潮流运动火得突然吗？

“飞机和飞盘同框！真好！”周末的双流空港体育公园，起降的航班不断从头顶飞过，场地里的年轻玩家正在通力合作，在“盘”与“线”中你来我往。

随着后疫情时代第一个春天的到来，以陆地冲浪&滑板、自行车、桨板&冲浪、飞盘、腰旗橄榄球等为代表的新城市运动又卷土重来，健身理念的强化、社交方式的更新、消费城市的变迁甚至现代科技的加持，更促进了这些小众运动在国内迭代，“热度”攀升，圈粉无数。

潮流运动“火”得突然吗？

运动中的年轻人享受着出汗、心脏加速、同场竞技的快乐，更希望在运动的方寸间，找到那个不断进步、健康积极的自己，他们将运动的参与实践看作是一种生活方式，而非竞技与锻炼。越来越多的学者也倾向于将这类运动称为“生活方式运动”，将这类运动文化定义为青年文化。其所体现出的运动观和价值观，与奥运会近年来提出的“更团结”的体育精神更为契合，也为国内大众体育文化的发展提供了一个可供借鉴的视角。

中和湿地公园打卡的陆冲玩家

运动还是那个运动

腰旗橄榄球可以追溯到上世纪40年代，飞盘在上世纪50年代被发明，陆地冲浪起源于上世纪60年代美国西海岸……实际上，这些运动并不年轻，但在青年群体中兴起的“有趣叙事”“挖宝文化”“冒险精神”的浪潮下，新兴运动俨然已成为年轻人青睐的一种生活方式。他们彰显个性、偏好社群、享受深度体验，让城市新兴运动意外收获了巨大流量，并增长强劲。伴随着玩家群体的规模快速扩张，全国各地都涌现出一大批运动社群和俱乐部。

变化的是人

可能“飞盘之父”沃尔特·莫里森在创造现代飞盘的规则时，便将这片[illegible]的场地看作了一方净土。在飞盘比赛中没有正式的裁判，只有一名“观察员”。如果出现疑似犯规或者身体冲撞，最终的判罚将由双方队员协商解决。包容，不仅为新手和更有经验的参与者之间，也为队员和“对手”之间架起了情感链接的桥梁。自我约束、协作沟通、避免冲撞，飞盘的绝大部分玩家都是因为兴趣和好奇心驱使，加入飞盘俱乐部，三五好友组局下场玩飞盘。“这算是一种自我标签吧，这个社群就是这点吸引我，让志同道合的人聚到一起，一起参加比赛，一起去聚餐，一起去酒吧……”“小辣椒飞盘”的杨晓雨告诉记者，“很多新手一开始就是来体验一下，拍照打卡，到了后来有一些也转变成了深度参与者。”她所指的，实际是那些抱着社交性消费目的、并不追求太深入的运动技术进步的参与者，以及想要将这些运动的潮流文化符号作为自己身份标签的自媒体用户。

朋友圈效应、小红书“种草”、社交媒体带动，飞盘无疑已是一门“网红”运动，但尝鲜过后就真会失去兴趣？“深度参与和拍好看的照片并不冲突，飞盘正从‘泡沫’中飞出来，热爱运动的都市青年需要回归运动本身。”成都飞盘大队的一名资深玩家告诉记者。成都市飞盘运动协会秘书长尧牧野也说，“这些飞盘社群有进有出，但‘硬核玩家’还是保持稳定，他们笃定这样的生活方式，以及运动中的包容性、社群精神和共同的价值及情感认同。”业内人士认为，潮流运动“出圈”绝非终点，依托受众圈层不断积累和沉淀出独有的运动文化，或许会得到更多年轻人的追捧。

在成都大小湖泊上，帅气时尚的桨板运动正在乘风破浪。 图据运动成都

总有一种运动来构建生活的意义

上个月结束的中国飞盘联赛成都站，全部379名飞盘选手的平均年龄没有超过29岁，其中最年轻一队平均年龄17岁。在业内人士看来，城市新兴运动尽管小众但选择丰富，符合当代多元文化的特征，[illegible]年轻人的调性，[illegible]运动可选择太多了，也许[illegible]种玩法，它就是小众的，但不玩飞盘了，还可以去滑冰、攀岩、板式网球……你不必一定要成为行家，只要有丰富的沉浸式体验，就可以在青年群体中形成集聚效应和正向循环。”

在2022年，飞盘以8.54倍的网络热度增长位居第二，而陆冲&滑板的网络热度增长了52.44倍。在城市街头，越来越多的年轻人正在加入陆冲&滑板爱好者的阵营，在广场和空地感受“贴地飞行”的畅快体验。相比传统滑板，它不需要在板上做一些激烈或高危的弹跳动作，只要掌握[illegible]节奏感和律动就[illegible]能入门，因此又名“扭扭乐”。锦江区三色路，有一个在成都很有名的陆冲泵道。“滑得很开心时，好像什么烦心事都可以先放一放，跟着节奏和激情去‘御风’就可以了。”常在这里和朋友们玩陆冲的章明悦告诉记者，“我希望去帮助别人，每次去参加社群活动都会多带两块板，让那些刚开始滑的人可以先试试不同的板型再去买。我当然希望越来越多的人能喜欢上陆地冲浪，实际上出门去买个菜都可以滑着去。结伴而行当然更好，如果氛围好，得到的正向反馈就会多，玩起来会更‘上头’。”

“不得不说，这3年，人们的消费观念发生了变化，更加愿意为自己的情绪价值买单，更加享受当下的生活，年轻人的观念就更具当下性。他们特别关注自己的主观感觉，在一些户外运动中，他们可能觉得自己暂时换了一个天地，换了一种活法。”社会学者、复旦大学社会学教授于海在概述潮流运动和青年文化时，还强调了其“当下”的意义。面对高度竞争化的工作领域，青年意义感的匮乏和缺失，许多年轻人选择将意义建构的实践，转移到以文化休闲为主导的消费领域。有研究者认为，像小章这样热衷于分享陆地冲浪板和传授技巧的行为，这种自洽利他的“享受感”，通过追求并体验这样的状态所建构出的“意义感”，对于年轻人来说，可能相对于一般性的体验会有更长久更深刻的影响。

连接人与人

新城市运动褪下竞技外衣，成为连接人与人、人与城市、人与自然的纽带。成都作为生活体育的典型城市，从硬件上为新城市运动彻底打开了局面。比如借第31届世界大学生夏季运动会在成都举办的东风，新建改建了49个体育场馆，同时亮出了体育公园、天府绿道新空间，并利用城市“剩余空间”和以“金角银边”建设社区体育角。在成都，江滩公园有西南最大的碗池滑板运动场，麓坊[illegible]的滑板场，还有太古里滑板公园、Woodpark轻极限运动公园、兴隆湖湿地公园、新华公园、新金牛公园等地，都成为了陆冲爱好者的聚集地。在空港体育公园、鲁家滩潮玩运动公园，除了各种潮玩运动体验区，还为市民营造了全新的消费场景，比如酒吧围炉、草坪露营等，将惬意休闲的氛围感直接拉满。

人与城市

2022年，成都体育消费总规模达到578.6亿元，居民人均体育消费支出2720.6元。惊蛰研究所发布的《2023潮流运动消费趋势洞察报告》显示，潮流运动正通过提升线下活动的场景体验，诸如专业化的产品、培训和场馆等，不断拉高新手玩家的期待。

值得一提的是，国内大城市的体育消费都在逐年增长，但新兴运动尚未催生出成熟的商业模式和产业链条，难点在哪里？成都体育学院天府国际体育赛事研究院院长、经济管理学院教授柳伟分析，体育消费呈现出的增长态势实际上是供需两侧良性互动的结果。尽管近年来新兴运动项目消费领域热度不断攀升，折射出其存在庞大的需求市场，但新兴运动项目发展的主要矛盾仍集中在供给侧，很大程度上阻碍着成熟商业模式的形成和产业链条的完善。一是部分新兴运动服务业安全保障意识不强，行业规范不完善，专业化程度不高；二是国内新兴运动器材的供应链脆弱，高端核心配件生产存在技术壁垒；三是项目赛事体系尚未建立，相似项目间互相引流的能力尚待开发。

人与自然的纽带

面对不断被释放出的市场潜力，潮流运动还需要更多的行业沉淀，以期让“内容”带来的流量价值，在消费市场真正落地。

专家访谈

是年轻力，更是文化创新与文化突破

记者：在学术界，对“城市新兴运动”并没有一个统一的说法，您如何来定义它？

柳伟：城市新兴运动是一种区别于传统运动的项目，且盛行于城市多种空间载体的新兴潮流运动形式。其参与主体多是青年以及青少年群体，兼具健身性、娱乐性、社交性与休闲性等多种特性，给参与者带来的情绪价值和社交价值甚至高于运动价值。城市新兴运动已不仅仅是运动，更象征一种全新的生活方式和生活潮流，体现参与者年轻健康的生活态度。

记者：您怎么看待年轻人的潮流运动？它似乎大多与个性、刺激、社交性有关，如飞盘、陆冲、桨板等，因为Z世代们的文化消费和审美趣味都变了……

柳伟：在移动互联网技术冲击下，潮流运动更多地具有了互动性，形成了网络化、游戏化与早熟化的新趋势。这一背景下出生的Z世代们对新兴文化观念的接受速度更快、程度更高，在交往模式、价值观念、生活态度、文化品位等方面显示出崭新的精神风貌和气质，是文化创新与文化突破的先锋与主力群体，“小众”“另类”“强社交属性”的潮流运动正在成为Z世代们在体育领域的新阵地。总的来说，这种体育消费呈现三大特征，即刺激取悦自己、人设展示个性、社交丰富内心。飞盘、陆地冲浪等潮流运动恰好迎合了年轻人群的文化观念与消费主张。值得关注的是，在加快推进实施体育强国和全民健身国家战略进程中，潮流运动同样具有巨大的社会化与产业化价值，应当受到社会的一定重视。

记者：成都人自古就“动如脱兔”，时尚体育项目的兴盛，是否就是天府文化基因的延续？比如包容、休闲、开放等，这座城市浓郁的人文情怀，总能通过各式的体育运动得以凝练。

柳伟：成都自古以来就是一座蕴含浓厚体育文化的运动之都，从战国时期的弋射活动、唐代的摔跤角力，到清末民国依然盛行的打金章（擂台赛），体育运动展现出成都闲适从容、安逸巴适的城市气质和成都人热爱生活、追逐潮流的独特生活美学，已经成为天府文化最具代表性、最活跃的标志之一。近三年来，在公园城市场景不断更新和世界赛事名城建设背景下，以冰球、击剑、马术、攀岩、射箭等为代表的潮流运动不断兴起，天府文化基因在时尚体育项目兴盛的实践中得到传承和创新，迸发出新的内涵和生机。

记者：体育，正变成一种生活方式。成都，是生活体育典范城市，新兴时尚运动如何与城市空间发展相互促进？

柳伟：生活体育是体育与生活深度融合所形成的全新生活形式，是复杂的人、体育与社会互动耦合过程。目前，成都已经逐渐形成了以社区级公共体育设施为主，体育公园和天府绿道健身新空间为特色，以城市“剩余空间”“金角银边”建设社区运动角为补充，同时加大存量运动场地设施投放的家门口运动空间体系，为新兴时尚运动的发展创造了大量消费新空间和新场景。而新兴时尚运动是一座城市体育产业发达繁荣的“新”名片，透过它我们能看到一座城市蓬勃的体育新经济发展动能和潜力。近年来越来越多具有消费引领特征的新兴时尚运动汇聚到成都，市民参与体育项目的边界被不断拓宽，不仅带动场馆服务业、体育培训业和体育用品制造业蓬勃发展，同时借助流媒体、互联网开辟一条属于体育产业的社群之路，凭借其强大的社交属性，加强客户黏性，实现民间赛事IP化和竞技游戏化，从而进一步实现“流量变现”，为成都增添了无限的运动消费活力空间。

记者：成都建设世界赛事名城，除了办“名赛”，也需要更多的“民赛”，有人认为新兴运动因为小众，就只适合年轻人自娱自乐，您认为它能为办“民赛”提供更多的路径选择吗？

柳伟：所谓的“民赛”就是指由个人、社区或公司组织的非官方的体育赛事，它彰显着赛事融入生活的理念，遵循了“办赛、营城、兴业、惠民”的发展逻辑，是成都建设世界赛事名城的重要组成部分。当前新兴运动正在成体系成规模地发展，许多新兴运动项目参与人数不断增加，影响力不断扩大，例如去年国家体育总局牵头的第一届中国飞盘联赛的成功举行，为新兴运动打造“民赛”提供了优秀的范本。成都近年来举办了多项例如冰球、击剑、马术、攀岩等新兴运动项目的市级比赛，吸引了大量青少年群体的参与，聚拢了大量的赛事资源与内容。就如何办好“民赛”而言，需要利用多种途径敏锐捕捉成都潮流新兴运动的发展动向，掌握相应潮流运动的文化风向，充分发挥“体育+科技”的引领作用，积极挖掘这些新兴运动的发展潜力与商业价值，可以通过改变场地、赛制、规则等方式来吸引不同群体的参与者，加强不同运动项目、参与人群之间的跨界整合能力，为建“名城”、办“民赛”注入新的活力和动力。此外，从政府层面来说需要积极探索如何进行机制再造，创新发展路径，久久为功，向着把“民赛”办成“名赛”的目标持续努力。

（**柳伟：**成都体育学院天府国际体育赛事研究院院长、经济管理学院教授）

飞盘作为新兴运动的代表广受追捧。 图据新华社

那些“想不到”的新鲜玩法

上周六，一场复古骑行在成都举办，以此表达对15、16日将开赛的2023中国·成都天府绿道国际自行车赛的期待。 本报资料图片

穿着粗花呢绅士装，戴上一顶浅棕色鸭舌帽，再推上一辆古典款的单车……从英伦三岛开始，复古骑行很快流传。在成都这座“骑行之都”，穿上一身腔调十足的复古服饰在街市中慢骑穿行，体会“甜蜜蜜”和“从前慢”里那样的日子，更像是一场文化之旅。复古骑行的参与者，就连眼镜、手表、胸针这些小饰物都是来之不易的“宝物”，展现自己独特的个性和品位；定制帆布袋、车旗和袖标，则彰显风格骑手特殊身份。

什么是匹克球？简单说就是，用大乒乓球拍在双人羽毛球场上，用类似网球的玩法打塑料洞洞球。迄今为止，匹克球已有五十余年历史，不过近两年才在美国迎来了高速发展。2021－2022年，匹克球连续两年被美国体育与健身协会评为“增长最快的运动”。比尔盖茨也在社交媒体上分享玩耍过程，国际匹克球联合会还打算把这项运动推上2028年奥运会……这项运动目前已开始在一些城市悄悄热了起来，国内已有包括成都在内30+城市举办过匹克球相关活动。一些户外俱乐部把它包装成新潮运动，也会被揉进亲子赛事进行推广。和其他小众运动要花大价钱置办行头相比，100元出头就能买到一套匹克球入门级的装备，和飞盘等网红运动一样，匹克球也带分享、社交属性。

水下曲棍球被称为“世界上最古怪的小众运动”，它结合了自由潜以及曲棍球的技术，于1954年被一群英国的潜水爱好者所发明。要想在水底“打怪兽”，玩家们需要准备潜伏装备和防护器具，水下曲棍球棍为波纹状弯曲的短木制“特殊球棍”，比赛过程中可用球棍运球、传球、射门，但禁止拉人、抱人、用球棍伤人，可出水呼吸换气。挑战可能包括：喝游泳池里的水、失去方向感和极度缺氧。玩家在一场比赛里需要在水里持续不断换气，重复下潜长达半个小时，能够极大提高心肺功能。一次体验活动的价格为100元左右，对于那些不怕水想挑战的玩家来说，是一个可以接受的价格。成都的玩家最早于2009年开展这项运动，我国第一个水下曲棍球俱乐部也是在成都成立。

一根钓竿、一些假饵，户外的小溪流，路亚钓（lure）正成为露营的衍生内容，也被称为“水上高尔夫”。对于想要参与路亚钓的人来说，路亚竿、路亚轮、鱼线、路亚饵四样东西不可缺。很多年轻人喜欢通过短视频了解这种有别于台钓的钓鱼方法——使用假饵钓鱼难度越大，收获的喜悦也更大，这种人尤其适合玩路亚。

这些潮流运动，会成为下一个风口吗？这还有待于市场检验。

成都日报锦观新闻记者 **黄一可**

本版稿件未经授权严禁转载

主编：蒲薇 责任编辑：陈蕙茹 联系电话：028-86757864 美术编辑：钟辉