



被“收编”的滑板运动

本报记者 柯国笠

滑行、跳跃、旋转、翻腾……脚踏一块滑板，在不同障碍物、特定设施上做出酷炫而又不可思议的动作，这是滑板运动的魅力所在。2020 东京奥运会，这项运动的竞技吸引了全世界年轻人的关注。

主流的赛事体制“收编”了看似“街头”“不够正统”的滑板运动，意味着什么？对于所有人来说都是舆论争议，但在商业世界里，已经“进入”奥运比赛项目的滑板项目，正迅速打开体育市场的新方向。



东京奥运会上，滑板运动备受关注。本版图片来源新华社

01 进入公众视野的滑板运动

作为奥运会的新项目，中国滑板选手 16 岁的曾文蕙成为第一位参加奥运会滑板比赛的中国运动员，闯进决赛最终取得滑板女子街式比赛第六名。

在媒体报道照片中，曾文蕙酷酷的表情和技术动作，圈粉了不少“00 后”群体，也引起了众多共鸣。不同于奥运会核心的传统竞技运动项目，表演性更强，深受年轻人喜爱，而“街头”的性质，也让爱好者参与滑板运动没有太大的距离。

一双板鞋、一块滑板、一件 OVERSIZE 的 T 恤，配上利落的短裤，偶尔还有渔夫帽和斜挎背包——这些是滑板的全部装备，装备门槛较低，而这些装备又无一不能用以表达穿着者的态度。

事实上，早在几年前，滑板运动就开始进入大众视野。彼时，韩国街舞爱好者高孝周因为一段在滑板上跳舞的视频而走红网络，飘逸的滑板动作加上较好的颜值和身材，让她获得“滑板女神”称号，而视频中滑板自由、挑战的精神状态，同时也带动了国内一众年轻滑板爱好者。

如今，打开小红书，关于“滑板”的笔记有近 20 万篇。而和以往滑板男孩的印象不同的是，玩滑板的人不乏儿童和少女。而在 B 站、抖音上，关于滑板的分享视频、动漫等也屡见不鲜。

而在近处的晋江宝龙城市广场、厦门沙坡尾艺术西区等商圈、文化区，也备有街头滑板的相关场地，吸引了众多年轻人挑战新动作。

滑板运动成为正统的奥运会的比赛项目，让该项运动站在了更快速发展的起点。

围绕滑板运动的“生意”也迅速打开。速卖通的数据显示，奥运开幕一周以来，“professional skate”（专业轮滑）搜索环比约上涨 200%，“skateboard backpack”（滑板背包）同指标上涨 1100%。从近期数据看，平台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%。

02 提前布局的体育品牌

奥运会的催化外，近两年消费端对滑板的热情在持续高涨。不只是滑板这一产品本身，滑板鞋、衣服、裤子、帽子等配件也在迅速走俏。

鞋子是该项运动中不可忽视的重要装备。

近年来，滑板鞋、板鞋等被众多年轻消费者青睐。可实际上滑板是典型的“小品牌”行业，挤满了不同的品牌。

以滑板鞋中的硫化鞋为例，大部分大众

爱好者及部分专业滑板运动人员，对 Vans、Converse 等都极为熟悉，而其推出的经典款、联名款也成为包括街头滑板之外的其他街头穿搭的必备潮流品。

同在硫化鞋领域，包括传统品牌回力，以及安踏、JOMA、李宁等都曾推出一众联名款硫化板鞋，受到年轻人的喜爱。

而在板鞋领域，以耐克 sneaker、AJ 空军一号等为代表的板鞋产品经久不衰。特别是空军一号，其推出的马卡龙配色也持续风靡世界女性穿搭爱好者。

潮流界也有动作。2020 年 8 月，LV 男装设计总监 Virgil Abloh 与知名滑板选手 Lucien Clarke 联手打造了一款滑板鞋。

国内品牌也有动作。

7 月 19 日，李宁正式发布了 LI-NING x Erik Ellington“灵腾”签名鞋款，这也是李宁旗下首条滑板产品线，而为了进军滑板领域。早从 2019 年开始，李宁就已经和 Erik 建立了联系。

在此前的 4 月，另一国产运动品牌鸿星尔克更是高调宣布进军滑板领域，成为中国轮滑协会官方战略合作伙伴及运动服饰赞助商。

而国内体育用品龙头品牌安踏，也在酝酿动作。

2020 年 10 月，中国轮滑协会举行线上“中国滑板运动推广大使云签约”，彼时还未成为安踏代言人的王一博，签约担任“中国滑板运动推广大使”。如今，王一博已成为安踏品牌代言人，其过往的 VI 露出中，就多以街头轮滑运动“酷盖”的形象对外亮相。

对此，业内专业人士表示，手握顶流王一博的安踏直接切入滑板运动，有开展相关周边产品研发、售卖的巨大流量优势。

03 紧跟潮流的年轻消费者

事实上，滑板不仅是一项运动项目，文化价值在奥运会这个大舞台上得到展示，并被更多人认同，吸引原本就有相应文化价值的年轻人，实现了“破圈”。

在中国青年报社中青校媒面向全国各地 2892 名大学生发起的问卷调查中，结果显示，他们中的 39.83% 对冲浪、攀岩、滑板、街舞等新兴运动中的一项或多项非常感兴趣，47.06% 受访者表示对这些运动项目比较有兴趣，其中 54.63% 表示，滑板是想尝试的新兴运动。

一名滑板运动爱好者表示，从滑板运动延伸的不仅是生活方式，也有态度表达。自由、冒险、勇敢等核心价值观成了众多品牌在牵手滑板运动时想抓住的核心，核心背后就是滑板运动背后的一群年轻的消费者。

“年轻”“自由”“街头”“速度”……这些关键词勾勒出了滑板运动的特点，也圈定了具有相同标签的滑板人群。因此滑板天然带有社交属性，正如圈子里常说的一句话：“只要你拿着滑板，走到五湖四海都有朋友。”

“获得年轻人，就是获得品牌未来。”——这已成为不少消费品行业的共识。

在如何获得年轻人认同这件事上，滑板这一细分领域已经展现出了不少可能性。滑板所代表的自由和冒险，是品牌想要贴合的文化精神，而滑板背后站着的年轻群体，才是品牌锚定的核心。

在安踏最新公布的安踏品牌“五年计划”中，安踏提出“人群制胜，赢领消费主力‘Z 世代’，开辟‘10 亿+’级新兴赛道”。

市场数据显示，在安踏的消费人群中，超六成消费者为酷爱运动、追逐个性、喜欢表达自我的年轻人，尤其在安踏天猫店的粉丝里，“95 后”占比更是高达 75% 以上。这也意味着，安踏已逐步引领当前的消费主力——Z 世代，开启“10 亿+”级新兴赛道。

以王一博为主要传播矩阵，安踏推出的包括渔夫帽、T 恤、技能裤、运动鞋、斜挎包等周边产品不断更新，获得消费者的认同，也给品牌带来巨大的流量。

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026

恒安集团
HENGAN

LILANZ 利郎



特步（中国）有限公司

SBS
湧兴股份盼盼食品集团
PANPAN FOODS GROUP信泰集团
SinceTech
信泰·网布科技领航者JINLONG 晋江
取胜源于可靠
WIN WITH RELIABILITYBaal
泰亚投资集团舒华
让运动更简单
LASHI HUA SPORTS

关注科学健身

凤竹纺织
FYNEX TEXTILES雅客
yakeMACHINERY
HAINA 海纳机械大黄蜂
BIGWASP小样
搭膳晋亿鞋材
JINYI

专注引领EVA发泡行业健康新概念

国星陶瓷
GUO XING 中国驰名商标 © 中国陶瓷名牌

TEL: 4008 959 866

KELME
卡尔美国际产业周刊
企业最新资讯权威发布平台
15880722026

中国品牌之都

优秀供应商

发布平台: 15880722026



源泰皮业

服务热线: 0595-85685062

茂泰鞋底
MAOTAI SOLES树辉复合
专业品牌 复合专家Chandra
成昌鞋材星达鞋材
TPU热熔胶、高低温膜
服务热线: 0595-85127511JIANYOU
健友皮革佶龙机械
JILONG