

青少年体育消费市场将迎来巨大发展空间——

# 体育市场供给越来越丰富

本报记者 常理



少年强则中国强。近年来,我国体育产业蓬勃发展,体育消费日渐红火,青少年在其中发挥着重要作用。国家体育总局统计数据显示,我国参与体育消费人数比例位于前两位的年龄组为3岁至9岁和10岁至18岁,分别为53.4%和48.6%,表明家长对儿童、青少年体育消费的支持力度相对较高。

2022年我国迎来多个国际大型体育赛事,年初刚刚结束冬奥会,6月份成都将举办世界大学生运动会,9月份还要迎来杭州亚运会,人们对体育事业的关注程度空前高涨,为促进青少年体育消费营造了有利氛围。

## 被唤醒的市场

前不久闭幕的北京冬奥会掀起了冰雪运动热潮。“刚刚结束的2021年至2022年雪季,共有约11万人来绿葱坡滑雪场滑雪,其中青少年约有1.1万人,好于预期。可以感受到现在的青少年对体育运动热情很高。”湖北恩施绿葱坡滑雪场有限公司总经理胡陶木告诉记者,滑雪场投入运营以来,与周边12所冰雪特色学校签订了协议,每年为各年级学生提供一次冰雪运动理论课和一天的雪场实践课。不少学生由此掌握了滑雪技能,节假日会让父母带着来滑雪。

胡陶木认为,只有广泛调动青少年参与到体育运动中来,才能让他们在成长过程中养

成体育消费习惯。今年雪季结束后,绿葱坡雪场正在加紧改造,向夏季运动转换。“现在的家长都是围着孩子转,把孩子们的兴趣调动起来,家长是很愿意消费的。”

在清华大学体育产业发展研究中心主任王雪莉看来,随着消费升级以及体教融合、“双减”等政策的实施,家长更加注重对孩子综合素质的培养,愿意在子女健康和体质方面投入更多,青少年体育消费市场不断扩大。从市场规模来看,青少年体育消费主要集中在青少年体育教育培训、体育装备以及体育竞赛表演三个领域。其中体育教育培训业的总体规模已超过2000亿元,青少年占到很大一部分,再加上其他两项,预计青少年体育消费的规模应该在1000亿元以上。

从需求端来看,《2021大众健身行为与消费研究报告》显示,76%的家长认为有必要给孩子报体育培训班。越来越多的青少年也把参与体育运动作为一种现代、时尚的生活方式。前不久印发的《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》提出,将全民健身资源更多惠及广大青少年,进一步夯实了广泛参与全民健身运动的群众基础。

“随着我国人均GDP接近高收入国家水平,按照全球体育产业发展的一般规律,青少年体育消费将迎来巨大的发展空间,未来市场的供给会越来越丰富,也更加符合青少年的消费特点。”王雪莉告诉记者。

## 社会资本涌入

家住北京西城区的陈蓝最近给读高中的儿子办了张广安门体育馆的年卡,鼓励孩子参加体育运动。她对记者说,孩子特别喜欢踢足球,周末经常约着同学一起去踢。尽管学业负担重,但是她认为学习和体育活动是不矛盾的,给孩子在体育上花钱是值得的。

近年来,我国陆续发布《关于深化体教融合 促进青少年健康发展的意见》《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》等文件,强调推动青少年文化学习和体育锻炼协调发展,为青少年体育消费带来了巨大机遇。

王雪

莉认为,这些政策的出台首先是提供了时间上的保障。如果说之前体育消费需求是一种学生和家长的自发行为,那现在则成为一种刚需。其次,一些原本非学校体育教学大纲内的小众体育项目也有机会进入青少年的视野,丰富他们的课余时间,也为相关培训机构带来商机。一些不具备这类运动培训资源的学校,会到社会上购买相关培训服务,各地方政府也会提供相应支持,这相当于增加了青少年体育消费的群体。

比如,武汉市体育局连续13年推出夏令营游泳公益服务,以政府购买服务的方式遴选全市符合条件的游泳场馆为青少年提供20天的免费开放服务,2021年受益青少年人群为23万人次。

中国体育产业协会副会长、集美大学体育学院教授郑志强说,福建省探索体育消费券长效机制,引导青少年体育偏好,扩大体育消费规模。包括培育青少年运动习惯,营造体育氛围,不断打造青少年体育品牌赛事,建立集校内竞赛、校际联赛、选拔性竞赛于一体的大中小学体育竞赛体系,构建市、区两级学校体育竞赛制度和选拔性竞赛(夏令营)制度等。

政策利好以及各地的积极响应为青少年体育消费市场注入了一剂强心针。天眼查数据显示,我国目前共有超过34.5万家体育教育培训相关企业。自2021年7月“双减”政策实施到2022年3月,我国新增了5.4万家体育教育培训相关企业。

“从投资角度来看,青少年体育培训市场现金流稳定,是一片投资蓝海。但需要指出的是,体育教育培训是一个以线下作为主要培训方式的产业,因此企业成长的速度和跨度,都将受到地域、师资等多重因素的制约,这也是为什么体育培训企业多为地域性龙头企业,很难诞生全国性的独角兽企业。”王雪莉说。

东方启明星体育教育创始人靳星认为,体育教育培训机构只要做好自己的课程产品,提供更好的服务,就能在校外培训中带动更多的消费,实现商业化变现。



图① 足球场上,一名少年在享受运动带来的乐趣。本报记者 常理摄  
图② 小朋友在陕西太白县鳌山滑雪场中级道上滑雪。新华社记者 邵瑞摄

## 市场瞭望

“双减”政策实施以来,孩子们的学科负担明显减轻,从而获得了更多的课余时间,家长们逐渐意识到孩子身心健康的重要性,愿意在子女体育教育方面投入更多。这对处在成长阶段的体培行业来说自然是利好,但同时,也要格外注意由市场过热所带来的不良反应。前几年教培行业“野蛮生长”,各种培训班低龄化,课程复杂化、同质化,严重破坏正常市场秩序,侵害孩子和家长的切身利益。体培行业要汲取这些教训,避免重蹈覆辙,走出一条健康发展的道路。

具体来看,从家长和孩子的角度,要选择适合的体育运动项目,不盲目跟风赶时髦。每个孩子的性格、体质、兴趣不同,对市场上琳琅满目的体育课程有自己的偏好,家长要根据孩子的具体情况、尊重孩子的想法去选择课程,不把自己的意志强加给孩子。

从体培机构角度看,要时刻把安全意识放在首位,儿童和青少年的骨骼肌肉还处在生长发育阶段,不宜过早进行高强度训练,也不宜做一些风险性高的动作,这样有可能对孩子的身体造成不可逆的损伤。体培机构要不断提升自身的能力建设,优化课程和服务质量,为孩子提供更加安全、专业、优质的体育技能培训。

相关主管部门要加强行业监管力度。去年,国家体育总局办公厅印发了《课外体育培训行为规范》,对机构的场地设施、课程、从业人员、内部管理、安全等方面的标准进行了细化和明确。校外体育培训机构多以民办和俱乐部为主,不同的管理机构本身的法律地位、组织架构不同,需要相关部门齐抓共管、共同努力,推动行业有序发展。

面对“成长的烦恼”,体培行业应规范推进,避免一哄而上、一哄而下,减少“内卷”,给家长孩子一片蓝天,让每位孩子都能在体育运动中享受到真正的快乐,开心成长。

## 需进一步规范

近年来,青少年体育培训行业快速发展,马术、击剑等小众项目的培训市场日渐红火。但市场也出现一些问题,比如培训机构专业性不强、课程同质化严重等,疫情的到来加速了行业的“洗牌”过程。

王雪莉指出,这与青少年体育消费市场快速发展所带来的不成熟有关。从目前情况看,市场的专业化、规范化、科学化水平不高,比如青少年体育消费中最主要的教育培训业和竞赛表演业占比严重不均衡,教的少,比的少。针对青少年体育的标准和规范相对缺失,相关培训的课程体系、标准体系、等级体系也不完善。

王雪莉表示,校外体育教育机构不应再以启蒙为主,更多的是需要让孩子在掌握一项运动技能方面得到提升。青少年也可以通过参与所学项目的赛事活动感受到运动的魅力和成长的成就感。为了达到这样的目标,体育教育机构需要对行业及行业周边有很好的资源整合能力,将专业的产品、优质的服务、完善的保障呈现出来,让孩子从喜欢某项运动慢慢变成爱上某项运动。

此外,体育培训中合法权益受到侵害的情况也时有发生。青少年往往因年龄小,监护人不能及时了解相关服务条款和对项目缺乏了解,导致依法维权问题增多。对此,郑志强指出,要进一步健全制度,强化青少年体育消费市场的监督力度。比如可以将体育经营活动的管理和监督工作列入抽查事项,将检查结果以“红黑名单”的形式归集到信用信息共享平台,实现动态管理。

“这几年,由于疫情青少年体育消费市场受到了影响,但这也是个大浪淘沙的过程,最终能留下的都是实力比较强的企业,未来整个市场的运行也会更加规范。”王雪莉说。

广西户外露营产业快速发展——

# 帐篷里的惬意时光

本报记者 童政

清明节和壮族“三月三”期间,广西各族人民连休5天小长假。假日期间,明媚的春日美景吸引大量市民走出家门,到公园或郊外踏青赏花、野餐露营。

在南宁邕江两岸和各大公园,很多市民在草地上支起帐篷,摆好桌椅,欣赏美景、品尝美食……响应“非必要不离邕”的疫情防控要求,南宁市民大多留在市内休闲度假,以至于邕江两岸成了“帐篷营地”。据统计,假日期间,邕江沿岸等开放性沿江公园日均客流量达13万人次。

除了南宁邕江两岸,北海冯家江滨海国家湿地公园、黄金海岸、廉州湾大道、外沙岛等地也引来了不少市民“安营扎寨”,观光、野餐……与家人一起享受惬意时光。

市民露营的强劲需求,带动了帐篷的销售,南宁市内多家销售户外用品的商店都出现了帐篷脱销的现象。不仅南宁市,全国线上户外用品销售也一片红火。京东平台数据显示,今年1月份以来,户外帐篷成交额

同比增长119%,户外长椅成交额同比增长239%。

假期帐篷露营热,反映了疫情平稳时期市民旅游休闲的新风向。南宁市部分文旅企业从帐篷热中嗅到了商机,纷纷在市郊建设环境更优良、配套更完善、服务更周到的汽车露营地,以吸引市民从江边半日露营向到营地过夜露营转变。

白天,搭起天幕帐篷,支起烧烤炉具,与家人一起享受美食,或打牌聊天;夜幕降临,星光满天,营地升起篝火供人们跳舞娱乐,帐篷上亮起氛围灯,俨然成为一个典型的网红拍照打卡地。这是今年“三月三”小长假,南宁市邕宁区顶狮山田园风光区内汽车营地的场景。

“自开业以来,我们营地每个周末都客满,都需要至少提前一周预订,‘三月三’小长假期间更是提前半个月就已经全部预订出去了。接下来的‘五一’小长假,目前已经有一半的位置已经预订出去了。”顶狮山汽车营

地项目经理张雪说。

据介绍,顶狮山汽车营地于2021年7月正式对外营业,截止到2021年底,半年游客接待量达6万多人次,营业额达120多万元。该营地内露天泳池、营地游客中心、特色小花园、草地院落式营位、临江烧烤小院、儿童游乐场等设施项目一应俱全,可同时停放80辆自驾车,满足300个自助帐篷露营需求,每日最高接待人数可达1000人次。

与其他旅游业态不同,邕宁区顶狮山汽车营地有户外不聚集、距离市区近、可玩性强、后勤保障好等优势,因此成为假期及周末南宁人家庭聚会、公司团建、休闲度假等最喜欢的出游地点之一。

据统计,南宁市有17家二星级以上汽车营地,“三月三”期间共接待游客约78584人次。疫情发生以来,旅游业的变革持续不断,消费者对短途旅游和贴近、体验自然的需求越来越强烈,我国露营市场将进入井喷期。据统计,我国现有4.5万家露营相关企业,其

中近半数企业成立于2021年。

“顺势引导,制定标准,保障质量,加大扶持,不断培育户外露营产业使其发展壮大,对挖掘文旅消费潜力,促进文旅产业复苏具有十分积极而重要的意义。”广西野以文化旅游投资有限公司经理陈发文说。

广西非常重视露营产业的发展。2021年10月24日,广西汽车旅游大会·中国汽旅露营圈专项研讨会在北海举办,探讨汽车露营产业发展新趋势,推动广西汽车露营圈发展倡议形成新成果,助力广西构建现代旅游产业新体系。会上宣布成立广西汽车旅游营地联盟,同时推出4条广西汽车旅游露营精品线路。

记者从广西文旅厅了解到,“十四五”期间,广西将继续以推进汽车旅游为抓手,通过加强汽车营地规划,建成广西汽车露营圈;加强品牌孵化,打造汽车文旅品牌;加强资源整合,推动汽车文旅产业融合,努力为游客提供丰富多彩的文旅产品。



在顶狮山汽车营地,游客支起帐篷享受惬意时光。覃捷摄(中经视觉)

本版编辑 沈慧美 编 倪梦婷