

泉州智造 驰骋跑圈

从高频现身各大马拉松赛道,到同步迭代大众跑鞋及跑步装备,泉州体育品牌持续深耕跑步业务板块

□融媒体记者 林锌柔 文/图

近期,多场马拉松比赛开跑,据中国田径协会官方发布,仅11月和12月,全国就将举办116场马拉松赛事,吸引许多专业选手、跑步爱好者和市民参与或观赛。作为运动鞋服产业根基深厚的城市,“泉州智造”高频现身马拉松赛道,以赞助商、冠名商、合作伙伴、装备提供者等身份刷得满满存在感。与此同时,各品牌全新升级的跑鞋、跑服等装备相继上市,较先前版本在性能、款式、舒适度上有了进一步提升,直观展现了泉州体育品牌在跑步业务板块的深耕细作与亮眼成效。



频繁亮相 马拉松赛事

泉企提供的装备不仅具有出色的竞速性能和舒适的穿着体验,还常在设计上与赛事举办地的城市文化相呼应

近几个月,几乎每个周末都有马拉松赛事鸣枪开跑,几乎每场比赛都有泉州体育品牌作为战略合作伙伴,凭借全方位专业运动装备为赛事保驾护航。泉企提供的装备不仅具有出色的竞速性能和舒适的穿着体验,还常在设计上与赛事举办地的城市文化相呼应,助力跑者取得好成绩的同时,也为城市绘出亮眼风景线。

11月2日,2025北京马拉松落幕。根据悦跑数据研究院发布的报告,今年北马,特步以高达32.8%的占比继续稳坐全局穿着率的榜首位置,数据超过了第2、3名的总和;在3—4小时、4—5小时、5—6小时三个分段区间的穿着率中,特步仍然遥遥领先。悦跑数据研究院分析,这三个完赛时段的跑者人数占比超过八成,能力水平更加贴近普通大众跑者的真实水平,因此他们对于跑鞋品牌的选择,往往更具备普遍代表性。此外,在今年举行的厦门马拉松、无锡马拉松、兰州马拉松、哈尔滨马拉松、成都马拉松、上海马拉松中,特步同样拿下全局占有率为第一的成绩,且占比均超三成。不止全局穿着率高,竞技成绩一样亮眼。例如,第十五届全运会上,宁夏选手何杰穿着特步160X系列冠军版跑鞋夺得男子马拉松项目冠军;上海马拉松期间,穿着特步冠军版跑鞋160X 7.0 PRO的特步跑步代言人丰配友以2小时08分36秒的成绩率先冲过国内男子组的终点线,刷新上海中国籍赛会纪录……截至今年8月,特步已累计助力107名中国运动员斩获507个马拉松冠军。

此外,特步在赞助马拉松赛事时也尽可能凸显举办城市的文化底蕴。以12月7日举行的2025特步泉州晋江马拉松赛为例,今年晋马全程串联草庵摩尼光佛造像、安平桥两大世遗点,新增了世纪大道南拓路段,沿途有身着娘惹服饰的“晋马宝贝”加油助威,还在赛道

周边设置了充满闽南特色的专属表演区与特色美食区,让跑友在竞技中沉浸式感受泉州世界文化遗产和自然风光的魅力。

361°则在赛事装备上做文章,用色彩和印花凸显赛事举办城市的独特魅力。10月26日,2025唐山马拉松正式鸣枪开跑,361°作为赛事顶级合作伙伴,为全体参赛选手、配速员、急救跑者及工作人员提供了专业装备。为凸显城市特色,此次361°特别推出了飞燃4.5唐山马拉松限定配色跑鞋“冀子余光”及唐山马拉松背心套装。前者以金黄色为主配色,后者则将评剧韵律、皮影艺术、城市地标融入设计。不少参赛者表示“这套装备名字和颜值一样在线”。针对12月14日将开跑的2025福州马拉松,361°又推出限定配色跑鞋“有福之州”和干净利落的主推套装,其中跑鞋以榕树、马鞍墙、福山福水福道等福州元素作为设计灵感,选取绿色、白色和红色为主要色调,还在鞋舌与鞋垫上打造了“福”字logo,以清新的设计和良好的配置吸引许多跑步爱好者在其官方微博发布的文章下留言讨论。值得一提的是,361°为赛事打造的限定配色装备还面向广大消费者发售,因此许多未中签的马拉松爱好者、普通的大众跑者和跑鞋收藏者也前往门店了解。

此外,近期安踏为常州西太湖马拉松、合肥马拉松提供全套专业装备,中乔体育在南宁马拉松期间推出专属训练营等配套活动,鸿星尔克赞助济南马拉松、绍兴马拉松等赛事,匹克助力襄阳马拉松、泰州马拉松等赛事……泉州体育品牌通过赞助赛事、研发专业装备和营造跑步文化,多维度夯实品牌实力,进一步提升核心竞争力。

持续深耕 跑步业务板块

泉州体育品牌持续加大对跑步业务板块的投入,不断升级跑鞋、跑步服装等装备的科技、面料和款式

据国家体育总局体育科学研究所中国体育经济研究中心发布的《中国路跑人群消费与赛事经济发展趋势与特征研

究报告》,2024年中国田径协会认证赛事参赛者年度消费总规模达168亿元,较2023年增长26%。其中,直接消费(如运动项目服装鞋帽、可穿戴专业装备、赛事报名费、保健康复以及运动营养品购买等)超98亿元。

巨大的市场潜力下,泉州体育品牌持续加大对跑步业务板块的投入,不断升级跑鞋、跑步服装等装备的科技、面料和款式。

今年,安踏的核心回弹科技“氮科技”再次实现技术迭代,全新发布氮80、氮85、氮90,分别对应稳弹、软弹、快弹不同性能,多款由全新升级氮科技加持的安踏竞速C家族产品也随之亮相。除了竞速C家族,安踏还针对通勤入门、日常训练等场景,推出了旅步、乘风、马赫、马力、塑胶先锋等多个系列,每个系列下又有多双跑鞋,不论是新手、大众跑者还是精英跑者都能在安踏找到适合自己的跑鞋,在价位和造型上也有较大的选择空间。“我们把安踏目前主要25款跑鞋,按场景和性能画成这张导航图,帮你快速锁定目标区域。”一位跑步博主发文分享道。他向大家详细介绍了不同系列的差异和亮点,“目前大部分鞋款200—300元就能拿下,相当亲民。400元价位是安踏的甜点区,能买到搭载氮85的C202 7代。千元以上则是精英级碳板竞速鞋”。

长期深耕跑步领域的特步在跑鞋方面则更有发言权,其通过构建XTEP FIT、XTEP DURA、XTEP ACE+、XTEP POWER四大冠军科技平台,全面覆盖了运动员从基础适配到性能突破的不同层次技术需求,亦构建起在专业耐力领域的技术壁垒。其中,XTEP FIT科技为了让跑鞋更适合国人脚型,采集超过30万份脚型数据,建立起中国最大的脚型数据库;XTEP DURA科技首创使用马拉松级CPU材料,并通过AI大模型实现大底纹路的精准设计;XTEP ACE科技平台则以行业领先的PISA超临界发泡技术为核心,为不同距离项目提供持久的能量回馈;而创新运用航天材料的XTEP POWER科技矩阵,则为运动员的后半程加速提供关键助力。除此之外,特步还推出更适合大众跑者的BT400,采用的玄武岩纤维是嫦娥6号在月球背面动态展示的国旗同款材料,又轻又韧。“我们也有越来越多技术下放,进行‘优化’和‘重组’并创造出更多适合大众的产品,丰富大众消费者的选项,鼓励更多人参与并坚持这项运动,形成更为强大的竞争力。”特步跑步发展中心总经理吴联银表示。

走访中记者发现,不少泉企针对不同季节或不同天气场景,精准推出适配的跑鞋与运动服装。例如,匹克上新不久的秋冬跑步系列“燃动”,在针织摇粒风衣中搭载锁温科技,两件套紧身长裤融入芯韧科技,兼顾保暖性与弹性,能灵活应对气温及体温变化;361°全新升级的雨屏9代跑鞋则搭载DWS动态防水系统、FLY-TEX防水透气膜,搭配耐磨止滑橡胶与快平衡系统等配置,其水中曲挠40000多次仍能做到无透水,可以从容应对暴雨场景,同时兼顾防寒、透气与稳定性能。“雨天在崎岖路面训练,也不用担心滑倒。”跑步爱好者阿黄体验后直言。