



# 双减 与奥运加速小众运动大众化

## 攀岩、滑板、冰球 酷玩 运动 圈粉 青少年

## 鸿星

## 凭什么



中青报 中青网记者 张 敏

这个暑假，王佳沛带着女儿陈可梦去最多的地方是攀岩馆。今年春天，陈可梦看到电视娱乐节目中有攀岩比赛后，就一直想去尝试攀岩。放暑假后，王佳沛带着孩子来到攀岩馆体验了一节课，看到女儿兴趣很高，就给她报了名。暑假中，一周3次的课陈可梦没有一次请假，王佳沛说：从来没见过孩子有这么大的兴趣和激情。

随着一些小众运动被大众所熟知，这个群体中也出现越来越多青少年的身影，除攀岩外，还有不少家长为孩子报名学习滑板、冰球等酷酷的运动项目。从业者认为，造成体育培训火热的的原因，一方面是2020东京奥运会上，滑板、冲浪、攀岩等首次成为奥运会正式比赛项目；另一方面是国家出台 双减 政策，加速体育教育发展，小众运动或将迎来新机遇。

### 酷玩 运动圈粉青少年

五年级的君然是个玩攀岩的 老手。小学一年级的时候，妈妈兆静看到她对攀岩兴趣很高，就给她报了名。攀岩俱乐部。君然这一 玩 就是4年多。

君然特别喜欢攀岩，每周两次攀岩课她也从来不迟到不请假。在学校里她会抓紧一切时间完成当天的作业，就是为了不耽误晚上的攀岩课。

兆静还记得，当初给君然报名攀岩俱乐部是为了能够让孩子的身体素质更好一些。4年的攀岩带给君然的不仅是更好的身体，更是拓展了她各方面的能力，让她结交了兴趣相投的小伙伴，并有勇气去尝试更多的新鲜事物。

中青报 中青网见习记者 李 璇

在兆静看来，攀岩首先能够锻炼孩子的协调性，这并不是一个有劲就能爬得上去的运动，需要孩子四肢协调发力；攀岩对孩子的记忆力也有帮助，每一条线路都有不同的岩点，要记住这些点才能顺利完成攀岩；它还会锻炼孩子的意志力，在岩壁上孩子经常会受伤划出小口子，但她往往简单处理一下止住流血后继续攀爬，一点也不娇气。

这样的观点也得到从业者的认同。四两(网名)是北京市 Climb On Gym 攀岩馆的主理人，从2020年8月攀岩馆开业至今，已有400多个学员或岩友加入他的攀岩馆，他认为，攀岩首先有助于孩子的感统训练，同时攀岩是一个需要思考的运动，每一个路线都是需要思考怎么完成，因此也有助于大脑的发育，另外，在攀岩过程中还需要不断克服恐惧，这也是让孩子挑战自我的一种方式，极限运动就是与自己较量的过程，更能培养意志力。

刘洪是两个孩子的妈妈，她正在计划给女儿报冰球培训班。刘洪说，女儿从小就喜欢轮滑以及冰雪，她带着孩子去试了一节冰球课后，两个多小时的试课女儿一点没喊累，全程异常兴奋，但其实是她挺累的，上冰球课需要穿很多衣服，而且要不停地动，一节课下来浑身湿透了。刘洪认为，运动能培养孩子的意志力，她希望女儿能通过学习冰球增加韧性。

张佳给孩子报了滑板培训班。张佳是一个很酷的单身妈妈，在朋友眼里，她是一个常年穿西服、雷厉风行的创业者。她希望通过滑板，让孩子不断挑战自己，要想把滑板滑得好，就得不断练习，摔倒爬起来再继续，我希望他从小就能有不怕失败的意识。

### 双减 与奥运为小众运动带来新机遇

如今的体育热与国家政策不无关系。今年7月，中办、国办印发《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》。双减 政策直指学科类校外培训，要求周末、节假日、寒暑假不能从事学科类培训。这样一来，更多的孩子可以从课业中走出，走进运动场。

8月3日，国务院发布了《全民健身计划(2021-2025年)》，再次为体育热潮添了一把火。四两说：双减政策和《全民健身计划》的发布，能够让更多孩子回归体育、艺术等爱好，能够召唤更多人动起来，尤其会为小众运动带来新机遇。

相较于足球、篮球等运动，攀岩、滑板这样的小众运动进入中国的时间并不长。以攀岩为例，中国登山协会发布的《2019年中国攀岩行业分析报告》显示，2019年中国岩馆数量为382家。《报告》同时显示，2019年岩馆青少年会员数量虽较2018年有上升趋势，但仍然停留在小众的数量。会员在200人以上的不足5%，有35%的岩馆仅有10-29名青少年会员，成为占比最多的数量区间。

四两接触攀岩有10年的时间，从最初没有多少岩友，到现在出现越来越多专业的攀岩馆，他感觉越来越多的人知道攀岩，并且开始了解攀岩，攀岩等运动也会更多地得到大家的认可。在刚刚结束的东京奥运会上，竞技攀岩首次成为奥运会正式比赛项目，改变了不少人对攀岩的误解，人们不再认为是 作死 冒险，有更多家长愿意让孩子学习、尝试这项运动。

与攀岩一样，滑板也在此次奥运会上首次成为正式比赛项目，这也吸引了越来越多的青少年投身其中。在跨境出口 B2C 平台速卖通上，轮滑滑板类商品数量年同比翻倍，销量和买家数年同比增长近50%。主营电动滑板的某国产品牌今年5月刚刚入驻速卖通，7月就已登上类目排行榜第一名，聚集了大量喜欢滑板的青年。小周说，生意好的时候网店营业额达几十万元。

北京原力街头滑板俱乐部望京校区在社交平台上被评价为 望京运动培训热门榜第一名，聚集了大量喜欢滑板的青年，年龄从4岁到20多岁。俱乐部负责人徐洋说，今年暑假，伴随着 双减 政策落地和奥运会的热度，培训班迎来了一大批青年学员。他明显地感觉到，滑板进入奥运会也加速了家长对滑板这项运动的认可。让滑板 出圈 还有明星的带动。徐洋介绍，不少青年人看到自己喜欢的明星滑滑板，也会来这里学习。

家长马乐正在计划为孩子报名滑板培训班，双减 政策后,孩子能有更多业余时间,学一个他喜欢的运动也是很好的。

### 酷玩 运动行业需进一步规范

相较于其他运动，滑板、攀岩等 酷玩 运动需要更高的安全保障，因此安全也是家长们最在意的内容。刘洪说，在选择培训班时，她首要考虑的就是场馆的安全性和教练的资质。

四两介绍，开办攀岩场馆的门槛比较高，首先开办攀岩馆必须要有高危证，场馆里的岩壁、保护器等设施也必须满足要求，需要专业设施，同时也需要教练具有专业资质。

在徐洋的滑板俱乐部，所有教练必须有资质证书，国家级裁判员证书是基本要求。取得这个证书首先要有教练证，有教练证才可以去考由中国极限运动协会认证的国家级裁判证。徐洋介绍，俱乐部里不少教练都是参加过比赛并获得名次的，这样才能尽量保证学员训练时的专业性和安全性。

但仍旧有很多不好的地方。四两看到，一些从业者为了赚钱而将专业性及安全性抛弃一边，比如一些商场、公园里会有不太正规的所谓体验攀岩的娱乐设施，这样的场地不仅没有专业的人员指导，有些甚至没有保护器，存在很大的安全隐患。

滑板行业也存在类似的问题，徐洋说，随着越来越多人喜欢滑板，一些滑手也开始了培训工作，但这些滑手没有经过专业的培训，他们也不能够科学地教青少年如何滑滑板，这样也会存在安全隐患。

滑雪行业更是时刻敲着安全警钟。在北京市朝阳区一家滑雪培训场地,正在等候孩子下课的家长王女士表示,由于滑雪需要在较低的气温下进行,孩子更容易受伤,在报班时她就考察了多个场馆,如果设备、教练资质不够,她都不会考虑。尤其到了冬天,孩子真正到了雪道上,更是要求雪场有完备的安全设施,这样家长才能放心。

中青报 中青网记者 孟佩佩



扫一扫 看视频

# 苏绣如何年轻化 绣郎 十年探索路

今年6月底的一天,在全国首个苏绣非遗主题地铁站崇山桥西站,一款运用套针、盘金绣两种针法绣制,融合苏绣和数字媒体技术的互动装置《星空》,吸引了不少年轻人驻足体验。

《星空》的设计者张雪 站在人群中,向大家讲解这幅作品模拟星空运转轨迹的运作原理。不远处,陈列着张雪和母亲 江苏省工艺美术大师、苏绣非物质文化遗产代表性传承人薛金娣一同绣制的《崇山桥西》站牌作品。

2011年夏天,刚刚从南京财经大学毕业的男生张雪,回到苏州镇湖,顶着家乡人略显诧异的目光,学习做一名 姑苏绣郎。2016年11月1日,本报12版头条以《绣花郎张雪:让世界文化遗产苏绣回归生活》为题报道了他的创业故事。

如今,张雪的职业绣郎生涯已进行到第10年。这10年中,他从设计、装潢、载体等角度对苏绣融入生活的方式进行了探索,也以苏绣为窗口,见证了近年来传统文化与年轻人 双向奔赴 的过程。



创作中的张雪。

### 苏绣的 年轻化 探索

2018年9月,张雪带着苏绣元素的衍生品,去北京参加青年创业节目《创业英雄汇》。节目现场的12位投资人,有人愿意拿出100万元投资他的项目,有人则抛给他一个问题:任何人都可以把苏绣图案做到耳机上,说这就是传承,那你的产品有什么不可替代性?

对此,张雪的回答是:我有原创的设计。传统苏绣作品注重技法,张雪更愿意从创意上去 突围。自2013年起,张雪开启了一场持续数年的 苏绣的可能性实验,从极简风格的系列绣品,到耳机、手表、笔袋等带有苏绣元素的生活用品,跨界 极广 一直是张雪拓展苏绣应用场景的关键词。

不过,张雪设计的产品最初在家乡亮相时,也曾遭遇质疑,作为苏绣的主要发源地,镇湖历史上 家家有绣绷,户户有绣娘,刺绣传统厚实。在不少镇湖人眼中,张雪的作品留白太多,图样又现代,与传统背道而驰。就连我母亲,一开始也不看好我的设计,说你绣得这么简单,怎么会有人喜欢?张雪说。

压力面前,张雪还是选择继续自己的风格,刚回镇湖时,我发现家乡从事苏绣行业的年轻人已经很少了,传统苏绣图案繁复,题材却较为单一,受众也以中老年人群为主。如果能从年轻人感兴趣的风格、领域入手去做些新的尝试,也是苏绣年轻化的一种路径。

几年探索,变化也在一点点呈现。先是年轻人通过媒体传播注意到张雪的作品,接着,一些品牌开始主动联系张雪推出合作产品,此后,合作品牌的行业跨度越来越大,甚至连汽车品牌也要求在内饰里增加苏绣元素。

与此同时,张雪发现,回到镇湖做苏绣的年轻人渐渐多了起来。

很多原本不看好苏绣创新的前辈,现在也让孩子回来跟着他们从头学起,年轻人 脑洞 大、新点子多,大家一起让镇湖苏绣变得更有活力了。张雪说。

当然,张雪并没有忽略蕴含在这些变化背后的原因,除了苏绣年轻化探索带来的影响,这一代年轻人对传统文化的高度认可也是重要因素,可以说,这是一场 双向奔赴 。

### 记得住人,也要记得住品牌

镇湖有一条绣品街,街面上有着大大小小数百家店铺,都经营着苏绣生意,张雪的公司和线下店铺便开在这条街上。

2015年,我创办了苏州弥惟文化艺术

有限公司,现在公司已有了30多名员工,还另设一间线下店铺,主要销售我设计的苏绣产品。每个月除了场地费用,人工费是支出的大头,此外还要负担工具材料费和日常开销。从创业到现在,已先后投入了至少600万元资金。张雪说。

### 创业的 前两年,张雪专注于产品的打磨,公司并未盈利。2017年,随着苏绣产品种类的日益丰富,以及张雪作为 绣郎 在社交网站和媒体上的走红,他的苏绣品牌渐渐打开了市场。

2017年,公司开始有了微利,此后每年都保持了20%的盈利增长率。在收入方面,除了产品销售收入之外,还有品牌跨界合作的项目费等收入。张雪说。

产品创意是张雪创业的关键所在。为保护创意,张雪现已申请发明专利两项、实用新型专利5项、外观设计专利32项及著作权800余项,电商平台和镇湖刺绣协会针对侵权行为也有相应的处理措施,总体来说情况还是乐观的。

在筑牢知识产权 护城河 之外,张雪对创意的独特性颇有信心:绣样可以被借鉴,可绣样营造的整体风格是别人拿不走的,从细节上来说,有些绣样看似简单,但是融入了专利针法,或是在不起眼儿处绣了一枚印章,这些都是不容易模仿的。

此外,年轻人对知识产权的维护,也令张雪印象深刻。

曾有品牌在社交平台上发布了我设计的产品,本意是宣布合作,可不少年轻人误以为对方是抄袭,纷纷在文章下方留言,这是张雪的风格 作品是张雪的,我当时就作了澄清,但心里是有点高兴的,这证明我的作品有辨识度。张雪说。

### 技艺也不能丢

张雪注重在生活中寻找刺绣题材,每每看到值得记录的一瞬间,他都会思考一个



扫一扫 看视频

# 一年卖出 1.5 亿元汽车补漆笔



邱坤荣

胡 林 中青报 中青网记者 雷 宇

一支起步于高职院校的创业团队,凭借一款普通的汽车补漆笔,在竞争激烈的电商领域独树一帜,一年卖出1.5亿元,全网销量第一。

武汉软件工程职业学院毕业生邱坤荣带领的创业团队,从2013年开始瞄准国内汽车微创补漆行业,其主打的 卡嘉易 牌补漆笔,用于市面96款汽车品牌200余种颜色,加盟店100余家。

重新复盘创业历程,邱坤荣揭秘:作为一家电商公司,我们没有去碰 厮杀惨烈的快消品,而是对传统工业品进行创新,抓住了汽车清洁养护产品电商消费兴起的趋势,并且选对了产品。

邱坤荣大学期间担任学校创业协会会长,大二时就和同学合伙注册了一家教育公司,3年时间公司营业额累计突破1000万元。毕业后,培训公司因同行间的价格战 以及内部管理问题,营业额下滑,邱坤荣不得不选择离开。一个学弟的电商创业项目引起了他的注意:学弟与3个同学合伙开了家网店专门卖 苹果 的手机壳,一天能卖出3万元。这极大地震撼了邱坤荣。

邱坤荣拿出半年时间学习网店抠图装修、网店直通车运营等技能,掌握网店的基本方法后,他拉上8名大学同学合伙,开始选择电商产品,汽车补漆笔进入他们的视野。

他们跑遍了盘龙城、汉正街等武汉市内的汽配城和批发地,经过市场调研发现,汽车补漆的需求很普遍,这是一种比较经济实惠的补漆方式。2013年电商经济发展势头如火如荼,可在汽车补漆笔这个工业品领域,依旧是传统的工厂加经销商模式。

技巧,让用户一目了然。凭借贴心细致的服务和电商热潮,2013年至2015年期间,邱坤荣团队先后代理的两款汽车补漆笔,均在电商平台做到了全网销量第一。

只有做出自己的品牌才能掌控产品的质量,从2015年起,团队开始推出自主品牌 卡嘉易 牌补漆笔,并且重新寻找代工厂,签订战略合作协议。

以往的汽车补漆笔喷嘴太大,导致喷漆不均匀,他们与厂家沟通将喷嘴口径改小,有客户反映汽车油漆在冬季干得慢,喷上后比较稠,经过调制他们在油漆中增加了稀释剂,传统的补漆笔只具备喷漆和涂漆两种方式,团队借鉴 涂装业 的设计,创新增加了点漆头。

截至目前,他们在拼多多、淘宝、天猫、抖音等电商平台相继开设了15家网店,团队联合厂家研发的 卡嘉易 牌补漆笔在树脂、配色、溶剂、添加剂上的改进已达10余项,均已申报专利,填补了速干车漆配方国内空白,技术处于国内领先地位。

团队分析出行业痛点:中小卖家难以提供市面上的所有车型颜色,客户选择少。传统的汽车补漆笔制造厂家,转型思维慢,缺乏用户思维,很少愿意站在消费者的角度改进产品,留不住客源。纵观整个汽车补漆笔行业,在当时还缺乏标准的服务,用户体验感很差。

邱坤荣的团队到广州寻找补漆笔生产厂家,在电商平台开设网店,先做代理销售。传统的汽车补漆笔销售商往往不会主动积累市面上的新车颜色,但他们在车企推出新车后,团队就会马上关注跟进,与补漆笔厂家沟通调制新的车漆颜色。迄今为止,团队积累了4000余种车漆颜色卡,几乎覆盖所有的车漆颜色。

其实,不同场景下,补漆笔的使用技巧也有所不同,邱坤荣组建电商公司后,专门设置了客服、美工、运营等部门,拍摄了一系列短视频,包括不同副场景下的修补



扫一扫 看视频

鸿星尔克们 一夜成名的背后,是国潮崛起的缩影。但不可忽视的内核,是多年 苦练内功 的产品创新与积累。青创头条发布的7月创业公司传播影响力榜单上,新茶饮、新能源车、新消费品等赛道的国货品牌均处于榜单前列。其中,曾因一首 你爱我,我爱你 的神曲出圈,又在河南暴雨灾害发生后,单价低至6元却捐款2200万而引发网友 心疼 的蜜雪冰城,高居榜单第三位。喜茶、茶饮颜色、奈雪的茶等均被蜜雪冰城 甩 到了后面。

不过,与运动服饰类国货不同的是,尽管蜜雪冰城的传播影响力冲到了新茶饮赛道第一位,但分析媒体关注度可以发现,今年5月,蜜雪冰城因篡改开封食材有效期、使用隔夜茶汤奶茶半成品等食品安全问题向公众道歉,还冲上了微博热搜榜。有媒体提出,蜜雪冰城用加盟数据交出一张漂亮的 成绩单,但食品安全是食品企业的根,若安全问题频出会令消费者失去信心。也如网友们发出的评价,抓住这波红利,希望 鸿星尔克们 继续提升自己的科技、创新、核心竞争力和真正的水准。