

年輕人在極限運動公園裏體驗陸衝運動。網上圖片



在內地，女性群體是陸衝板的消費主力軍。中新社



民眾在消費博覽會上體驗陸地衝浪。中新社

衝浪「平替」吸青年入局
小眾運動成社交新寵

炫酷滑手刷街
內地陸衝潮起

「我是2018年開始接觸陸地衝浪的，當時網絡上幾乎找不到中文資料，只能通過國外視頻來學習動作」。莉莉絲是華語陸衝俱樂部的主理人，也是各大品牌的簽約滑手。作為國內早期的陸衝愛好者，莉莉絲見證了該運動在內地的興起過程，「國內陸衝的元年是2020年。當時受疫情影響，大批滑雪、衝浪愛好者沒法出遠門，所以把目光投向了陸地衝浪」。

玩家數量狂飆 女性或佔七成

據莉莉絲介紹，這項運動經歷了兩年的「沉澱期」。從今年開始，大批滑雪俱樂部都開闢了陸衝新業務。同時眾多社交平台加大了對運動的推廣，由此引發陸衝的熱潮。

滑雪俱樂部「心界 SOLO」今年開闢了陸衝的新業務。主理人壯壯表示，俱樂部從4

月底開始籌備活動，最初社群內只有30人，現在擴大到800人左右。隨着平台的不斷曝光，陸衝這項小眾運動，變成許多年輕人的新潮選擇。玩家们消費熱情高漲，但陸衝的裝備價格並不便宜。

據悉，目前國產陸衝板的價格普遍在800—1,400元（人民幣，下同），進口入門型號價格在1,300—1,700元，而進口進階型號的價格則達到3,500元。

儘管國產品牌的入局讓陸衝板價格逐漸平民化，但進口品牌在核心技術方面仍掌握着主動權，目前各大國產品牌都在不斷改進產品。「比如前橋支架部分的鋁合金，這個合金配比涉及品牌配方，決定了材料的強度、延展性、耐磨性，需經過多年測試磨合才能出來最佳的效果。」海外陸衝板品牌CARVER中國區負責人賈旭東說。

他表示，今年不少國產品牌入局，加速了大眾對陸衝的認知，整個市場的熱度保持在較高水平。據他觀察，女性群體是陸衝板的消費主力軍，或佔到總體玩家數量的七成。

社群頻遭變現 培訓課乏規管

和許多運動一樣，陸衝具有較強的社交屬性。中國社會科學院社會學所博士後李闖指出，陸衝的社群活動為年輕人提供了交友機會，「年輕人其實有一種強烈的想要找回『附近』的需求，比如在小區裏玩陸地衝浪，你就會去到平時不會注意到的角落，和這個空間產生情感連接。」

在他看來，陸衝及當下流行的飛盤都可歸類為「生活方式運動」，玩家们不再追求極限運動的刺激，而是享受運動背後的生活方式。這種理念覆蓋了他們的社交、消費及互聯網使用，從而滲透到生活的方方面面。

目前，小紅書上陸衝相關筆記已超5萬篇，其中不少是玩家尋板友、分享組隊信息的筆記。記者加入了兩個陸衝社群，群內成員數都在200人左右。在微信群內，成員會分享自己的練習視頻，交流技術要點，分享購買裝備的心得。

另外，社群也成了不少俱樂部「變現」的途徑。以「心界 SOLO」為例，一般零基礎陸衝活動參與人數在30人以內，收費標準為99元/人，而進階活動參與人數在10人以內，收費標準為199元/人。陸衝的流行亦帶火了培訓市場，在大眾點評搜索「陸地衝浪」顯示，北京有11家俱樂部提供課程培訓，一小時價格在200—480元不等，其中人氣最高的課程銷量達141節次。然而，魚龍混雜的陸衝培訓市場着實令人擔憂。通常，正規的陸衝教學主要由滑板教練主導，滑雪教練作為輔助。但據業內人透露，現今市面上有些教練原是從事輪滑教學，後經短期培訓上崗，自身的專業技術並不靠譜。

作為新興運動，陸衝給年輕人帶來新鮮體驗的同時，也撐起了一條逐漸崛起的產業鏈，從數百元的群體活動和培訓課，到幾千元的陸衝板，越來越多的人正加入這門新生意，而陸地衝浪能「衝」多遠，有待更長時間的考驗。

陸衝因學習門檻較低，被一眾滑手評為「新人友好型運動」。網上圖片