



《产业周刊》 官方微信公众账号

春夏之交,越野跑正成为户外运动爱好者们的“心头好”。过去两周,2024四姑娘山云间花径越野跑暨萨洛蒙越野黄金联赛世界系列赛中国站、黄金联赛中国系列赛总决赛、2024可隆东海云顶跑山赛等越野跑赛事接力举行,吸引了众多越野跑爱好者参与。

越野跑再次升温的背后,以安踏等为代表的大众运动品牌也将目光投来。上周,2024安踏高黎贡超级山径赛季发布会在昆明举行。这是安踏品牌今年以来赞助的又一越野跑赛事。

从大热的马拉松赛事,到升温的户外越野跑比赛,体育品牌们在户外跑步赛道上开启竞争的新战场。

# 体育品牌开辟越野跑「新赛道」

本报记者 柯国笠

直面竞争 赞助抢起来

“今年香港100越野赛的体育品牌赞助商怎么换成安踏了?”关注越野跑圈的跑者阿素感到惊讶,毕竟,“港100”在国内越野跑中颇具代表性,是许多越野跑爱好者的必跑赛之一。

不只是阿素,对于不少大众运动爱好者来说,安踏涉足越野跑本身就是“出圈”的动作。

在此之前的2023年,香港100越野赛的官方技术装备提供商是户外品牌KAILAS凯乐石,以及著名的鞋大底技术方Vibram。在过往的多届比赛中,凯乐石一直都是“港100”的常客;2024年初,却被安踏“截胡”。

成为“港100”的冠名赞助商,标志着安踏专业体育版图的又一次拓展,对于越野项目的探索再进一步。

赞助商争夺战不只在“港100”。

上周刚刚召开发布会的高黎贡超级山径赛,也正式官宣了安踏为赛事冠名商。作为中国西南部云南省高黎贡山地区举办的超长越野赛事,同时也是全世界第一个By UTMB顶级越野赛事,高黎贡超级山径赛同样在越野跑圈中具有代表性。

不只是安踏,户外体育品牌中的凯乐石、开拓者、拓路者、骆驼等,也开启了越野跑、山地跑等户外跑赛事的赞助拉锯战。与此同时,户外城市运动品牌可隆、猛犸象等专注户外运动服装的品牌也加入了战局。

而对于传统户外越野品牌萨洛蒙而言,今年以来,面对其他品牌的竞争,该品牌加速对包括萨洛蒙城市社区越野跑等赛事的布局,进一步强化该品牌在户外越野跑圈中的领先地位。

值得一提的是,今年以来,以“轻越野”“方盒子”为营销卖点的国产新能源车也将赞助目光投向了越野跑赛事。城市越野成为当下消费者们的运动新生活方式。

“越野跑分为不同类别,可针对专业人群、运动人群和休闲人群进行赛制划分,因为其兼具运动和户外体验,所以锻炼身体也舒缓心理,受到城市人群的欢迎。”越野跑爱好者王先生告诉记者,近年来,户外运动受到欢迎,钓鱼、露营、飞盘之外,“越野跑这类赛事具有竞技性,潜在的玩法比较有消费力,所以也被许多赞助商关注。”

持续升温 赛事「跑」起来

赞助商们的冠名争夺战背后,是越野跑赛事受关注度的持续升温。

有别于马拉松赛事和其他跑步赛事,越野跑是一种在野外自然环境中的小径上跑步与徒步的运动,通常会经过山地,可能出现较大起伏,有时候需要参与运动的人员进行爬坡、越溪等,更具有运动趣味性和风险性;因此,在专业赛事中,对参赛选手的参赛门槛较高,也对赞助商提出了专业性要求。

上个月,TNF100莫干山越野跑时隔两年在浙江德清重启。该赛事由美国服装巨头VF集团旗下户外运动品牌The North Face打造,最早于2009年引入国内,是在中国大陆举办的首个100公里越野跑赛事。

近年来,TNF100还推出过北京站、秦岭站、长白山站等比赛,并发展为国际越野跑协会(ITRA)的积分赛事。北面深耕赛事营销的路径也折射出国内越野跑市场的增长态势。据《亚洲越野杂志》(Asia Trail Magazine)不完全统计,2013年前,中国境内每年越野赛事不超过10场,而到了2018年至2019年,国内越野赛已经达到500场左右。

据不完全统计,2024年,已经登记的国内越野赛事已经超过600场,达到历史最高。

不仅是赛事数量,国内越野跑赛事质量也在提升。近年来,包括环四姑娘山超级越野跑、大连100越野赛等赛事都已经发展为国内的经典越野赛事。而诸如TNF100、三夫户外、柴古唐斯等趋于成熟的品牌赛事,也已经成为越野跑爱好者的首选。

参赛人数的增长也反映出越野跑的热度。据国际越野跑协会的数据,每年至少参加过一次ITRA认证赛事的中国跑者数量,由2015年不足1万人,到2019年有接近6万人。有专业赛事承办方就预测,2024年,越野跑的参赛人数将突破10万人。

“对跑者来说,越野跑是升级版的跑步赛事。有不少马拉松爱好者转向了越野跑,其中不乏一些冠军水准的马拉松选手,在越野跑赛事上获得了成功。”阿素告诉记者,越野跑均参赛人数少但参赛深度够,赛事趣味性、挑战性,也成为不少城市户外徒步爱好者热衷运动的项目。“越来越多的跑步爱好者在尝试越野跑。”

而对于赛事举办地而言,越野跑则以其能够穿越当地自然风景区、文化景观区,参赛人员规模较小,交通管制需求小等,而备受欢迎。在大力发展在地文旅的背景下,越野跑也成为城市的对外名片。

蜂拥而至 赛场「拉」开了

无论是已经遍地开花的马拉松赛事,还是欣欣向荣的越野跑赛事,都洋溢着当下国民对运动健康的高涨热情。

当下,马拉松赛事、跑马选手的赞助权已经被特步、安踏、李宁、鸿星尔克、中乔等国产运动品牌所瓜分。而在跑步装备上,各大运动品牌又纷纷推出当家运动科技和专业竞技产品——在马拉松赛道上,运动品牌已经充分“内卷”。

这样的情况似乎也在越野跑赛事上呈现。

去年下半年以来,安踏品牌开始发力户外跑赛道,宣布签约著名户外跑者游培泉为安踏冠军代言人,并宣布冠名“港100”越野赛。

在短短一个多月时间里,安踏相继推出太行、横断、祁连等十多款户外越野跑鞋,搭载了Vibram专业户外大底,搭配全新的设计风格,受到消费者的欢迎。针对香港100越野赛,安踏品牌旗下安踏冠军子品牌推

出精英版和环保版越野跑鞋“猎隼”也备受瞩目,成为不少户外跑步爱好者的“心头好”。

李宁也紧随其后,于上个月发布新款户外跑鞋产品的卢PRO23,加码户外跑赛道。该越野跑鞋单只重量在256g左右,能够满足精英竞速跑者对轻量化、推进力的核心要求,并且兼顾抓地耐磨性能。

不只是国产运动品牌,美国品牌斯凯奇(Skechers)也推出MAX CUSHIONING户外缓震跑鞋,搭载拒水科技和“自然摇杆”科技,适应复杂的户外环境,为脚部提供充分的推进力;当下正红的跑鞋品牌HOKA、昂跑等还推出专业户外跑鞋产品,丰富其在户外运动赛道上的产品布局……在推进力、稳定性、抓地力三者的平衡中,从灵活性轻量化到抓地力三者的平衡中,从灵活性轻量化到抓地力的协同上,应对公路、沙滩、山石等长距离混合路况,运动品牌们正向着新的竞争赛道“越野”。



## 中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

LILANZ 简约男装

361°

盼盼食品集团 PANPAN FOODS GROUP

信泰集团 SinceTech 信泰·网布科技领航者

JINJONG 晋江 取胜源于可靠 WIN WITH RELIABILITY

舒华 让运动更简单 关注科学健身

凤竹纺织 FYNEX TEXTILES

小样! 搭! 膳!

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台 15880722026

### 中国品牌之都 优秀供应商

发布平台: 15880722026

茂泰鞋底 MAOTAI SOLES

源泰皮业 Suroosafe 服务热线: 0595-85685062

星达鞋材 TPU热熔胶、高低温膜 服务热线: 0595-85127511

JIANYOU 健友皮革

产业周刊 企业最新资讯权威发布平台 15880722026