



消费者们是极度聪明的存在，每一次消费都可以清晰感受到品牌是否真诚，所以品牌一定要设身处地站在消费者的角度去思考，帮助他们解决切身的痛点，才有可能占领消费者心智，让品牌成为某一品类的头部。

其次是根据消费者的习惯，去做有用的创新。创新的本质和目的还是为了解决问题，而不是为了创新而创新，安踏心里时刻装着消费者，所以才能有那么多让人深感实用的黑科技创新。

2012年-2014年或许是安踏历史上最“危险”的时期，当时整个中国体育鞋服行业都处于艰难的转型期，各大品牌同质化严重，产品竞争力不足，产能过剩，库存积压.....

安踏高层亲自带队，，三年跑了500个城市，到每个地方去沟通，到每个城市去看市场和消费者。

最终安踏以破釜沉舟、背水一战的勇气提高了研发费用，一步步对品牌完成倒逼式的改革，才有了安踏的浴火重生。

为消费者做有用的创新，安踏一直在路上。



但真正让安踏站在世界聚光灯下的，是武大靖。短道速滑拼的就是极致速度，武大靖起跑，领先，夺冠，一路领先甚至没有给对手犯规的机会。

这背后，离不开安踏的装备支持。

安踏在2017年自主设计的短道速滑比赛服，达到了世界最轻、最透气的水平，获得了“ISPO全球设计大奖”。

在防切割属性上，安踏采用的是当时最新的360度Dyneema防切割技术，更轻便，更强韧，覆盖更全，强度是钢丝的15倍，重量比尼龙和涤纶轻30%。在保护运动员的同时，最大程度上保证了它的轻便。

论减阻，安踏根据运动员身体肌肉线条确认分割线位置，采用高弹性面料，经过多次风洞测试，比起普通速滑服，减阻力提升5%-10%的同时，更减少了动作对发力的影响。

甚至连比赛服上的印花，安踏都用了整整一年时间，研究改变工艺和浆料配比，让它更贴身、美观和环保。

竞技体育其实很简单，就是顶级天赋、顶级训练、顶级装备的全方位比拼，而安踏所保障的就是运动员们的顶级装备。

2022年北京冬奥会上，由于冬季运动特殊气候条件的需求，制服需要有抵御严寒、

防风保暖的功能。安踏突破式地将超强保暖“炽热科技”应用于赛时制服，为世界各地的工作人员、技术官员和志愿者们提供全面保护。

创新的背后是人才

安踏破圈的奥运黑科技远不止那一身短道速滑服。

大家熟知的还有东京奥运会上中国举重队穿着夺下7金1银的，承重超过1吨的“安踏吨位鞋”。

还有北京冬奥会上做到科技溢出的钢架雪车鞋，安踏首创了智能模拟仿真设计，将3D打印的钛合金鞋钉完美融入了鞋底前脚掌。鞋身上，氮科技中底耐低温高回弹，材料回弹率达到82.6%，鞋底是异形曲面碳板科技，材料回弹力提升2%。