

陆地冲浪、桨板、腰旗橄榄球、飞盘……近来，不少人发现在我们生活的城市中多了一些新奇有趣有时都叫不上名字的小众体育运动，而且关注度还挺高。相比篮球、足球、乒乓球等耳熟能详的大众体育运动，小众体育运动在我国的参与度并不高，即便是新晋网红飞盘，其国内玩家也只有50万人左右，桨板运动长期参与人数仅有10多万人。但是“麻雀虽小五脏俱全”，在全民健身和消费升级的大背景下，小众体育运动呈现欣欣向荣的发展态势，正在成为越来越多人运动健身的新选择。

●陆地冲浪 ●桨板 ●腰旗橄榄球 ●飞盘……

# 这个夏天 小众运动热起来

快速出圈

8月初的天气炎热，但人们对体育运动的热情却丝毫不减。烈日炙烤之下，北京朝阳公园北侧的湖面上，可以看到不少人穿着救生衣，戴着帽子和墨镜，站在一块块大大的漂浮板上，手持长桨，划动浮板慢慢前行——这便是近来超火的桨板运动。

家住北京市朝阳区的曹琳一直很喜欢水上运动，但是因为疫情影响，很久没出去潜水和冲浪了。这段时间，她频繁看到桨板运动刷屏，感觉很有意思，马上从网上订了一块板，还没收到货就已经等不及来湖边先体验一把了。

“下水前教练会教一些上板和划行技巧。桨板浮力很大，穿上救生衣，安全还是有保障的。最关键的是要做好防晒和手机防水。”曹琳对记者说，桨板跟市面上其他类别体育活动的均价差不多，200元至300

元一次。装备方面，一块入门级别的桨板几百元就可以搞定，还是比较“亲民”的。

记者注意到，此次小众体育运动“蹿红”呈现多点爆发态势：不仅飞盘、桨板、骑行、陆冲等加速成长，攀岩、滑板、帆船、冰球等也蓄势待发。天眼查数据显示，我国目前有420多家桨板运动相关企业，桨板俱乐部有127家，飞盘相关企业有120余家；各平台也纷纷推出了特色活动，满足消费者的个性化需求。比如，线上体育平台Keep就举办了多场飞盘及Plogging（边跑步边捡拾垃圾）为主题的线下活动，并将陆续为用户提供桨板、瑜伽、滑板、城市骑行等新鲜、有趣、优质的线下活动。

北京体育大学教授白宇飞认为，在现阶段城市受到限制，上规模的群众体育活动开展频次显著降低，在室内场馆锻炼也存

在一定的交叉感染风险，三个因素叠加确实对民众的健身休闲需求有所抑制，人们迫切需要找到一些可在户外进行、组织召集较为容易、进入门槛不算太高、单次活动参与人数不会太多的运动项目，飞盘、腰旗橄榄球、陆冲、桨板、骑行等由此进入大众视野。

更重要的一个因素在于，在消费升级过程中，人们对体育运动多元化需求不断提升。白宇飞指出，一般一个国家人均GDP超过1万美元后，体育产业会迎来大爆发，人们对非传统型体育活动的接受程度也大幅增强，个别项目甚至成长为不容忽视的细分产业。2019年，我国人均GDP首次超过1万美元，并在2020年和2021年实现稳步增长，小众运动在这两年的火爆是符合体育产业发展规律的。

培训机构。

在小众运动兴起的背后，我们不难看到社交媒体的身影。小红书发布的《2022十大生活趋势》显示，飞盘相关搜索量比去年同期增长约24倍，腰旗橄榄球笔记发布量在今年3月份迎来爆发式增长，而后者前不久还作为候选项目进入了2028年洛杉矶奥运会；大众点评数据显示，今年6月份以来，陆地冲浪的搜索量比年初上涨12倍，关于陆地冲浪相关的评价增幅达到了380%。

中国管理科学学会体育管理专业委员会副秘书长冯珺认为，正是得益于头部社交媒体的力推，小众体育运动才在短时间内得到了海量关注，并带动一部分群体加入尝试，继而在平台上进行展示和分享。随着朋友圈的骑行照持续刷屏，小红书上飞盘相关笔记数量直线飙升、抖音上腰旗橄榄球小视频精彩不断，吸引了更多人参与到这些运动之中。如此循环，头部社交平台增加了注册用户、巩固了市场地位，大众找到了新的健身项目和情绪表达出口，小众运动原有社群的运营能力大幅提升，相关俱乐部如雨后春笋般涌现，最终形成了飞盘潮、骑行热等现象级事件。

“很累，很辛苦，但很享受这个过程！”7月的一个周六，北京丰台区居民张雯结束了10多个小时的夜爬返回家中，她会在周日好好休息调整以保证周一可以正常上班。

张雯告诉记者，所谓夜爬，就是夜间爬山。她这次的目的地是河北赤城县东猴顶，京北最高峰，一路走下来约36公里。她和同伴会选择前一天深夜开爬，第二天中午结束，早晨还可以看日出。

张雯说，爬山运动相对小众，尤其是时间长距离远的旅途，需要一定的体能基础和日常有针对性的力量训练，以保证心肺功能和肌肉耐力的稳定，能达到这个标准的玩家就更少了。她每次出门前，都会提前做好攻略，设计好路线，带好必备的食物和保暖装备。

张雯坦言，之所以喜欢爬山，是因为这

项运动更考验耐力和意志力。同时，沉浸在大自然的美景中也避免了运动中的枯燥无味。现在，她基本每一两周就会出门爬一次山，而且会期待挑战更有难度的山，自己也在这个过程中收获了快乐以及健康的体魄。

骑行也是目前广受欢迎的一项小众户外运动。在江西省赣州市赣县区石芫乡金盆村的彩色骑行道上，有不少戴着头盔，穿着五颜六色防晒服的骑行者，“唰”地穿行而过，快速消失在蜿蜒的山间。近年来，热爱骑行的人越来越多，骑行道上留下了他们的矫健身影。

有统计显示，截至目前，我国有骑行运动相关企业2700余家，有骑行俱乐部690家。在白宇飞看来，这轮骑行热与上世纪八九十年代将自行车作为单纯的通勤工具不同，它可以理解为进入新发展阶段，从全

面实现小康向共同富裕迈进的新征程上出现的一种生活体育潮流，代表着一种生活方式的回归，同时也是在建设健康中国、体育强国背景下的一种覆盖全年龄段的体育运动方式，非常契合现代人的生活观和消费观。

目前，小众体育运动还面临发展不够规范、标准规则不健全、缺乏稳定消费群体等一系列问题。对此，白宇飞指出，小众体育运动消费旺盛的前提是该项目具有持久的生命力，这需要政府、协会、学校、媒体、社群、俱乐部、厂商等联手共推，从政策引导、赛事筹办、活动组织、教育培训、氛围营造、场地管理、产品供给等方面不断发力，深挖市场潜力、精准供需匹配、完善服务体系、打造可持续的商业模式，让小众体育运动为全民健身不断注入新动能。

据《经济日报》

融入生活

社交推动

