



特步主品牌

特步贊助清華大學與北京大學的校園馬拉松賽事

於4月，特步作為獨家賽事服裝贊助商支持2026年清華大學校園馬拉松與北京大學五四青春長跑，活動吸引超過8,000名學生與校友參與其中。特步持續通過贊助頂尖學府賽事，深化全民運動參與。



特步裝備持續助力精英選手奪冠 單週末包攬37席領獎台



於4月初，特步冠軍版跑鞋「160X」系列在十多座城市持續助力精英奪冠。該勢頭於4月18日至19日週末達到高峰，特步助力運動員在多項賽事中橫掃37席領獎台，其中包括梁田田與徐冰潔於全國田徑中長跑項群賽包攬5,000米及10,000米冠軍，以及朱卿於定州刷新個人最佳成績。這些持續刷新紀錄的表現，彰顯產品的冠軍實力。

特步攜「晝·夜」主題概念秀亮相中國國際時裝周

特步於近期亮相中國國際時裝周，發佈「晝·夜」主題概念秀。該系列以都市女性全天候運動生活為核心，融合全天候防護功能與多元時尚美學，重新定義超現實主義運動風格。特步此舉不僅引領了運動時尚的新風潮，更進一步強化其市場影響力與競爭優勢。



特步少年推出新款「成長鞋」 以科技助力青少年運動追高

特步少年



特步少年正式推出新款「成長鞋」，性能大幅升級。新鞋比前代輕17克，並擴大前掌空間，為骨骼生長預留空間。鞋款耐用性通過「XTEP DURA」技術獲得提升，升級版回彈系統則將回彈效率提高28%，確保青少年在科學運動的同時，支持其健康成長。

索康尼

索康尼全新形象店於上海西岸中環開業

坐落於上海西岸中環的索康尼新店於近期全新開業。新店總面積約150平，為品牌最新的5.0形象，將西岸濱江的潮流氣息與跑步基因深度融合。店鋪設計以跑步為內核，線條靈動流暢，極具美學質感，構築出專屬跑者的社區空間。





索康尼

索康尼官宣品牌代言人蔡徐坤 發佈多款生活及服裝系列

於4月20日，索康尼正式官宣蔡徐坤為品牌代言人，並發佈全新「KINVARA 1」生活系列。該系列將復古跑鞋的經典廓形與標誌性的奶油白色調相結合，將經典跑鞋科技轉化為都市穿搭美學，進一步拓展品牌在生活方式領域的影響力。

與此同時，索康尼聯合藝術家Chris Martin開啟「跑步藝術家系列」第二篇章。該系列通過將極具表現力的藝術圖形與專業運動裝備相結合，在傳遞奧林匹克精神的同時，借由藝術跨界合作進一步提升索康尼的品牌資產價值。



索康尼發佈全新「啡嵐」跑鞋 助力2026上海蘇州河半程馬拉松



於4月1日，索康尼推出「ENDORPHIN AZURA 啡嵐」無板競訓跑鞋，該鞋款承襲了內啡肽系列的競速內核。在設計上，採用充滿活力的亮橙色與奶油白進行撞色拼接，並搭配品牌標誌性的流暢波浪紋路。

除了產品創新外，索康尼持續通過戰略性的賽事贊助，推動跑步文化發展。品牌成功助力2026上海蘇州河半程馬拉松。於賽事期間，選手高成亮穿著「ENDORPHIN ELITE 啡翼 2」奪得男子組冠軍，並以1:04:54刷新個人最佳成績。

邁樂發佈Khakis聯名鞋款以及「Relay Web 1TRL」薄底鞋

邁樂

於4月18日，邁樂與Khakis的聯名鞋款正式發售。該鞋款在經典四指造型的基礎上，採用做舊海軍藍水洗色調與復古風格輪廓。同時延續「MOAB 3」的戶外性能，兼具戶外機能與日常穿搭需求。此外，邁樂推出「Relay Web 1TRL」薄底鞋，具備卓越抓地防滑性能與全粒面皮革鞋面。該鞋款兼顧舒適性與標誌性造型，從容應對多種場景。



產品

特步集團發佈2025年ESG報告 並獲得MSCI ESG「A」評級



特步集團發佈2025年ESG報告，關鍵成就包括其新增兩家廠房啟用光伏，及八成自營工廠達光伏覆蓋。此外，集團也達成多項發展里程碑，包括61款化學品獲最高級認證，回收51.3噸邊角料，以及贊助74場馬拉松。這些成就促使特步獲得MSCI ESG「A」評級，彰顯集團在可持續發展實踐方面的領導地位。

產品及品牌

環境、社會和管治