

打开二万亿元市场大

在海南万宁的滚滚碧波中逐浪，在新疆阿勒泰的皑皑雪道上驭雪，在四川成都的环城绿道上骑行……从南到北，户外运动呈现勃勃生机。

2023年，国家体育总局以《户外运动提升行动方案（2023—2025年）》，提出推动户外运动产业总规模达到3万亿元。

越来越多人开始选择以运动的方式走进户外、拥抱户外，在迈向体育强国、健康中国路上，3万亿元市场的大门正在打开。

探寻

2022年北京冬奥会自由式滑雪女子大跳台决赛，谷爱凌凭借极高难度的最后一跳逆转夺金。同一天，一部叫《谷爱凌：我，18》的纪录片上线，13天的播放量突破4.8亿次，话题总曝光194亿次。这部纪录片的导演，就是创立“极致玩家”户外运动品牌的冯翼。

一位纪录片导演，为什么创立了一个户外运动品牌？

“在探索纪录片产业化的过程中，我发现了一个现象。”冯翼说，“国外电影节的开幕影片经常是户外运动题材的，刺激、抓人眼球，效果好。彼时，国内户外运动纪录片仍是空白。”

1993年，冯翼来到崇礼拍摄新中国第一位全国滑雪冠军单兆鉴。“当时的崇礼连个像样的招待所都找不到，经济状况也不支持那么多人上雪场。”这次拍摄，在冯翼心里种下了一颗种子。

2014年1月，冯翼跟拍中国极限滑雪爱好者，来到新疆阿勒泰探寻野雪资源。“当地人至今仍保留着古老的毛皮滑雪板，在阿勒泰的皑皑白雪中，当地人穿着毛皮滑雪板如履平地。你换穿我的现代雪板，我换穿你的传统雪板，穿过山岭，非常尽兴。”冯翼惊叹，中国拥有完全可以媲美阿尔卑斯山与美国太浩湖的绝佳滑雪资源。

10年间，到越多地方拍摄，冯翼越觉得，以户外运动为观察视角去记录中国的经济发展、社会变迁、观念演变及人们生活方式的变化将大有可为。

“霞慕尼是勃朗峰下一个法国小镇，大街上的人无一例外带着户外装备，冬天滑雪，夏天登山徒步越野跑；美国科罗拉多州的阿斯本曾是个废弃银矿，滑雪产业发展起来后，培训、赛事、商业、房地产都起来了，科罗拉多大峡谷里的这个偏僻小镇一跃成为举世闻名的滑雪胜地。”冯翼说，户外运动作为一个流量

入口，撬动了整个地方经济的发展，而要有山、要海有海的中国，无疑具有发展户外运动产业的巨大潜力。

随着中国成功申办2022年冬季奥运会，户外运动产业迎来了“黄金时代”。这一趋势，在户外运动装备领域尤为明显。创始人颜艳感触颇深：“我们那时才开始滑雪，一直是比较小众的营会，但从2017年开始，在我们平台报名滑雪营的学员数量从几十人暴增到六七百人，我们当时很惊讶，没想到需求量这么大。”

颜艳与户外运动结缘于2013年。她花了几年时间徒步川藏等地与东南亚多国，作为一个体验派玩家，看到了中国户外运动市场的潜力。

“我们的亲子平台覆盖很多品类，还有辩论、棋类、艺术、历史等，但是户外运动品类大约占到了总体业务的六成，这其中水上运动、骑行和滑雪是我们的拳头产品。”颜艳观察到，户外运动出色的市场表现有两大原因，一是用户覆盖全年龄段，二是用户复购率很高。

颜艳举例说：“比如有人会去很多地方跑马拉松、徒步、骑行，或者定期就更换一批运动装备，花费都比较高。而且很多家长虽然不一定运动，但在让孩子体验户外运动上毫不吝惜，户外运动作为亲子活动的载体，成为两代人共同的经历。”

同是户外运动资深玩家的李严，2019年与朋友合伙组建狂风之翼足球俱乐部，主要面向青少年足球培训。“我在新疆长大，一马平川肆意撒欢，小时候的我因为运动而快乐。”李严的选择，与他的成长经历密不可分。

丰富的户外运动经历将乐观、坚韧、阳光的特质刻入了他的底色，也让李严下定决心将自己在运动中获得快乐传递给更多人，在运动中找到更好的自己。这成为他最终决定踏入户外运动行业的重要因素。但更重要的原因是，与冯翼和颜艳一样，李严也看到了中国户外运动不可限量的未来。

转型

专注于纪录片业务的极致玩家，通过拍摄一个个独具特色的户外运动玩家的故事来阐释勇气精神、传播户外运动文化，在业内取得了不俗的成绩。但短视频时代的到来，让纪录片导演出身的冯翼感到了危机。

怎么办？转型！

“在大众媒体创造一个IP，并将这个品牌应用到运动生活领域去，形成自己的商业闭环，从而完成产业化之路。”十几年户外运动纪录片的拍摄经历，让冯翼和他的团队认识到体育的力量，也促使他思考从纪录片跨界进入户外运动领域。

从2012

年起，冯翼开始尝试长跑，2014年，他创办了“全球马拉松之旅”。从雅典到波士顿，在连续跑了25个马拉松后，冯翼有了转型思路：“用户是体育产业的核心，我们不直接提供体育服务，而是搭建平台帮助专业玩家去服务客户。”一方面，利用内容生产领域的优势，在各大新媒体平台构建自己的新媒体矩阵，拥有2000多万名粉丝的“极致玩家”成为户外运动领域的头部品牌；另一方面，签约数百名优秀运动员，将他们打造成短视频时代各垂类运动的头部玩家，以此开拓商业领域的合作。

与冯翼一样，颜艳与南瓜田的转型也紧跟中国户外运动市场发展的步伐。

“飞盘、徒步、橄榄球……近几年火了很多小众户外运动，行业从业者的数量和质量跟不上市场扩张的速度。”颜艳说，户外运动市场正迎来大洗牌，如果都想挣钱，哪个运动火就一拥而上，那最终会劣币驱逐良币，真正提供优质服务的机构很难维持下去。

颜艳说，在做出一个产品前无法预判市场反应，付出的成本很难估算。“我们培养了全职专业团队，用国外户外运动市场的成功经验再结合多年来对国内市场的调研，拿出更契合国内用户需求的课程。”颜艳说，可一旦某条路线或某个团体成为爆款，便会迅速被市场复制照搬。“即便如此，绝不能放弃原创，绝不停下创新步伐。”颜艳说。

今年，南瓜田与北京怀柔水长城景点合作，举办了长城脚下赛龙舟活动，市场反响热烈，参与者众多。龙年+龙舟+长城，户外运动结合文化遗产，刚好赶上了文旅融合发展的新趋势，为南瓜田的原创产品提供了新的思路。

一度专注于高端户外品类的南瓜田，也及时调整了产品线，增加了价格亲民的产品，突出高性价比。“不停学习、总结行业周期和规律，并逐渐形成自己的模型。”颜艳说，“适应市场，主动出击，活下来不仅意味着顺应潮流，更要摸索出自己的节奏。”

机遇

“从业内研究来看，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，人们对非传统体育活动的接受程度会大幅提高。”冯翼说，户外运动偏向以自身为载体去体验。

2019年，我国人均GDP跨过1万美元。“现在中国人有了玩户外活动的经济基础，但更重要的是大家的体育观念在转变，更注重

自身体验、更愿意尝试彰显个性的潮流运动。”冯翼感慨，户外运动的广阔前景，但机遇也瞬息万变。

骑行爱好者纪昕5年前开始接触骑行运动，“对冲击极限的感觉越来越上瘾，在骑行的路上不仅享受着绝美的风景，更满足于越来越强的自己”。

“两年前骑行开始爆火，行业内缺货严重，我们店最多排了上百辆自行车，订车后几个月才能拿到。这两年的骑行市场，让我看到了中国户外运动市场的潜力。”北京美利达自行车店店长张博玮感慨。

“现在户外运动市场还没有出现头部企业，大家都在摸索发展路径。客户在变、消费心理在变、全社会都在变，就看谁的方向把握得准。”颜艳预计，中国户外运动市场将在3年到5年后有质的飞跃，这个时间窗口，既是机遇也是挑战，留在牌桌上的，才能迎接新的机遇。

新的机遇，也找到了李严。

公司刚起步时，狂风之翼的业务主要是青少年培训，因为没有自己的场地，很多设想没法落地。借着北京市昌平区东小口镇有一批公园修建内部足球场，狂风之翼有了利用“花园式”足球场施展抱负的空间。

在做好青训主业外，李严和合伙人办赛的想法开始落地，发展速度远超预期。2020年时的规模只有三五支队伍，到了第二年扩展到六七十支。“规模大了，但我们的初心没变，就是为中国足球做点事情。”李严说。

越来越多运动公园、运动场景的出现，正在为像狂风之翼这样的俱乐部提供机会，但命运也给这个新疆汉子开了个玩笑。2023年5月，李严查出渐冻症。确诊后，他从一线教练退居二线负责管理。从小就热爱运动的他展现出异于常人的乐观，多年体育锻炼造就了钢铁一样的身躯和意志：“户外运动不仅是门生意，它所提倡的精神，也将让越来越多人勇敢坚韧、乐观向上，在未知的挑战中体验人生，拥抱自我。”

“我们有最高的峰，有漫长的海岸线，有岛屿有沙漠，有各种各样的地形，有丰富的河流水域，有不输给任何一个国家的户外运动资源。”冯翼说，多年前，他曾到霞慕尼拍摄环勃朗峰超级越野赛，整个比赛宛若一场巨大派对，他当时想，这样的比赛，这样的户外运动胜地，未来中国一定也会有。这一天，正在到来。

门



速写

乘着“祥云”去漫步

柳洁

国庆节前夕，由航空工业特飞所研制的国内首款载人飞艇——“祥云”AS700亮相湖北省荆门市漳河机场。

阳光洒在外形圆润可爱、线条优美流畅、颜色白皙透亮的飞艇机身上，机场工作人员忙碌而有序，正一丝不苟地进行着起飞前的最后检查，确保每一个细节都万无一失。

在工作人员的引导下，试乘人员有序地登上了飞艇。舱内，大家难掩心中的激动，纷纷向工作人员抛出一连串的问题：“它能飞多高？”“飞行速度有多快？”“一共能载多少人？”

“飞艇最大飞行高度3100米，最大设计飞行时速100公里，一次最多可搭载10人。今天的体验飞行平均时速60公里，飞行高度300米左右，时间大约需要30分钟。”机长林宏一一耐心解答问题，向大家介绍“祥云”AS700的各项性能指标。

“第二组试乘人员，共7名乘客，总计442.5公斤，准备就绪。”在众人注

视下，“祥云”AS700轻盈腾空，扶摇直上，宛如一只“空中白鲸”遨游在云山雾海之中。

飞艇的气囊依靠充入氦气产生的浮力，辅以发动机助力升空，在不知不觉间离开地面，没有突然加速，也没有刺耳轰鸣，起飞过程异常平稳，瞬间驱散了大家心中的不安。

“这是飞艇与飞机最大的区别，没有机翼无需空气动力产生升力，可以垂直起降，无需长跑道，对场地要求更低。”林宏说，艇舱两侧有两台发动机组成双保险，一次加油720升，可飞行700公里，悬停状态下具有24小时滞空时间。

根据当天飞行条件，飞艇以60公里的时速攀升至约300米的最佳观光高度，飞行时长20分钟，因为艇内噪声控制得不错，即便在飞行过程中也能轻松对话。

“我坐过直升机、滑过滑翔伞，但坐这个飞艇还是第一次。”试乘飞艇

的荆门市市民唐迪斯说：“感觉完全不一样，在这个大大的囊体下挂着游，既平稳又悠闲，真有种闲庭漫步云间的感觉。”

“看，脚下是碧绿的漳河水，那是高铁荆门西站，外形酷似一架飞机……”随着飞艇逐渐升高，透过宽大的舷窗俯瞰，地面上的景物开始缓缓缩小，宛如一幅画卷在眼前徐徐展开。

“飞艇设计特别考虑了乘客的互动体验，艇内配备左右驾驶杆，右侧是机长的位置，而左侧则是为乘客或学员准备的。”在确保安全的前提下，“祥云”AS700载人飞艇总设计师周雷鼓励乘客亲自体验驾驶飞艇。他说，飞艇气囊采用轻质高分子囊体材料和高可靠防撕裂结构设计，一般鸟类无法撞破，并且配备氦气应急释放，镇重水应急抛投功能。即便气囊完全破损，飞艇也不会坠落，只会缓慢地释放氦气，进入漂浮状态，有充足时间安全着陆。

经过一段时间的飞行，飞艇缓缓下降，重新回到漳河机场的怀抱。舱门打开，乘客们纷纷掏出手机，迫不及待地与这个可爱的“白鲸”合影，定格下难忘的云中漫步之旅。



“祥云”AS700载人飞艇。（资料图片）

金街重生

余健

“前些年，街上特别冷清，我家猫咪一听见有人经过就会很好奇，忍不住出门探个究竟。哪像现在，人来人往的。”家住内蒙古自治区包头市东河区的温永华边招呼客人边笑着说。

温永华今年70岁，是一位老包头人，也是自治区级非物质文化遗产六合枕手工制作技艺代表性传承人。早在2015年，她来到当时的乔家金街，开了家六合枕的门店。“当时开店租金低，也没想着挣钱，开一天是一天。”温永华说。

离六合枕门店不远，包头市级非物质文化遗产传统羊脂皂制作技艺代表性传承人卢广兴的草原人家羊脂皂店晚开了一两年，不过他的经历更难些。有段时间，他让妻子李爱霞请假回家守着店铺，自己在外四处跑市场，“实在太难了，再不想法子恐怕就坚持不下去了”。

穷则变，变则通。为突破困境，素以“水旱码头、塞外通衢”著称的东河区深入挖掘晋商在包头的历史文脉，在原有乔家金街基础上提档升级，以“老包头商贸文化”为载体，打造沉浸式国潮文旅商街——包头金街。

2023年8月5日，包头金街焕新开街，以一条集特色餐饮、精品零售、互动娱乐、文创体验和夜游表演于一体的多功能、国潮特色老街的形象，迎接八方来客。开街以来，国潮演绎、中秋游园会、国庆嘉年华、年货大集、非遗传统民俗

展、老城庙会等活动轮番上演，以文塑旅、以旅彰文。

“重装开街那天，客流量达到6万人次，今年元宵节更是达到10多万人次。现在，日均客流也能达到1万多人次，各类商户收入都有显著提升。开街以来整个街区的销售额达到1.5亿元左右。”内蒙古东河文旅发展集团总经理张红亮介绍，截至目前，已累计接待游客500多万人次，街区内新开商铺128户，“财源滚滚九江口，牛桥马市牙行旺”的西口重镇商贸盛景得以再现。

人气旺了，生意也好了。心心念念要往外发展的卢广兴不跑了，李爱霞也辞掉工作，一门心思投入自家的羊脂皂店里。她说：“现在一个月的收入抵得上过去一年。”

“下一步，我们将依托老包头文化，继续丰富消费业态，提升服务水平，吸引人们多停留多消费，尤其是大力发展非遗产品，帮助他们打开市场，增加收入。与此同时，积极打造室内文旅项目，让广大市民游客在冬季寒冷的时候也能乐游金街。”张红亮兴致勃勃地描绘着金街发展前景。

夜幕还未完全降临，包头金街已灯光璀璨、人流如织，街区烟火气升腾不息。温永华的猫咪在店门口，慵懒地看着往来的人们，不一会又闭上了眼睛……