数量多、块头大,每块都保持着最原始的形态,或如春笋破土,或似拱门凌空,还有的结合钢管堆叠成各种形状。

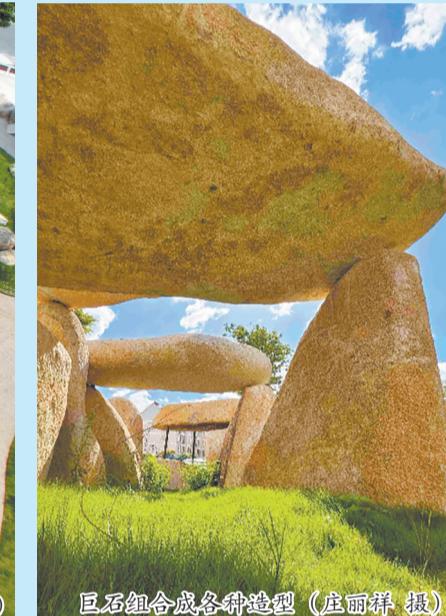
项目相关负责人潘先生介绍,这一大片巨石取名“磐云”,约200块,平均重量为60吨—70吨,最大的80吨,均来源于泉州本地矿山,没有经过任何的雕琢加工。

缘何在此布置巨石景观,潘先生解释道,这里地处早年的“石头街”,而且泉州有许多与石头相关的元素,比如,开元寺东西塔,洛阳桥与安平桥,清源山老君岩,九日山石刻……泉州的地标许多由磐石铸就,象征着泉州人骨子里的坚韧与淳朴。同时,石头作为最原始且永恒的建筑材料,以其质朴而坚韧的特性,成为连接过去与未来的文化媒介。

据介绍,这处巨石景观群将打造成为一片城市绿洲天地,激活周边商业氛围。目前,核心景观已完成基本建设,后续仍在推进,将于今年10月初正式开放。



这些石头块头大,都保持着最原始的形态。(庄丽祥 摄)



巨石组合成各种造型(庄丽祥 摄)

## 361°发布2025半年报 营收净利双增 战略布局效益凸显

在国家大力推动体育事业高质量发展的大背景下,体育产业正迎来前所未有的发展机遇。相关政策的落实,推动体育产业增加值不断攀升。在此宏观环境下,国内知名运动品牌361°凭借自身独特优势,在市场上脱颖而出,不仅营收持续增长,股价也表现亮眼,成为行业内的焦点。



361°专业尖货产品矩阵

### 营收持续“快稳增长” “高质价比”战略成效显著

361°作为国产运动品牌的佼佼者,近年来营收实现持续且稳健的增长。2024年,其全年营收首次突破百亿元大关,达到100.7亿元,同比增长19.6%,净利润为11.5亿元,同比增长19.5%。这一成绩的取得,标志着361°正式跻身国产运动品牌“百亿俱乐部”。

在最新发布的2025年半年报中,361°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坚实的基础。同时,公司决定进行中期派息每股0.187元,派息比率达45%。

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°精准把握市场需求,坚持“高质价比”战略,将前沿技术拓展到大众产品线。2025年上半年,361°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。广泛应用于各类产品中的研发成果,让消费者以亲民价格获得高品质、高性能装备。



### 科技创新赋能 专业产品矩阵不断扩充

科技创新始终是361°发展的核驱动。公司研创中心构建完善的研发体系,获得国家级高新技术企业、国家级绿色工厂、国家级工业设计中心等多项荣誉认证。2025年7月,361°喜获中国轻工业联合会颁发的“2024年度中国轻工业科技百强企业”称号。通过技术革新提升产品,2025年上半年鞋尖货新品数量达230多款。

在跑步品类上,361°的专业竞速装备已在行业第一梯队站稳脚跟。2025年上半年,361°赞助青岛马拉松、冲浪城马拉松、OC马拉松等专业赛事。旗下跑鞋“飞燃FUTURE2”“飞燃4”助力李子成、管油胜、王佳浩等代言人及精英跑者斩获佳绩。专业竞速跑鞋矩阵,上半年屡创佳绩,助力运动员85次登上领奖台。

篮球品类同样亮点十足。2025年

上半年,随着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”进一步强化与球迷之间的感情纽带。联手斯宾瑟·丁威迪推出第三代签名鞋“DVD3”,同样得到消费者的高度认可。361°在篮球赛事和篮球文化领域持续深耕,提升了海内外的美誉度。

### 渠道结构优化 线下与线上渠道双轮驱动

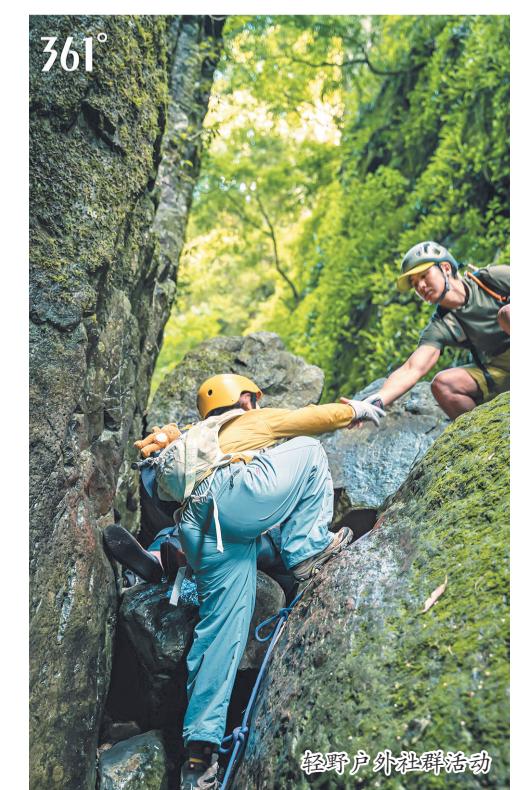
在渠道布局上,361°采取了差异化策略,精准聚焦线下市场。截至2025年上半年,361°主品牌在中国内地拥有5669家门店,361°儿童品牌也有近3000个销售网点。

渠道创新方面,361°推出集团零售新业态361°超品,精准定位“全民运动装备站”。截至2025年6月30日,361°超品全国门店数量累计落成49家,涵盖45家大店及4家童装店。新兴渠道361°超品“全民运动装备站”于全国快速拓展,依托“千平空间、全场景品类覆盖、一站式自助购齐”模式,构建

差异化优势,获得市场积极反馈。东吴证券研报中曾表示,361°深耕线下市场,2025年以来加速超品店,同时持续推出高质价比新品,驱动保持行业领先增速。国海证券同样认为,361°超品店成功通过“产品发售—赛事体验—零售场景”的创新联动,进一步巩固了公司在高质价比全民运动装备领域的地位。

线上渠道方面,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,也有出色的零售表现。其中尖货产品已成为集团业务发展和品牌形

象推广的重要支柱。值得关注的是,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,上半年连创历史新高,同比增长94%。而361°海外销售网络已延伸至美洲、欧洲及“一带一路”沿线地区。在马来西亚吉隆坡开设的海外直营店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,从而有效提升全球品牌影响力与市场渗透率。



轻野户外社群活动

### 股价持续上扬 资本市场高度认可

在新消费板块崛起以及港股市场整体向好的大环境下,361°的良好业绩表现也反映在其股价走势上。2025年初至今,361°股价持续上涨,涨幅超50%,展现出强劲的增长动力。同时,广大投资者也显示了对361°的未来发展前景充满信心。

2025年上半年,361°在营收增长、产品创新、渠道拓展以及市场影响力提升等方面都取得了显著成绩。未来,在国家体育事业高质量发展的政策支持下,以及消费市场对运动产品需求不断增长的背景下,361°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,同时在资本市场上也将持续为投资者创造价值,打开未来市值的想象空间。

(吕振震)