

全民健身效果值得期待

国务院日前印发《全民健身计划(2021—2025年)》,就促进全民健身更高水平发展、更好满足人民群众的健身和健康需求,提出5年目标和8个方面的主要任务。

从2009年《全民健身条例》公布实施,到2014年将全民健身上升为国家战略,再到党的十九大提出“广泛开展全民健身活动,加快推进体育强国建设”,如今全民健身得到蓬勃开展。健身操、瑜伽等项目成为时尚,广场舞、太极拳魅力不减,乒乓球、羽毛球、跑步、游泳如火如荼……参与人群与日俱增,活动项目逐步

拓展,充分体现了全民健身的强大魅力。

如今,我国已全面建成小康社会,人们更加注意身体健康、心情愉悦。全民健身,就是让健身强体成为人们生活的一部分。虽然我国全民健身事业发展日新月异,但与人们对美好生活的期待相比还有一定差距,与世界体育强国在公共体育服务供给上还有一定差距。从这个意义上看,重视全民健身并制定发展计划,有其重要意义。

《全民健身计划(2021—2025年)》明确,到2025年,经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%,县(市、区)、乡镇(街

道)、行政村(社区)三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖,每千人拥有社会体育指导员2.16名……这充分彰显了党和政府对全民健身事业的高度重视,对推进健康中国、体育强国建设的坚强决心。《全民健身计划(2021—2025年)》提出了8个方面的主要任务,着力破解当前困扰全民健身发展的一些难点问题,更加注重基层供给,强调标准化建设,突出协调和融合发展,有利于构建更高水平的全民健身公共服务体系,有关效果值得期待。

(付彪)
据《经济日报》



选择高颜值的复古邮政绿,还是重量不到7公斤的全碳纤维轻骑?城市刮起自行车热,轻便好骑还是潮流单品。

骑行正在升温。社交平台上,人们纷纷晒出自己的骑行装备、骑行路线,甚至骑行穿搭,让“骑行”和“露营”一起成为了今夏热词。

近日,多个城市媒体报道骑行成为市民喜爱的运动新方式,并且带火了自行车市场。记者从北京市多个自行车销售网点也了解到,一些社交平台热门款的自行车都处于断货状态。例如某品牌的邮政绿复古自行车,实体店到货日期未知,只能排队等待,而电商平台一些代理商的价格也都出现了溢价。车辆供不应求的原因一方面是需求上涨,另一方面与疫情导致进口零部件缺货、部分自行车制造工厂暂时停工、物流时间变长等有关。

骑行作为一种户外生活方式,有相对明确的定义:以公路车为主,在市区或近郊的一些合适路段开展的健身活动。因此,入坑骑行,第一件事就是拥有一辆属于自己的自行车。公路车的价格千元打底,专业一些的车辆价格基本在万元以上。与自行车相关的配件也得置办起来:头盔、前后灯、手套、码表、服饰、杯架成了“标配”,手作皮把手、老式铃铛、复古腰包,直至身上的骑行穿搭,都是爱好者热衷研究的领域。因为配件与自行车的外观配色、品牌格调一样,代表了爱好者的审美和态度。

Brompton(俗称小布)自行车是英国知名的折叠单车品牌,也是骑行圈里的奢侈品。近年来,小布凭借其丰富的配色、巧妙的折叠方式和独特的停车造型,成为了潮流单品。由于该品牌产能有限,再加上进口、国际运输等成本,在国内仍属稀缺货源,入门款的到手价格在15000元以上,一些特殊配色或者纪念版、限量版等,由于数量稀少,价格更是成倍增长。国产自行车品牌大行被称为小布“平替”,平均两三千元的价格更为亲民。不过热门型号及配色同样是一车难求。

轻便的碳纤维自行车也受到市场热捧。某国产品牌成功众筹的轻骑自行车,整车重量低于7公斤,分体式结构设计有效吸收骑行时的振动;碳纤维轮组耐热并且降低滚动阻力,让踩踏更轻松;碳纤维皮带无油污免维护,骑行过程没有噪音。诸多优势吸引骑行爱好者在项目众筹阶段就点击了“支持”,乐于尝新。

业内人士认为,疫情催化下,短途出行需求旺盛,骑行具有灵活方便和安全的优点,自然受到追捧。其次,由于健身观念的普及和环保观念的深入人心,既能代步又能锻炼身体绿色交通工具自行车重回人们视野。

同时,作为替代品的共享单车、电动车和汽车燃油涨价也是自行车升温的重要原因。再加上由于上游原材料价格上涨,今年4月以来许多共享单车平台都提高了价格。这些因素都使得购买一辆单车成为最具性价比的选择。

此外,骑行作为运动健身的一类,还被赋予了“社交”属性。专业骑行设备提供了社交价值,人们在网络上分享自己的骑行路线和装备无形中都在为骑行热升温添火。

据《北京青年报》



骑行升温 自行车变身潮流单品

飞盘、陆冲、骑行……谁是潮流运动之王?

带上陆冲板在城市“贴地飞行”,感受滑雪、冲浪的运动魅力,或者拉着三五好友,找一块城市绿地抛起飞盘,体验狗狗的乐趣……《2022年轻人新潮运动报告》显示,超九成年轻人对新潮运动十分感兴趣。能抵挡得住诱惑,对这些运动视若无睹的年轻人仅不到一成。飞盘超越滑板和骑行等运动成为最受年轻人喜爱的新潮运动,有六成青年渴望在飞盘场上交友,成为年轻人社交新潮流。

上手简单模拟冲浪快感 陆冲板迅速出圈

滑板梯队中,陆冲是今年的后起之秀,彭于晏、刘昊然、王一博等明星艺人纷纷加入这项运动,让其迅速出圈。陆冲,全名“陆地冲浪板”,上手较为简单,玩家不需要用脚蹬地,只要通过身体的重心施压,摇摆身体就能使得陆冲板进行滑行状态,模拟出海上冲浪或雪地滑雪的感觉。

“生于街头,盛于街头”的滑板一贯给人以男性玩家更多的印象。但出乎意料的是,调查显示,女性玩家的比例超过男性。传统经典的“双翘”和刷爆街头巷尾的“陆冲”到底哪款才是年轻人心中的No.1?

数据显示,old school的双翘仍然是年轻人最爱的滑板榜首,后起之秀陆冲板紧随其后,而长板、小鱼板、电动滑板分列三、四、五位。

攀岩也是年轻人中盛行的运动之一,但因为其难度较高,真正可以挑战这项运动的人不足五成。受访年轻人表示,攀岩不仅可以磨练意志,还能锻炼胆量、克服恐高。

骑行已成为时常出现在街头的风景线。各个城市的爱好者刷出了各具特色的骑行路线,城市公园、风景区都解锁了骑行功能,骑行者在途中欣赏美景,感受双倍快乐。不过,还是有四成受访者对骑行路线“不设限”,想骑到哪儿就骑到哪儿。

城市运动风靡有“密码” 新手友好回避冲撞

球设立的一项大众化运动。与正式橄榄球相比,腰旗规定不允许抱人和推人,防守方拉下持球进攻球员腰带上的一条腰旗,进攻即被阻止,是一种安全的“非冲撞性”运动。

桨板源于夏威夷,室内桨板大多与瑜伽、CrossFit等运动结合,类似健身房团课的升级;室外桨板类型更丰富,除了在静水区域的漂流,也有竞技性更强的跨海划行,更讲究技巧的花式桨板等等。在国内,室外桨板经常出现在大热的露营场景,成为亲水营地的娱乐活动之一。

此外,为了经营自己的爱好,运动装备不可或缺。《报告》还显示,年轻人平均每年在新潮运动上的消费超过6500元,还有10%的年轻人平均每年在新潮运动上消费上万元,新潮运动已然成为新的商业价值高地。智能手表或手环、耳机以及冷毛巾或毛巾排名前三。

(陈斯)
据《北京青年报》



除了上述《报告》提及的运动之外,腰旗橄榄球、桨板都是在疫情期间活跃起来的线下运动项目,它们也被称为“新城市运动”,其特色是入门简单、新人友好,并且回避冲撞,不以胜利为第一目的。

其中,腰旗橄榄球源自美国,是美国国家橄榄球大联盟为推广美式橄榄



年轻人最爱新潮运动 飞盘高票登顶

不同城市的年轻人,对新潮运动有着不同的偏好。北京最爱飞盘,上海青睐滑板,广州人喜欢骑行穿梭在城市街巷之间,深圳的年轻人则更偏爱攀岩。虽然各个城市不尽相同,但从整体数据来看,飞盘仍然高票当选年轻人最爱的新潮运动。滑板一直以来都是潮流年轻人的标签,本次也不负众望,在年轻人最爱新潮运动中排名第二。

飞盘的社交属性是其火爆年轻群体的主要原因。这项运动没有肢体接触,男女可以一起参与,同场竞技。同时,“锻炼身体以及燃脂效果好”也是其迅速流行起来的重要原因。《报告》显示,对飞盘感兴趣的90后达到47.49%,在各年龄段中占比最高;其次是85后,占比44.06%;而令人意外的是,最潮玩家00后群体中,仅有27.03%的人喜爱玩飞盘。据悉,90后的平均“盘龄”达到了4.2个月,甚至有近10%的90后接触飞盘的时间达到了1年以上,妥妥的狂热爱好者。