

产业有看头⑤

爆火之后 年轻人的冲浪生意能“冲”多远？

□ 本报记者 郭静瑜

冲浪，早已不是极限运动者的专属

冲浪，一项源于太平洋波利尼西亚群岛，发展于夏威夷的水上运动，如今已成为全球广受欢迎的休闲活动。

据信，一名生活在波利尼西亚的救生员乔治·弗里斯通过将传统的5米硬木板削短创造出了容易操控的冲浪板，他也因此成为现代冲浪运动的先驱之一。他和三届奥运会冠军杜克·卡哈纳莫库一同在美国推广这项运动。后来，卡哈纳莫库又将冲浪运动带到了澳大利亚，并倡议该运动进入奥运会赛场。国际冲浪协会（ISA）的最新估计表明，全世界冲浪人数在2000万到3500万之间。

与国外相比，我国冲浪行业起步较晚，发展不过短短数十年时间。2010年，国家体育总局、海南省政府和万宁市政府共同打造了首届中国海南万宁国际冲浪节，成为中国冲浪产业的起点。

发展至今，相关统计数据表明，2022年国内冲浪人数超过50万人次。企查查数据显示，截至2023年10月底，共有来自22个省市的464家冲浪俱乐部完成了注册工作，主要分布在沿海地区。其中海南冲浪俱乐部数量最多，达329家，其次是广东和福建，冲浪俱乐部数量分别为37家和10家。

企业方面，目前我国现存“冲浪”相关企业共3958家，2023年是近十年注册量的高峰期，全年共注册企业310家。从企业省份来看，海南省以698家企业超过其他省份，其次是广东省，共541家。

无论是从冲浪俱乐部还是企业数量来看，海南都远超其他省份，这主要源于其得天独厚的海岸优势，这也使海南成为我国冲浪行业发展较为前沿的区域。

近年来海南也成为各大国内国际体育赛事的举办地，比如WSL（世界冲浪联盟）男、女子长板冲浪冠军赛、短板冲浪挑战者系列赛事等国际顶级赛事以及全国青少年冲浪锦标赛、全国冲浪冠军赛等一系列国内重点赛事活动。

除了核心赛事，海南也在本土亲水运动中加入冲浪的元素，举办万宁冲浪嘉年华等冲浪主题活动。

海南大学旅游学院副教授刘刚表示，海南在推动冲浪运动发展方面，已经形成一定的产业生态。依托丰富办赛，冲浪已成为海南旅游业态的新热点。

从原生态走向商业化

冲浪圈流传这样一句话：“冲浪一时爽，一直冲浪一直爽。”

黄文，是一名冲浪战场上的老兵。2006年，国内还没有普及冲浪这项运动，黄文跟着当时生活在中国多年

的国际友人下海冲浪，从此进入冲浪之门。

那时候，万宁日月湾还没有什么游客，更没有冲浪教学这个概念，爱好冲浪的一小群人聚在一起，就是玩冲浪，同时做做冲浪板和文化周边。像这些最初领黄文入门的外国人就成了冲浪运动在中国最初的“布道者”。

“日月湾的浪况非常好，但非常原生态，可以说基本上没有什么冲浪的氛围。”黄文说，在十几年前，日月湾只有零零星星的冲浪俱乐部，每年来这里冲浪的人群也少得可怜。

如今十多年过去了，万宁市旅文局数据显示，今年一季度，万宁市接待游客是122万，旅游收入20多亿元，全年旅游总收入朝着百亿目标迈进。今年中秋国庆期间，日月湾均接待客流量2万多人次。

当冲浪由小众走向大众，黄文的阿文冲浪俱乐部也是在这股风潮下开起来的。黄文告诉海财经·证券导报记者，他感觉来店里学习冲浪的90后和00后明显变多了。人流涌入的同时，商业也开始参与进来，之前那个恬静悠闲的小渔村打破了原有的平静。

“从生意人的角度，我当然希望人越多越好；但是从生活者的角度，我怀念过去人少、平静的闲适时光。”黄文说，冲浪爆火之后，万宁日月湾的冲浪俱乐部也呈爆发式增长，野蛮生长之下，一些乱象也随之出现。有村民放弃了原先赖以生存的渔业，简单支起一个棚子，立上几块网购的冲浪板，便开始冲浪教学。收费便宜，但安全也无法保障。

此外，日月湾冲浪的热度还带火了拍照产业。记者打开美团、淘宝、小红书，可以搜到各种价位的“冲浪套餐”：“299冲浪+海岸写真”“138两小时冲浪+单反拍照”……

打开小红书搜索“万宁冲浪”，已有10万+篇笔记，大多数都会提及“冲浪如何凹造型”“xxx元冲浪+拍照太值了吧”等。海财经·证券导报记者随机联系了几位晒照的博主，他们表示，万宁的冲浪体验还不错，但主要还是以拍照旅游为主，毕竟学会冲浪真的很难。

冲浪的热情能持续多久？在海南省冲浪协会会长金靖看来，作为近几年现象级蹿红的运动项目，冲浪已经刻进用户的认知里，至少不再“小众”。

有了如此的群众基础，随着时间的推移，冲浪始终会上规范发展之路并不断提升体验。尤其是Z世代年轻人日渐成熟之时，乐于追赶潮流、愿意体验新鲜事物并分享出来的他们，会带动身边同龄人或亲朋好友一同尝试，协助冲浪这项运动的普及和流行。

冲浪这门生意，能“冲”多远？

和钓鱼、露营等装备需求较多的休闲运动方式相比，冲浪所需要的装备相对较少。一套冲浪服、一块冲

嘴上说着危险又烧钱，但玩过的最后都真香。

随便打开一个玩乐app，你会发现冲浪这项高阶活动不知不觉间已经火得惊人。

近年来，人们对休闲旅游有了更高的要求。除了传统的观光、露营、徒步等活动，体验式旅游越来越受到游客青睐。随着消费门槛的逐渐降低，这种潮流与健身结合，散发着荷尔蒙的户外运动逐渐走进国人的视野。

虽然冲浪早已在国外流行了半个世纪，但真正在国内发展的时间不过是近十多年的事。

在冲浪出圈的背后，是一条正在崛起的产业链。上千元的冲浪板，数百元的培训费，冲浪正在成为一门吸引更多人的生意。

但冲浪究竟为何兴起？热情能持续多久？这项运动会是门好生意吗？

浪板、一根脚绳等，就基本可以下海了。

今年2月份，淘宝曾发布一份大规模消费调查。调查结果显示，户外热再度“扩圈”，浆板、冲浪、皮划艇等新兴水上运动受消费者追捧。

冲浪这项运动突然爆火，让所有从业者既意外又惊喜。

规模扩大，入局的人也越来越多。针对这一现象，刘刚表示，中国的冲浪运动起步晚，整个产业规模还相对较小，目前冲浪装备仍以海外品牌为主。将中国与日本的冲浪产业进行对比，既可以看到差距，也可以看到产业的成长空间。

海财经·证券导报记者梳理发现，在产业上游市场，全球每年冲浪板销量超过40万块，大多数品牌来自北美、澳洲、欧洲等冲浪文化深厚的区域，材质以聚氨酯泡沫、碳纤维、聚丙烯为主。

打开天猫、京东、拼多多等电商平台，在国内销售较好的冲浪板、冲浪服还是以海外品牌居多，如迪卡侬、NATUREHIKE、Vasque、Speedo等，价格由数百元至数千元不等。近年，本土品牌如拓胜、佑游、Gsou Snow等也随市场崛起，为消费者提供了更多的选择。

在中游和下游市场，主要表现在冲浪俱乐部的数量正在快速增加，以及以“冲浪体验+旅游”为核心的消费市场的扩大。

据黄文介绍，冲浪俱乐部可以给游客提供教学、冲浪体验、证书报考等服务，可以同时照顾“尝鲜者”以及资深“浪人”，但其对场地及设备的依赖性强，所以运营成本也较高。营业收入主要来自出售、租赁冲浪用品、学员培训费等。

据海财经·证券导报记者对日月湾评价较高的冲浪俱乐部观察，冲浪+拍照套餐平均在200-500元之间，但这块市场由于发展较快，也出现了许多鱼龙混杂的情况。无证经营、安全防护与教练资质欠缺等问题导致的大小纠纷也时有出现。

那这门生意究竟好不好做呢？业内人士也表达了自己的看法。

刘刚表示，随着消费升级，人们对户外生活的理念会更加热衷，所以冲浪赛道会是一门持久的生意，有很长的生命力。已经入局的运营者更要懂得运营，知道自己的定位是什么，找准客群，用新潮的活动产品设计以及更好的服务去吸引消费者。

在金靖看来，冲浪走进了大众的生活，但冲浪文化还没有普及，市场仍在培育阶段。绝大多数消费者的开销仍集中在冲浪教学和体验，消费结构与国外冲浪文化盛行的区域有很大区别。

黄文表示，对于企业而言，入门级供体验的冲浪板好做，真正要把冲浪板做好，还是存在一定技术壁垒。需求量小导致的高成本问题，也使消费者更青睐国外品牌。