



首届老人头杯全国
通勤鞋设计大赛

THE INAUGURAL LAORENTOU CUP NATIONAL
COMMUTING SHOES DESIGN COMPETITION

指导单位

中国皮革协会

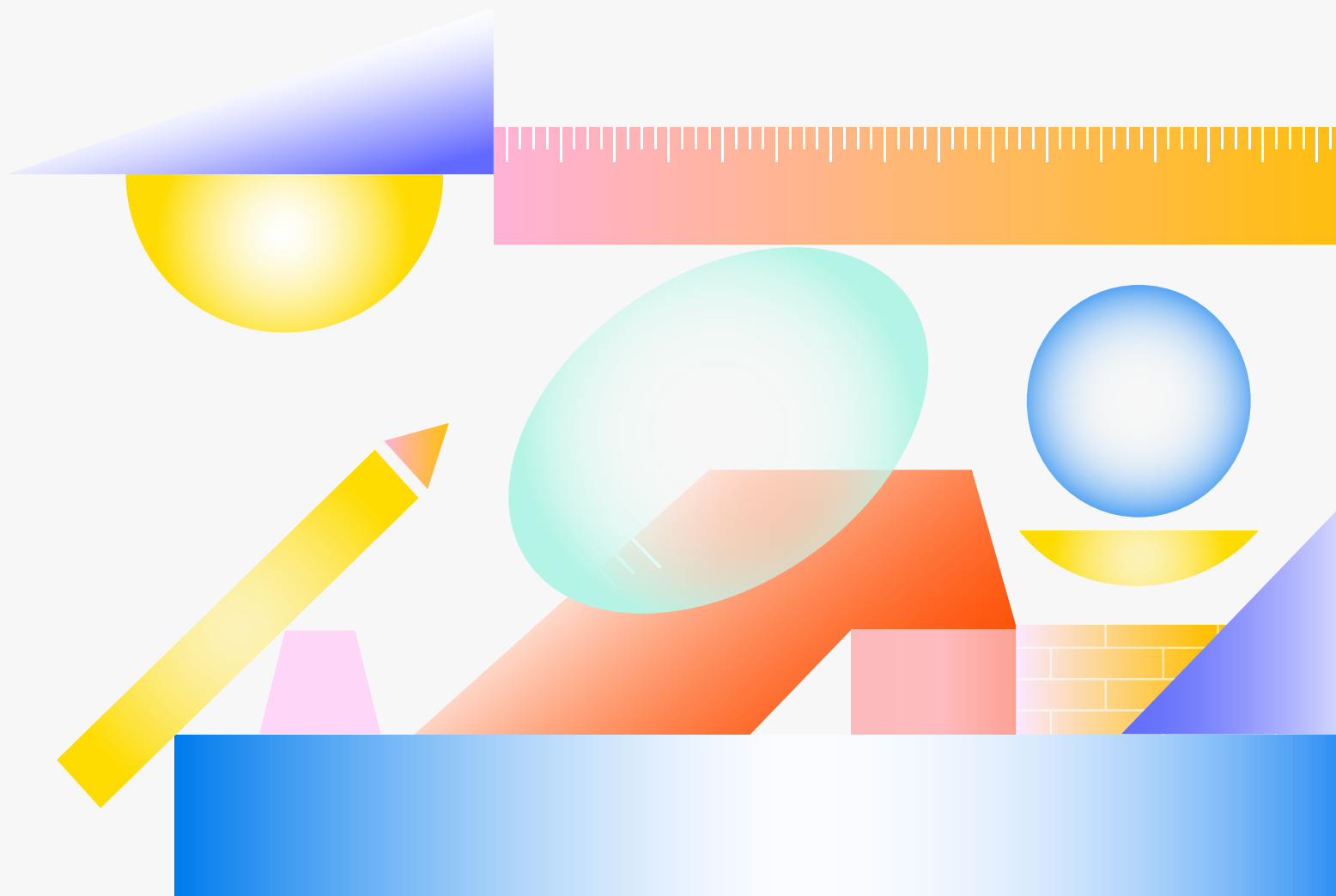
主办单位

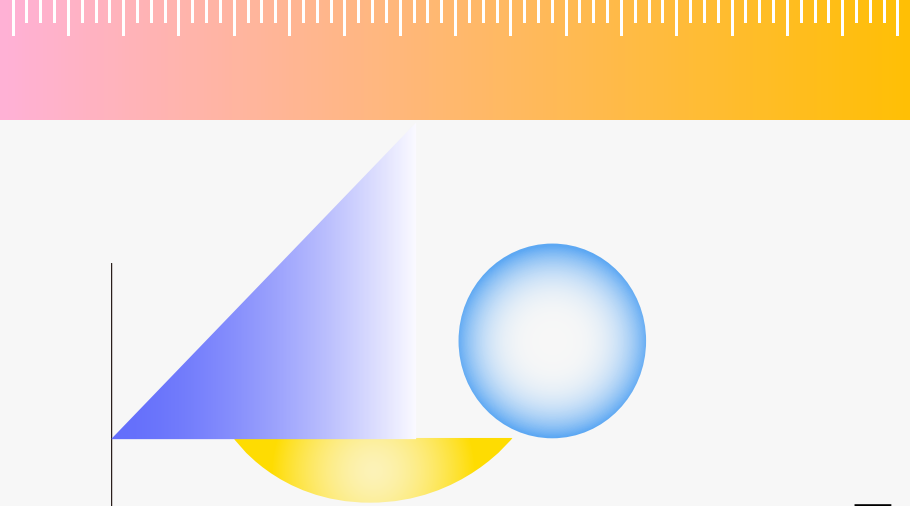
老人头尚品有限公司

温州鞋革产业研究院

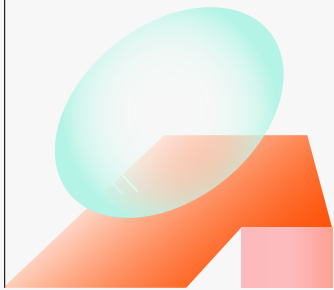
首届“老人头杯” 全国通勤鞋设计大赛

The Inaugural Laorentou Cup
National Commuting Shoes Design Competition





CATALOGUE 目录



LAORENTOU COMMUTING SHOES
CAMPUS DESIGN COMPETITION

一 赛事背景

1.1 赛事背景	03
1.2 赛事风口	04

二 品牌概要

2.1 企业简介	06
2.2 产品概况	07
2.3 品类认知	08
2.4 发展进程	09

三 大赛主题

3.1 主题一概览	11-13
3.2 主题二概览	14-16
3.3 设计基底	17-18
3.4 设计限定	19-20
3.5 品类边界	21

四 赛事指南

4.1 赛事时间	23
4.2 奖项设置	24
4.3 参赛要求	24
4.4 评审机制	25
4.5 知识产权	26
4.6 联系我们	26
4.7 附则信息	27



赛事背景

COMPETITION BACKGROUND

原创为引擎，人才为根基
赋能通勤鞋行业高质量发展



赛事背景

中国鞋革产业正迎来原创升级与年轻化转型的关键窗口期。通勤鞋已从功能补充跃升为驱动产业创新的核心赛道，行业对原创设计力量的渴求前所未有，高校设计人才与产业前沿之间亟待架设转化桥梁。

“首届老人头杯全国通勤鞋设计大赛”由中国皮革协会指导，老人头尚品有限公司与温州鞋革产业研究院联合主办，以原创设计为引擎，以人才生态为根基，助力中国通勤鞋行业的高质量发展，为中国鞋革产业原创力崛起注入持续动能。

作为通勤鞋团体标准牵头制定单位与品类引领者，老人头以前瞻视野布局人才战略，以赛事为媒介架设产学研协同桥梁。大赛以真实商业命题为核心，打通从校园创意到商业落地的全链路：为学子提供实战历练与就业通道，为行业吸纳年轻创势，构建校企双向赋能的协同范式。



赛道风口 设计新生

品类爆发

01

通勤鞋成为鞋履行业增速最快的细分赛道
市场需求持续扩容

需求升级

02

消费者从“功能满足”转向“审美 + 舒适”
双重要求，原创设计成为核心竞争力

人才需求

03

中国鞋业从制造走向设计驱动，品类创新与
场景升级亟需青年设计力量注入新鲜创意



品牌概要

BRAND OVERVIEW

始于1899年，百年匠心
守住中国制造品质底线



企业简介



老人头鞋业品牌始于1899年，隶属老人头尚品有限公司，是集研发、制造、销售为一体的综合性鞋企。品牌荣获AAA知名商标品牌、国家高新技术企业、浙江老字号、浙江省著名商标、浙江省知识产权示范企业等多项认证。

截至2026年，老人头已拥有4家国内电商分公司、16个省级代理、终端门店500+，入驻天猫、京东、唯品会、拼多多、得物等线上平台1500+，运营小红书、抖音、快手等自媒体200+，全渠道覆盖全国各省市。





产品概况

历经百年演变，老人头已建立起全场景、多维度的全线产品矩阵，以专业通勤为核心，探索科技与美学的更多可能。



战略核心 通勤标杆

好走路能跑步通勤鞋



经典传承 匠心工艺

男士商务系列



都市风尚 轻奢雅韵

女士休闲系列



科技探索 先锋未来

3D打印鞋系列



文化传承 国潮美学

新国风系列



品类认知

通勤鞋，指消费者在居住地与工作地之间乘坐公共交通工具上下班、往返交通时穿用的鞋。

—— T/CLIAS 024-2026 《通勤鞋团体标准》



趋势洞察

通勤鞋的兴起是城市发展与消费升级共同作用的结果。随着城镇化持续深化，职住分离成为普遍形态，国民通勤时长不断增加，长距离步行、多交通方式换乘成为职场人群日常。叠加职场着装向休闲舒适化转型，传统正装皮鞋舒适性不足、专业运动鞋商务适配性有限的痛点日益凸显，“兼顾职场得体与行走舒适”的复合型需求快速释放，推动通勤鞋从鞋类交叉赛道成长为独立细分品类。



发展进程

标准制定：引领行业发展

产品创新：破局行业痛点



📖 发布《通勤鞋行业白皮书》

老人头牵头起草通勤鞋团体标准、发布行业白皮书，从产品创新到行业规范双向发力，持续引领通勤鞋品类高质量发展。2026年4月，老人头联合中国皮革协会正式发布《通勤鞋行业白皮书》；同年5月，《通勤鞋团体标准》正式实施。填补了我国通勤鞋行业专项研究与标准规范的空白，标志着通勤鞋行业正式告别无序竞争，迈入标准化、系统化、高质量发展的高速跃升期。

👟 “好走路 能跑步” 通勤鞋系列

老人头凭借百年制鞋积淀与赛道前瞻判断，率先布局通勤鞋赛道。2024年，推出“好走路 能跑步”通勤鞋系列，创新融合商务质感外观与运动缓震舒适技术，破解“正装鞋累脚、运动鞋失仪”的行业痛点，实现一双鞋适配步行换乘、职场办公、短途出行等全通勤场景。产品上市以来深受消费者喜爱，迅速成为通勤鞋细分赛道的标杆之作。



大赛主题

COMPETITION THEME

打破传统界限，将下一代通勤鞋
的“定义权”交给未来的你



定义未来 通勤新物种



主题一

TOPIC ONE

时代背景：破局者的底气

作为中国通勤鞋领域的引领品牌，老人头率先主导了《通勤鞋行业白皮书》与《通勤鞋团体标准》的制定。我们为行业立下规矩，但我们深知，目前的通勤鞋市场依然面临定义模糊、认知混乱、皮鞋与运动鞋生硬缝合的现状。作为规则的制定者，老人头决定打破规则——我们将下一代通勤鞋的“定义权”，移交给未来的青年设计师。



主题介绍



面向未来，我们需要一场彻底的“品类革命”。我们邀请高校青年以“物种架构师”的身份，直面市场定义模糊的痛点，打破传统界限。

这不仅是一场设计竞赛，更是依托百年老字号的匠心底蕴与行业标准，利用数字科技（3D打印/参数化）、前沿美学、低碳环保对通勤鞋进行的一场基因重组。用你的作品，为中国通勤鞋确立下一个十年的新标杆！

核心关键词



标准之上 —— 依托行业白皮书与团体标准
从最高起点出发

重塑定义 —— 终结品类模糊现状，用青年
设计为行业正名

数字进化 —— 3D打印、参数化设计与数字
机能的完美融合

极致五度 —— 攻克“轻、软、稳、透、耐”
的行业顶尖全天候脚感



灵感参考 · 定义未来

① 新物种思维

品类革命
物种架构师



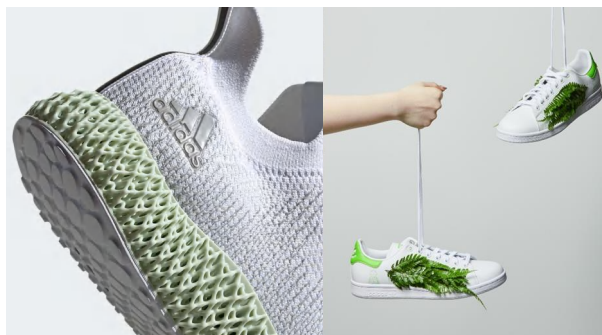
品类可以被重新定义

参考: Tesla把车变成智能终端, Apple把表变成健康设备

交通工具能变成智能终端, 鞋为什么不能?

② 数字制造

3D打印
参数化设计



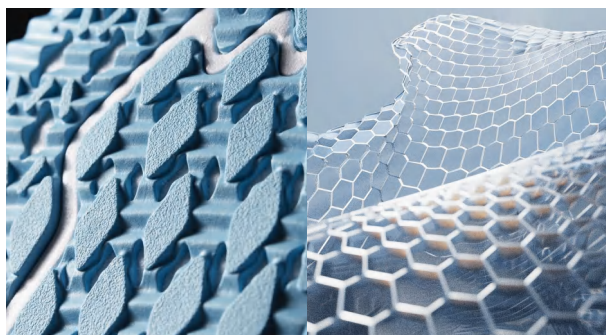
功能藏在结构里, 不靠堆材料

参考: Adidas 4D晶格中底、拓扑优化形态

能不能用一种结构, 同时做到轻、软、稳、透、耐?

③ 未来材料

低碳环保



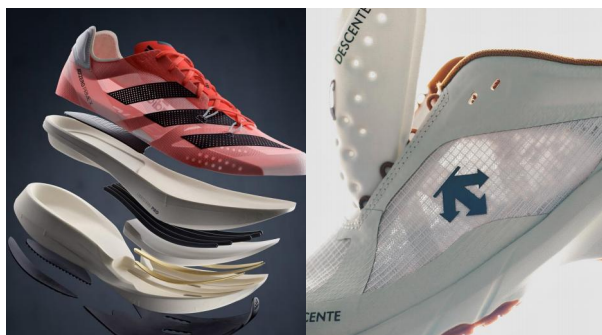
材料本身就在讲故事

参考: 菌丝皮革、菠萝叶纤维、回收海洋塑料

如果鞋面会呼吸、鞋底可降解, 会是什么样?

④ 极致五度

轻 · 软 · 稳 · 透 · 耐



五个维度同时存在, 不是牺牲换来的

参考: 既有产品里最接近“五度兼得”的结构方案

不牺牲任何一度的前提下, 如何做到兼得?

通勤鞋, 下一个十年会长成什么样? —— 答案交给你



“职”面未来 人生第一步



主题二

TOPIC TWO

时代背景：未来的主角

现在的在校大学生，正是未来中国职场与城市生活的核心主角。作为即将迈入社会的青年，你们最懂同龄人在象牙塔与职场十字路口的期待、热血与焦虑。

与其被动地去接受成熟市场上那些刻板、老气、按部就班的传统职场鞋履，老人头邀请作为“未来通勤人士”的你亲自为未来的自己，设计人生第一双通勤鞋。



赛道介绍



这是一场关于成长、身份转变与自我表达的“精神对话”我们邀请高校青年设计师以“体验官与主创者”的双重身份，将年轻人的个性标签与职场社交规范完美融合。设计不仅要具备符合Z世代审美的新潮视觉，更要直击新人初入职场的**高强度通勤、挤地铁、高频跑腿**的真实痛点，打造极致的抗疲劳与高性价比产品。
老字号老人头甘做青年人背后的推手，用百年工艺托举你的第一步穿自己的作品，精彩登场！

核心关键词



- 身份觉醒 —— 拒绝被动灌输，未来的职场步伐由我定义
- 能走能跑 —— 终彻底解决挤地铁、跑腿、久站等高频穿梭痛点
- 潮美学“微表达” —— 尊重职场规范，巧妙保留年轻人的不妥协态度
- 硬核抗疲劳 —— 极致缓震与性价比，做青年人的“职场好帮手”



灵感参考 · “职”面未来

① 新物种思维

品类革命
物种架构师



22岁，人生第一份工作

参考：TA要穿着这双鞋，度过一天中的8小时

TA的一天是怎么度过的？鞋出现在哪些时刻？

② 数字制造

3D打印
参数化设计



职场规范不是老气，微表达不是叛逆

参考：年轻人混搭穿搭里的“分寸感”

哪种搭配里，最缺一双“不像皮鞋也不像运动鞋”的鞋？

③ 未来材料

低碳环保



站、走、坐、跑，全天切换

参考：通勤不是匀速行走，是一连串突发动作

走了8000步依然轻松，你的设计靠什么做到？

④ 极致五度

轻 · 软 · 稳 · 透 · 耐



站得住，走得远，价格还诚实

参考：运动鞋中底特写/缓震材质结构/年轻人职场工作场景

同样的顶级缓震，能不能只花一半的钱？

人生的第一双通勤鞋，既要撑得起面试，也要跑得赢地铁



设计基底：品牌专利鞋底平台

通勤鞋设计包含鞋面与鞋底两个部分。

参赛者可选择以下任一设计路径：



A

基于品牌专利鞋底设计鞋面

直接应用以下成熟量产的专利透气鞋底结构，聚焦鞋面外观与整体造型创新。选用此路线的参赛者，报名后将获得鞋底技术规格文件与参考参数。

B

完全原创设计

从鞋底到鞋面全自主设计，展现完整的原创设计能力。



鞋底设计文件，可在老人头官网下载
www.laorentou.com



科技一

内外循环透气鞋底

核心卖点：

主动式气压差换气系统

技术精髓：

利用步行压强驱动气流高频循环，
配合五层复合构，实现“强力外
排湿、高效阻水防泥”。



科技二

竹循环鞋底白底图

核心卖点：

仿生龟背竹流道与呼吸结构

技术精髓：

融合自然龟背竹导气路径，集“排
湿导流、抑菌祛味、结构轻量化”
于一体。



设计限定：未来的边界

01 设计风格

探索 轻商务美学

我们鼓励打破传统皮鞋与运动鞋的界限，
拒绝“老气”与“过度运动”。



鼓励的方向

低调的先锋感：
解构主义、几何参数化线条、
一体化流线造型。

场景无缝切换：
色彩以高级中性色、大地色、
微撞色为主，既能配西装答辩，
又能配私服街拍。



不建议的方向

传统的纯三接头、布洛克雕花
传统商务皮鞋（过于传统）。

色彩极其花哨、带有巨大网眼、
只适合田径场的专业竞技跑鞋
（过于运动）。



设计限定：未来的边界

02 材质工艺

践行 数字科技与绿色环保

老人头强大的供应链将为你实现一切可能，
但我们更希望看到前瞻性的材料语言。



鼓励的方向

科技与复合材质：
3D打印光敏树脂/TPU中底、一体
飞织鞋面、智能感温/感光材料、
防泼水科技面料。

低碳与环保材料：
可降解植物皮革、生物基发泡材
料、可拆卸模块化无胶水组装结
构。



不建议的方向

完全依赖传统重度化工漆皮、
无法量产的纯金属或易碎玻璃等
非鞋用概念材质。



品类边界



一、非参赛品类 —— 传统正装皮鞋

正装结构为主、无功能舒适系统设计

外观

线条硬挺、造型严谨，搭配日常穿搭过于正式，穿去通勤显得用力过猛

功能

鞋底硬走久脚疼、鞋头窄挤脚、无支撑走半天就累、不透气闷脚磨跟



二、非参赛品类 —— 专业运动鞋

跑步/训练功能结构为主、运动外观/性能过强

外观

运动感太强、鞋型臃肿，搭配西裤休闲裤很突兀

功能

裹太紧穿一天闷、鞋面太软站久撑不住、缓震过剩日常用不上

品类界定

从通勤真实场景出发
在体面与舒适之间找到平衡点的原创设计



赛事指南

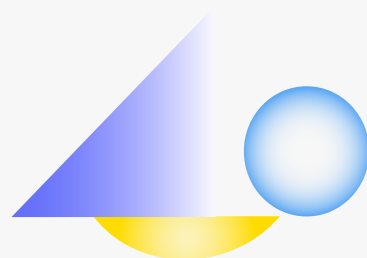
COMPETITION GUIDELINES

全链路产学研闭环，用真实的
商业命题，托举你的第一步



赛事时间

阶段	内容
创作征稿期 9月1日 — 11月15日	开放报名
	学生创作
	线上答疑
	作品征集
	物料制作
评审颁奖期 11月16日 — 12月15日	投稿截止
	作品整理
	作品初评
	终评
	结果公示、颁奖落地





奖项设置

获奖名称	类别	奖金(含税)	数量
一等奖	奖杯证书 + 作品优先量产 + 就业推荐	¥ 10,000	1
二等奖	奖杯证书 + 就业推荐	¥ 5,000	3
三等奖	奖杯证书 + 企业实习机会	¥ 1,000	5
入围奖	赛事证书 + 纳入品牌设计素材库+企业实习机会	¥ 300	20

注：等级奖获得者不占入围奖名额，即奖金不重复发放。

所有奖金均为税前金额，税费由主办方代扣代缴。

参赛要求

作品要求

- (1) 原创性：参赛者需保证提交材料原创且未在其他渠道发表，不得侵犯他人著作权或知识产权。提交材料包括设计稿、设计理念说明、原创声明。
- (2) 主题性：聚焦商务通勤鞋品类，兼顾舒适性、实用性与时尚性。
- (3) 完整性：作品需包含：设计效果图（多角度）；款式结构图（正视图、侧视图）；设计理念说明（300-500字）；面料、工艺、配色标注等。

提交规范

- (1) 文件格式：参赛效果图鼓励手绘，显示在A3（295mm×420mm）绘图纸上，JPG/PDF格式，分辨率不低于300dpi。
- (2) 文件命名：院校-姓名-作品名称
- (3) 提交方式：发送至指定邮箱：
ad@laorentou1899.com，
邮件主题标注“老人头设计大赛+院校+姓名+联系方式”
- (4) 截止时间：**2026年11月15日24:00**
逾期不予受理



评审机制

评审 流程

01 初评

按评审标准筛选50份作品入围终审

02 终评

评审委员会按照评审规则和标准独立打分（去掉最高分和最低分），确定各等级奖与入围奖最终获奖名单

03 公示

公示期为3个工作日，接受异议反馈

评审标准

维度	权重	评审要点
商业落地性	35%	符合通勤场景需求、工艺可实现、具备量产可行性
创意设计	30%	款式创新、审美年轻化、功能设计合理
品牌契合度	20%	契合老人头兼顾“商务得体与行走舒适”的通勤核心战略
作品完整性	15%	图纸规范、说明清晰、表达完整



知识产权

01

参赛作品著作权归参赛者所有。主办方享有所有参赛作品的展示、宣传、出版等赛事相关使用权，使用时须标注作者署名。

02

所有获奖作品版权归赛事组委会所有，组委会有权对作品进行宣传、展示、出版及商业开发等活动，参赛者享有署名权。

03

参赛者保证参赛作品为原创，不侵犯任何第三方知识产权；如因侵权产生纠纷，由参赛者承担全部法律责任。

联系我们



扫描二维码添加好友

联系人：叶琼

联系方式：13588921315（微信同号）

官方邮箱：ad@laorentou1899.com

品牌官网：www.laorentou.com



附则

- 01 参赛即视为同意本方案所有条款。
- 02 大赛组委会有权宣传、出版、展览、汇编、传播参赛作品等，无须向参赛者支付版权等任何费用。
- 03 参赛作品著作权归署名作者所有，提交作品即视为其保证作品权利无瑕疵。
- 04 大赛组委会无义务对参赛作品涉及的所有权及知识产权作实质性审查。
- 05 任何参赛者提供的参赛作品侵犯或被指控侵犯知识产权，包括但不限于专利权、商标权、著作权等为理由而提出的一切直接或间接的索偿及法律责任，概由参赛者自行承担，与大赛组委会无关。
- 06 所有获奖作品，将留存组委会用于展览展示。
- 07 若因非人为因素导致参赛作品受损、遗失等情况属不可控因素，大赛组委会不承担连带责任。
- 08 本招赛手册内容若有未尽事宜将另行通知，参赛者应密切关注大赛官方渠道（官网、微信公众号等）发布的信息。
- 09 参赛者应严格遵守大赛各项规定，如有违反，大赛组委会默认取消其参赛资格，并按相应规则处理。在参赛过程中，如遇任何问题或疑问，请及时与大赛组委会联系。