

我国户外运动目前已拥有1.3亿爱好者，“井喷式”的发展令人欣喜——

走出家门 拥抱自然

本报记者 刘 蓉

经过多年发展，户外运动的参与者越发广泛，户外俱乐部的数量也在持续增加。与此同时，俱乐部管理体制不完善、行业归属不清晰等问题也日渐显现。规范行业发展，为消费者提供高品质服务，已经成为业界和消费者共同的期待。



图① 广西马山县古零镇羊山村三甲屯利用优美的自然环境开发了攀岩体育旅游路线。

黄 弦摄(中经视觉)



图② 在广西马山县古零镇羊山村三甲屯，攀岩爱好者正在进行户外活动。

黄 弦摄(中经视觉)

2012年至2018年，户外运动迎来了爆发式增长。2018年，我国户外运动产业规模达到537亿元，参与的人群越来越广泛。

“高峰时，每天有100多辆大巴同时发车，1天至2天的近距离活动和3天至7天的长线活动都很受欢迎。”胡月星说，由于户外运动能增强团体凝聚力和协作力，很多企业开始选择以户外运动的形式进行团建、拓展等。

新冠肺炎疫情让人们越来越认识到健康的重要性，更多人开始走向户外，拥抱自然。来自京东的销售数据显示，近3个月，户外装备用品累计销售额超7亿元，比去年同期增长约69%。

有趣的是，受电子产品普及、加班常态化等因素的影响，年轻人的参与比例反而变小了。“年轻人加班成了常态，节假日更愿意在沙发上追追剧、打打游戏。”逸米阳光户外俱乐部领队李建宝说。这也得到了90后户外运动爱好者林敏的认同。一开始，她和男友也会叫着朋友、同学一起参加活动，但屡次被拒绝：“来回路程4个小时，徒步登山4个小时，太累！还是宅在家更舒服。”

李建宝说，“有钱有闲”的60后、70后成为户外运动的主力，“他们基本每周都会参与活动，而且一旦认定了某个领队，队员也会相对固定，互相之间都成了老相识。”

此外，中小学生也参加进来。特别是在“双减”政策出台之后，一些重视孩子身心健康教育的家长选择户外运动让孩子锻炼身体、磨炼意志。

“户外运动是有门槛的。”中国探险协会副秘书长蒋琬文告诉记者，参与者除了需要具备相应的体能以应对各种难度的户外运动之外，还要对其风险有充分的认识。“要时刻保持对大自然的敬畏”。蒋琬文说。

市场主体越来越多

户外运动爱好者的爆发式增长带来了无限商机。AA制的约伴形式之外，开始出现其他商业模式——户外队伍由领队召集，参与者缴纳交通费、餐饮费、领队服务费等费用——这是目前市场上广泛存在的户外俱乐部的雏形。

特别是在一、二线城市，户外运动俱乐部的数量逐年增长，种类也在不断细分。针对不同的消费群体，有主打文艺、摄影的户外俱乐部，有为80后、90后组织相亲、交友活动的户外俱乐部，也有专注于中老年人或者少年儿童的俱乐部。

不同的俱乐部提供的产品也千差万别。“中老年人更喜欢强度在10公里之内、爬升在400米之内的户外线路。”李建宝说。

“户外运动让年轻人有机会接触到更多

朋友。在运动的状态下和自然的环境中，他们更容易敞开心扉。”8090户外俱乐部户外运动领队杨乐乐告诉记者，在做领队的6年时间里，户外活动促成了20多对年轻人相识相知、走入婚姻。

还有一些户外俱乐部专注于亲子户外运动。王艳松的121户外俱乐部有个专门的“亲子微信群”，用来组织6岁以上的孩子和家长一起参加户外运动。为确保孩子们的安全，俱乐部为亲子户外运动配备了更多的领队。“孩子们的潜力是很大的，只要进行科学引导和适时鼓励，他们会慢慢喜欢上这项运动。”王艳松说，特别是对一些沉迷于电子产品的孩子，“户外运动让他们更专注，忘记了手机的存在”。

但随着消费需求的迅速增长，如雨后春笋般成立的户外俱乐部在经营中存在很多乱象。记者在调查中了解到，有的俱乐部只有两三名正式员工，大部分领队是兼职，忙于“赶场”；有的俱乐部甚至没有注册公司，缺少运营资质，随聚随散；有的俱乐部为压缩成本，雇佣非正规运营车辆。这给消费者人身安全带来了很多隐患，也造成了户外运动市场“劣币驱逐良币”的现象。

行业发展需更加规范

近年来，户外运动事故时有发生。为此，中国登山协会、中国探险协会多次呼吁户外运动参与者在确保安全的前提下进行户外活动。中国探险协会还制定了《探险者行为指南》《探险应急救援指南》等行业规范。

业内人士告诉记者，户外领队和户外俱乐部一直缺乏明确的准入门槛和考核标准。“户外运动不同于一般运动，也区别于旅游活动。领队除了要具有良好的沟通能力和组织能力外，还要有相应的体能、对户外运动风险的把控能力、户外运动意外的救援能力以及丰富的户外运动经验。”蒋琬文告诉记者，中国探险协会和中国登山协会分别组织了关于户外探险领队、户外指导员的技能培训。“但在实践中，很多户外运动俱乐部并没有将资质作为招聘领队的硬性条件，行业层面也没有持证上岗的硬性要求。”蒋琬文说。

此外，在户外运动的行业归属问题上也存在不少分歧。有人认为户外运动是运动行业，也有人认为，户外运动具有旅游活动的沉浸式特征，划归为旅游行业更合适。这导致有些户外俱乐部注册了体育运动公司，有些则注册了旅游公司。

这种情况不可避免地造成监管“盲区”。胡月星坦言，作为从业者，他希望有明确的主管部门来监管，规范行业发展，“只有这样，户外运动行业才能健康发展，才能为户外运动参与者提供规范、标准、高质量的服务。”

市场瞭望

近年来，我国户外运动蓬勃发展，呈现出全民化、多样化、个性化等特点。与此同时，各种运动装备、户外运动企业、俱乐部、网络平台等不断涌现，扩大了产业规模，丰富了产业生态。天眼查数据显示，我国户外运动相关企业超18万家，2016年至2020年，5年复合增长率达到18%。

需要注意的是，虽然户外运动逐步普及，但与之配套的安全保障体系并没有完全形成。比如，国内一些地方对于举办户外运动赛事的安全防范意识不强，参与者对户外运动、极限运动缺乏必要的安全常识，导致户外运动事故时有发生。

户外运动虽好，但要时刻绷紧安全这根弦。从运动者角度来看，增强安全出行意识十分必要，出发前应了解目的地天气、路况等因素。同时，也要注意科学运动。拿最常见的跑步来说，如何跑步不伤身体其实是一个很专业的问题。如果不做充分热身或不重视肌肉训练，盲目狂奔，很可能导致关节损伤、半月板损伤；突然大幅增加运动量，也容易引发心肌炎等问题。

从活动组织方来看，大型户外运动赛事一定要筑牢安全底线，时刻把参赛者的生命安全放在第一位。今年的甘肃白银山地马拉松事故就给类似赛事活动敲响了警钟。无论是赛前准备，还是面对突发情况的应急救援，都是人命关天的大事，须臾不得放松警惕。特别是像翼装飞行、野外攀岩、跑酷等危险系数高的极限户外运动，相关管理部门、活动组织企业、俱乐部、协会等，一定要建立科学、规范、安全的管理制度，积极开展安全自查，把安全隐患消除在萌芽状态。同时，也要向大众普及户外运动的风险知识、自救常识，切实为户外运动参与者保驾护航，确保户外运动市场健康平稳发展。

每个周末清晨，不少旅游大巴就会等候在北京地铁公主坟站、北土城站、惠新西街南口站附近，拿着各色旗帜的领队招呼自家队员上车后，大巴车便奔赴京郊各处，送他们去开展各自选定的户外运动。

户外运动的定义很宽泛，包括徒步、露营、攀岩、登山等。其中，门槛最低、最受消费者青睐的运动当属户外徒步。据《中国徒步旅游发展报告(2019)》统计，2019年，徒步连续第四年成为户外人口最常参加和最喜欢的户外运动项目。在我国，户外运动已经拥有1.3亿爱好者，这与当前体育消费需求的持续高涨密不可分。

经过多年发展，户外运动的参与者越发广泛，户外俱乐部的数量也在持续增多。与此同时，俱乐部管理体制不完善、行业归属不清晰等问题也日渐显现。解决这些问题，规范行业发展，为消费者提供高品质服务，已经成为业界和消费者共同的期待。

消费群体越来越广泛

我国的户外运动是被一群年轻人带火的。1998年起，一些崇尚自然、向往自然的年轻人开始在网上汇集，他们自发组织起来在山野间进行徒步活动。据北京户外网创始人胡月星介绍，这些志同道合的年轻人挥举着徒步登山的旗帜，很快就将户外运动的热潮带向全国各地。

海南产茶，绿茶红茶均广受追捧，而红茶以五指山水满乡的最为出名。

五指山市地处北纬18度，山峦起伏、雨量充沛、气候湿润，终年云雾缭绕，是有名的“翡翠山城”。名山出名茶，得天独厚的自然生态条件为发展有机高山香茶提供了条件。

近年来，当地政府和茶农按照“集中连片，突出重点，择优发展”的原则，从发展高山生态有机茶产业入手，着重开发“五指山红茶”精品茶叶。

郑丽娟是水满有名的“茶姐”，在水满种茶已经21年。11月3日，伴着蒙蒙细雨、缭绕云雾，郑丽娟兴致勃勃地带领记者来到她的茶园。翠绿茶树层层叠叠，阵阵清香沁人心脾，除草工人们正在忙碌。郑丽娟说：“除草剂方便省钱，但会影响茶叶品质，因此选择人工除草，并利用杂草腐败为茶树提供有机肥。使用化肥7天就可采摘，用有机肥则需45天，虽然成本上升，但保障了茶叶的品质。”

“五指山红茶具有‘琥珀汤、奶蜜香’的汤色特征，入口回甘、味韵悠长，而且不施肥、不用药，以‘有机’闻名，深受消费者青睐。”说起

饮一壶高山香茶

本报记者 王 伟

也是优势，茶园周边环境保护得好，是天然的保护屏障，生物多样性也能很好地抑制茶树病虫害的发生，有利于绿色有机生产。同时倒逼红茶产业高质化、品牌化发展。”五指山市林业局产业办负责人王德告诉记者，据统计，五指山茶叶注册商标有23个，包括椰仙、兰贵人、水满红、水满润红、苗绿香等，“五指山红茶”荣获国家农产品地理标志产品认证。

“五指山红茶品质虽好，但在前些年没有叫得响的品牌，如今，中高端品牌越来越多，产品种类也日益丰富，我们公司就选购多个品牌的五指山红茶作为伴手礼，受到全国各地合作伙伴的欢迎。”五指山市晋辉房地产开发有限公司总经理樊小泉说。

水满红茶带富一方百姓。台商叶朝宗家中几代种茶，几年前选择在水满乡经营茶园，并成立了五指山市瑞丰农民专业合作社，合作社与水满乡20多户村民签订土地租赁协议，再返租给农民进行种植，由合作社提供技术、良种和生物肥料。叶朝宗说，通过“合作社+农户”模式，在茶叶管理和采茶高峰期，基地为周边150多户农民提供务工机会，合作

社联结的基地年产值突破2000万元。

10多年前，黎族姑娘梁妹珍到郑丽娟的茶园做了一名茶工。掌握了制茶工艺的梁妹珍，和姐妹们一起注册了“苗绿香”牌红茶，并在五指山、三亚、琼海开办了5家茶艺馆。“去年我们销售了1万斤茶叶，我们的客户来自山东、上海、河南等地。”今年，她计划将茶艺馆开到海口，进一步扩大经营规模。

海南有浓厚的“茶文化”：早茶、老爸茶、晚茶……海南人一天的生活从茶店开始。在五指山市经营蔬菜批发生意的符聪经常来喝茶，他说：“喝一壶醇香四溢的老爸茶是每天必做的事，海南气温高，喝红茶可以提神消疲、生津清热，和三五个朋友边喝茶边聊天，最是惬意。”

五指山市委书记朱宏凌表示，经过20年的发展，五指山市从最初粗放型种植茶叶逐步走向规模化、品牌化发展。未来，五指山市将围绕茶叶做足文章，把茶产业打造成五指山市的代表性产业，走向全国，走向世界。

探访特色产品消费