

“玩”出个万亿级产业

新华社记者岳冉冉 林德韧

户外运动一头连着民生,一头连着经济。

近年来,随着经济社会发展和生活水平提高,人们日益注重健康和生活方式,青睐贴近自然的休闲和运动方式,中国户外运动发展迎来春天:冰雪、路跑、骑行、越野、露营等呈现爆发式增长;“90后”、女性、亲子家庭成为消费主力军;专业化、轻便化、可玩性引领消费新趋势。

不久前,国家发改委、国家体育总局等部门出台《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023-2025年)》,提出到2025年,推动户外运动产业总规模达到3万亿元。这个“玩”出来的万亿级产业,反映了民众不断增长的对美好生活的追求,也体现了中国经济高质量发展进程中的新变化。



12月7日,在吉林省吉林市万科松花湖度假区,雪场摄影师张健(左)为雪友拍摄照片。新华社记者 张楠 摄

大家都“玩”:从小众到大众

34岁的何昌娟是昆明一位户外运动发烧友,登山、越野跑、滑雪占据了她的业余生活的全部,最近她又迷上了city walk(城市漫步),专注打卡城市咖啡馆。“户外运动对我而言是一种放松,我可以绝对放空,沉浸自然,运动后能以饱满的状态,迎接新一天的工作生活。”

近两年,何昌娟惊喜地发现,与10年前多是男性登山者不同,如今的女性登山者越来越多,“今年6月我去登哈巴雪山,10人中就有6名女性,我强烈地感受到,户外运动的参与群体正在迅速扩大。”

以往的小众运动变成了大众运动。今年10月出炉的《中国户外运动产业发展报告(2022-2023)》(以下简称《报告》)显示:2022-2023年,冰雪、路跑、骑行、越野、露营等户外运动呈现爆发式增长。2023年上半年,与户外运动相关的订单量较2022年同期增长79%,与2019年同期相比,订单量增长了221%。

“户外运动正在成为一项深入绿水青山、融入自然怀抱的生态友好型活动,它让‘去户外’成为了一种生活态度,包含了人们对健康的重视、对自由的追寻、对心灵栖息的向往。”国家体育总局体育文化发展中心主任黄金说。

小红书发布的《2023户外生活趋势报告》显示:2023年,户外运动已逐步走向生活化、全民化,1月-10月,户外用户日活环比增长超100%,徒步、骑行、露营、钓鱼、潜水冲浪、滑雪等成为了新生活方式。

“以云南为例,各级各类户外协会组织蓬勃发展,登山、跑团、自行车等俱乐部欣欣向荣,户外运动参与人数不断增加,每周进行一次以上户外运动的人数超2200万人。”云南省体育局局长杨中华说。

从城市街区,到乡野小道,再到山间公路,随时随地可见徒步、路跑或骑行的人群。“这是一种很好的社会现象,说明人们对身心健康、亲近自然的需求增加,也说明我国产业基础设施的繁荣,让户外运动有了更多可利用的空间。”黄金表示,户外运动过去参与门槛高,对专业装备要求强,具有极限或亚极限属性,如今则向轻量化和可玩性高发展,逐渐深入“寻常百姓家”。

重点谁“玩”:“90后”、女性和带娃

2022-2023年,中国户外运动产业不仅迎来历史性发展机遇,也呈现出不少新趋势和亮点。

——花样多、玩法多。2022年,露营、漂流、滑雪、徒步等一直稳居户外运动搜索热度榜前列,航空运动、冲浪、潜水、登山、攀岩、骑行、路跑、垂钓、定向运动方兴未艾。飞盘、桨板、陆冲、腰旗橄榄球、匹克球等新兴项目正逐步成为年轻群体“新城市运动”潮流的代表。

——“90后”与女性户外运动主力军。“90后”已成为户外运动最大消费群体,占比36.1%;女性已打破男性主导户外运动的格局,参与者占比59.9%。国家体育总局经济司司长杨雪鸪说,女性参与户外运动热情高涨,不仅在登山徒步上挑战男性,在露营、桨板、冲浪、飞盘等潮流运动中更是十分活跃。

——“带娃玩户外”成为新理念。据马蜂窝数据,2022年亲子家庭在户外运动参与人群结伴类型占比最高,达38.3%。“随着人们教育观、亲情观的变化,放下电子产品,带娃‘玩’户外,已成为育儿新理念。”杨雪鸪说。

在调研中,中国中建设计研究院城乡与风景园林规划设计研究院院长吴宜夏发现,骑行、垂钓愈发受年轻人青睐,“90后”是骑行高端品牌的主力,26岁以下的垂钓人数四年间增长了4倍,女性更喜欢露营,天幕、野餐垫、营地车等销量翻番。

此外,专业化、功能性、轻便化和设计感正成为消费新趋势。“公路车人群趋近专业化,开始关注车圈材质和车架材质;徒步人群选择服饰更在意设计感和‘百搭性’,露营风、山系、工装风等个性化设计走热。”吴宜夏说。

还怎么“玩”:品牌项目和数字革命

“企业订单多,市场融资活”是户外运动领域在2022年-2023年交出的答卷。

2022年,尽管体育行业股权融资整体下滑,但户外运动领域仍保持了较高活力,融资事件数在体育产业投融资事件总数的占比提升,达21.6%,2023年上半年占比升至30.8%。

“这反映出社会资本对户外运动产业的乐观。”杨雪鸪说,通过分析7家户外运动上市公司数据可以看出,这些公司近三年营收总额实现稳定增长,并表现出较强盈利能力。

市场拉动外,户外运动产业的快速发展也得到了多层次政策支持。2022-2023年间,国家体育总局、国家发展改革委等部门出台了《户外运动产业发展规划(2022-2025年)》《关于恢复和扩大体育消费的工作方案》《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023-2025年)》。与此同时,户外运动标准化建设稳步推进,今年先后发布了11项冰雪运动国家标准和《帆船赛事活动办赛指南》等8项行业标准。

杨雪鸪表示,近年来,我国户外产业发展实现历史性跨越,为“绿水青山”转化为“金山银山”提供了新途径。“下一步,政策支持将着重打造户外运动品牌项目,积极引进更多高能级、高规格的赛事,多头并进促进户外运动蓬勃发展。”

业内人士指出,在政策加持下,我国户外运动市场潜力巨大,企业正积极布局各个细分赛道,产业发展有待各方共同发力。

“挪客”创始人季剑明说,户外运动市场正在经历一场数字革命,人们喜欢使用智能设备记录、分享运动经历,这对未来的产品和服务提出了新要求。

“当我们将户外运动变成一种生活方式,一定要记得敬畏自然、爱护环境,让我们的后世子孙也能共享。”著名探险家金飞豹提醒说。

新华社昆明12月12日电