构建户外骑行文化圈，让小众运动变成大众健身

姚 欢

近几年户外骑行的大热，火爆出圈。骑车正在从原来的代步、通勤功能逐渐转变为时尚、休闲、社交的户外运动，并逐渐形成一种骑行文化。据中国自行车协会数据显示：2022年，中国自行车行业规模以上企业实现营收2100亿元，同比增长3%，实现利润超过100亿元，同比增长20%以上，中高档自行车内销同比增长30%以上。2023年11月电商节，自行车整车、骑行服饰、骑行装备 “三大件”的销售涨幅都超过100%。其中公路自行车暴涨300%、自行车码表及配件增长230%。在新一轮需求的拉动下，我国作为自行车大国，也迎来该行业的“第二春”。户外骑行正逐渐成为人民群众走向自然、拥抱自然、乐享生活的新潮流。但在面对爆发式的增长，有些阻碍健康有序发展，构建骑行文化圈生态的一些问题凸显出来：

**一、组织实施有待强化。**

2023年10月24日，国家发展改革委、体育总局等5部门联合印发的《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》对骑行等户外运动的长期发展给予了政策层面的支撑。但区级层面未出台相关的户外运动或和户外骑行文件政策，未明确主管或者牵头部门，未成立与文件相对应的协调组织和机构，也未明确相应的配套资金扶持以及具体的工作方案和规划。其次，户外骑行的市场资源也未进一步激发和整合，未有效发掘国内外厂商的对骑行产业的基础发现功能。社会共治共享局面还未完全打开，社会团体等民非公益类组织未建立，志愿者团体的功能还未发挥，专业骑行的赛事组织机构的的功能还未挖掘，户外骑行的宣传氛围和科学健身的普及范围还未扩大。

**二、基础设施有待完善。**

山川、湖泊、森林等自然资源缺乏的条件下，根据我区实情，探索如何利用城市和农村道路、河流、公园、景区、场馆、等公共资源开展户外骑行，提供基本的骑行资源，是要解决户外骑行的基本问题。首先现有非机动车道混骑共享单车和电动自行车，加之城市道路建设中机动车主干道拓宽，压缩非机动车道空间，造成骑行的不通畅不安全。其次，辖区内缺少户外骑行的指定区域和路线。申兰路申昆路、苗江路、东岸滨江骑行线路的走红，甚至周末出现大批骑行团，以至于出现骑行限速。就说明了大量的城市户外骑行需求和缺乏道路骑行资源的矛盾。

**三、赛事、品牌有待建立。**

每年ATP上海大师赛在旗忠网球中心的精彩演绎，带动了闵行网球文化运动的发展，将小众的网球运动带入大众健身视野。崇明区体育局主办的崔克100环岛慈善行；上海地产公司主办的“船骑之旅，码上出发”都是2023年流量较高的户外骑行体育赛事。生动的案例说明政府主导的大型赛事为载体能充分激活各级市场主体的动力，带来良好的社会反馈。促进骑行运动产业和旅游、文化、康养、研学等产业融合发展。

为了更好地践行中央经济工作会议提出把体育赛事作为培育壮大新型消费的增长点，让小众运动变成大众健身，加快我区建设创新开放、生态人文、宜居安居现代化主城区，针对存在的主要问题，我建议：

**一、加强组织领导建设。**

区发展委、区体育局应强化组织领导，成立专门的组织协调机构，将发展户外骑行产业纳入相关规划，纳入全民健身工作协调机制，纳入政府重要工作议事日程。其次充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，培育多元经营主体，比如吸引凤凰、永久、崔克、闪电等国内外大厂投资发展，引进国资的久事、民营的洛克公园等赛事运营主体参与规划和项目的落地实施，积极与区内的头部企业如共享单车的哈啰，电动自行车的绿亮规划市场发展，探索灵活多样的运营管理体制机制。成立区级自行车协会组织，激发社会团体活力。发挥官方平台与新媒体联动优势，宣传户外骑行产业的重要性和优势，提高公众的认知和关注度。同时也需要加强和相关媒体的合作关系，共同推动产业的宣传和推广。

**二****、加快硬件设施建设。**

在现有公园的周边道路开辟专属骑行道，发挥公园的休闲健身辐射功能。比如在闵行区体育公园周边打造骑行绿波道，在闵行区文化公园打造自行车文化道，在浦江郊野公园，浅谈公园打造亲子骑行道。在体育场所改扩建，有条件地加入骑行通道。错峰利用开放式楼宇园区内部道路开展骑行，各街镇要建设一条有自身文化特色的骑行线路，串起文娱消费市场。在新建和改建的骑行道上设置醒目的、统一设计的骑行标识、标牌。在骑行线路上新建或者依托现有场所建立骑行驿站，提供补水、能量补充、补胎简易维修等保障服务。

**三、加大赛事活动供给。**

今年马桥镇开展的“骑乐无穷，青情逐梦”的两岸青年骑行活动，华漕镇在建党当百年之际开展的红色骑行都是街镇融合自身优势和特色，开展体育+文化的骑行活动。区级层面也要开发以自主品牌为 主的户外运动赛事和节庆活动体系，结合自然、人文特色资源，培育户外运动赛事与节庆活动，探索与国内户外赛事的专业机构合作，打造一批全国知名的赛事与活动品牌。引导和支持各级各类体育社会组织举办多样赛事， 打造一批“跟着赛事去旅行”的文体旅融合品牌活动。