

装备

速干衣、压缩裤、运动手环,还有跑步鞋,跑步爱好者们越来越注重运动时的体验感,不惜血本购齐跑步装备。

市场

长沙商场里所能提供的选择已不能满足星城跑步爱好者的需求了,不少装备需要网购或者到其他城市购买。

商家

国内外商家嗅到跑步运动带来的商机,争相推出系列产品。

# 资深跑友在长沙买不到专业鞋

本报记者教你选购跑步装备必备“四大件”

经济观察

对于专业跑步者来说,一身良好的装备之于他们,犹如战甲之于战士。

现在,与公云峰一起开跑的,有12双跑步鞋,单价在600元左右,“这里就有7000多元,还不包括已经‘退役’的鞋。”

公云峰对于跑步鞋的要求尤为苛刻,“阿迪、耐克、李宁等品牌的跑鞋只能跑10公里以下的里程,若要跑马拉松,需要更专业的鞋。”公云峰说慢跑鞋、训练鞋、竞技鞋都不一样。训练鞋和慢跑鞋比较重,对脚的保护性能好,竞技鞋则很轻,完全需要靠肌肉来支撑。

另外,公云峰还有一笔重要的支出就是压缩裤,打完折也要700多一条。“长距离跑步,大腿内侧会有摩擦,另外,跑步的时候腿部肌肉会甩动,压缩裤可以绑住腿部,防止乳酸的堆积,有助肌肉恢复。”现在,公云峰家里的速干衣和压缩裤有几十件。

此外,手表也是费钱的一样消费。公云峰的运动手表2400元左右,可以计时、测算速度、心率,还能制作训练计划。

然而,公云峰说,他的这些装备都无法在长沙市场上买齐。“90%都是网购,长沙市场上买不到可供长距离奔跑的跑鞋。”

5月11日,2014年李宁中国10公里路跑联赛长沙站在橘子洲头开跑,奥运冠军熊倪也亲临现场助阵。

李宁10公里联赛的参赛者“小布”回忆,参赛包裹中有一件李宁T恤,还有一个计时器,不过在赛道的终点,提供的跑步测试服务让“小布”很感兴趣。根据那个足底压力分析系统的测试结果,“小布”得知他的脚掌内翻不足,所以必须要选择避震型的跑鞋。

跑鞋的细分程度足以说明参与这项运动的人已经足够专业。刘佳维的激情山水现在主要出售户外产品,“专业的跑步市场在湖南还未形成气候,但是我们未来引进产品的新方向。”



10月21日,长沙新世界百货,市民在体育用品柜台选购跑步鞋。 记者 田超 摄

## 跑步鞋



对所有跑步运动爱好者来说,跑步鞋都是最重要的一件装备。随着爱好跑步的人群越来越广,长沙主要商场内有售的运动品牌如阿迪达斯、耐克、彪马以及最近很“火”的新百伦,都推出了一些专业的跑步系列运动鞋。

据友阿春天耐克专柜导购介绍,品牌研制的超薄、超轻的气垫技术ZOOM被广泛运用在各类跑步鞋上。记者在专柜看到,含有ZOOM技术的系列鞋款的售价相较普通跑步鞋款略高一些,售价在999元至1199元。

王府井百货彪马专柜导购李小姐介绍,新款mobium鞋底有扭力绳,能防止脚扭伤,尽管售价高达近900元,但目前已卖断码。

## 速干衣



“速干衣挺重要的,因为可以帮助迅速排汗,防止感冒。”长沙媒体圈资深“跑友”波波说。

调查中,记者发现,尽管不少运动品牌都有速干衣在售,但商场中陈列的品种仍然较少。在友阿春天、王府井百货以及平和堂等商场内,常见运动品牌在售服装多为秋季运动外套或卫衣。

在速干衣的销售上,户外运动品牌似乎选择更多。友阿奥特莱斯在售品牌中,如北面、雪狼、哥伦比亚等品牌都有不同品类的速干衣在售。

波波说,在挑选速干衣时,除了看它的透气性能外,一些细节方面的设计也必须考虑,如领口最好有防晒设计。

## 压缩裤



专业选手的比赛服代表了经常与跑步打交道的爱好者的选择:能够降低阻力的紧身衣和能够帮助提高肌肉力量的压缩裤。

在跑友中,较有名气的压缩裤品牌包括Skins、CW-X、2XU等,不过这些相对专业的品牌并未见到在长沙市主要商场有售。波波称自己的压缩裤需要从网上或者其他城市去购买。

## 运动手环



跑步运动方兴未艾,传统运动品牌纷纷推出适宜跑步时使用的健康类穿戴产品。2013年,耐克发布新款Fuelband SE,阿迪达斯则紧接着发布了品牌首款可记录健康情况、检测心率和运动强度的智能手表miCoach SMART RUN。

苹果公司2年前推出的JAWBONE智能手环在星城的销售情况似乎不错。“该款手环能够记录消费者跑步的时间,如果没有计时器,还能帮助记录其他运动数据,很受消费者欢迎。”平和堂苹果体验店店员称。

## 跑步故事

一开始跑,就停不下来

3小时8分4秒、3小时5分、2小时58分、2小时56分……公云峰在马拉松的赛场上一直在超越自己。

2008年,身高174厘米左右的公云峰当时体重为170斤,属于“微胖界”,现在保持在120斤左右。开始跑步只为减肥,里程一般在5公里左右,从去年开始接触长跑。

对马拉松的狂热,公云峰用“谈恋爱”来类比,好像从来没有人愿意避开“恋爱”的感觉。

第一次跑完马拉松之后,公云峰说这辈子不会再跑了,“当时整个人已经虚脱,十天之后,身体机能还很虚弱。”就像刚刚失恋的人说这辈子不会再爱了一样。然而当他从失恋的阴影中走出来之后,又会满怀激情地投入到下一段恋情。

长距离跑步,让公云峰进入“动禅”状态。学者柳红认

为,“如果说打坐入静可以使人感到自己的存在,超脱于世的话,那么跑步则是在运动中,使你有超脱感的方式。”

去年夏季,长沙三个月未下雨,当第一场雨下下来,公云峰在烈士公园跑了几十公里,“在大雨中奔跑,已经感受不到雨的存在。”他体会跑步这件事本身,体会呼吸,体会摆臂的频率,体会哪怕一点点姿势上的改变带给全身不一样的反应。

他说,这种感觉会上瘾。对于安静来说,当她的生活一地鸡毛时,跑步能提供一种掌控的幻觉。

安静从3年前开始跑步,在她刚失恋的日子里,医生诊断她有轻度抑郁症。找不到地方哭,便躲在操场,走了几圈之后便跑了起来,她需要一个出口发泄全身的“病毒”。那天,安静足足跑了20圈,从此,她开始跑步。

## 跑步哲学

在奔跑中战胜“自我”

大多数跑步者都会否认自己对赢的欲望,他们在这个单调的重复奔跑行为中,形成了一套自己的哲学。公云峰从来不给自己定下要跑完多少场马拉松的目标,但是他要做到每一场马拉松都要战胜一次自己。

对参赛者而言,马拉松没有明星,第一名和最后一名到达终点的选手获得的奖牌一模一样,他们在这个过程中需

要战胜的是“自我”。心理咨询师彭海燕说,长距离奔跑,真正吸引的,是那些自我强盛、起码是对“强盛的自我”的存在感有迫切需要的人。

很多人开始跑步,是为了强身健体,当他们越跑越远后,每天奔跑的距离已远远超出他们强身健体的需要,仿佛只有在奔跑中才能放空身体,让精神达到极度的振奋。

■记者 朱蓉 侯小娟 实习生 解倩芳 黄盈盈 孙乐知 龙红梅

## 跑步装备

## 跑步运动成商家“救命稻草”

跑步爱好者越来越注重运动时的体验感,跑步时需要专业跑鞋,透气轻薄的外套,对体育商品的功能性及销售方式要求更高。而聪明的商家也早已嗅到跑步这项爱好所带来的商机。

李宁公司相关负责人表示,今年将以篮球、跑步、羽毛球、训练和运动生活等五大类核心体育品为主,“该五类产品是现在或未来可预见参与人数最多、最有发展空间的产品类别。”

耐克大中华区资深传播总监黄湘燕表示,中国年轻消费者对跑步反馈出的狂热,是2008年我们尝试在这个市场做推广时没有想到的。

来自耐克的数据显示,全球范围内登录耐克网站的跑步爱好者约有500万,而“nike+”全球注册用户也达到了1800万,这其中大部分为跑步爱好者。而在该品牌2013财年的全球业绩中,跑步类产品业绩占比达20.46%,成为仅次于sportswear26.99%的第二品类。