



这届家长为啥爱带孩子“跳泥坑”？

本报记者 易龙吟 受访者供图

“

扛几十公斤“麻袋”、进泥坑“洗个澡”、翻过数十米的障碍……你是不是总能在自己的朋友圈或者社交媒体上刷到这样的照片和视频？就连知名乒乓球运动员许昕也带儿子入坑，还在社交平台晒出了参赛照片和体验。这就是近年来风靡全球的运动——斯巴达勇士赛。为什么现在不少家长不仅自己掏钱“找苦硬吃”，还热衷带孩子跳泥坑？

”

C
赛事与地方文旅的双向奔赴

斯巴达赛事的火热，也助推了不少地方文旅与体育赛事的合作，将赛事流量转化为文旅“留量”。2023年11月13日，2023斯巴达勇士赛杭州站在戴村镇三清园开赛，这是戴村与斯巴达赛事的首次结缘。从2023年开始，戴村已经连续举办3年5场比赛。作为浙江省首批运动休闲乡镇，郊野运动小镇戴村与斯巴达勇士赛可谓是“双向奔赴”。

今年5月24日—25日两个比赛日，共有来自国内以及英国、加拿大等不同国家的近6000名小选手参赛，整个赛事期间戴村收获了5万人次客流。民宿老板在参赛者到来之前就最感受到了客流激增的势头。“斯巴达比赛举办的时候，我们民宿房间都是提前预订满的，民宿客人也会选择在我们开的农家乐订餐。”云石星空民宿负责人姜先生说。斯巴达勇士儿童赛起点距离云石星空民宿不过6公里，赛事开始前，不少外地参赛者已经在比赛地三清园附近提前订好民宿。

戴村镇赛事负责人傅颖娜告诉记者，赛事期间当地餐饮翻台率达平日3倍，本地民宿一房难求。其辐射效应显著，临浦、义桥及萧山城区酒店入住率大幅提升，众多“斯巴达小勇士”身影活跃其中。这种借助赛事打造的这种借助赛事打造的郊野运动小镇IP，正成为戴村全镇消费增长的长效引擎。

不仅如此，借助体育赛事效应在赛后仍持续释放能量。仅2024年一年，戴村接待了40万人次游客，经营性收入突破了3000万元。近年来，围绕“郊野运动小镇”这一IP，招引云石滑翔、户外运动公园、高空秋千、峡谷漂流等19个户外运动业态，再加上引进退也咖啡、扶栖仙庐、佛山吃鸡、湖畔露营等多元业态，不断提高国内外客流承载力。“我们的客人主要来自江浙沪地区，外国面孔也很常见。”退也空间创始人万山说，退也开在石牛山系高峰之上，主打露营、咖啡、拍摄多种业态，空间日均接待500人。

A
和孩子一起，在运动中培养毅力

根据公开资料，斯巴达勇士赛始于2005年，吸收了古斯巴达人军事训练传统科目，改造演化成障碍路跑赛事，每年在全球25个国家举办200多场比赛。赛道长度从5公里到50公里不等，选手需要通过21个到60个不等的障碍。据悉，斯巴达勇士赛2016年被引入中国，最初聚焦成年人群体，2017年推出斯巴达勇士儿童赛。

从参赛人数与人群画像来看，2016年，斯巴达勇士赛在北京第一场比赛参赛人数为2830人，此后参赛人数翻倍，2024年，斯巴达参赛人数达到一年20万人次。从参赛人群比例上，斯巴达的儿童参赛选手人数已超过成年人，占总参赛选手的60%，约合12万人次。

今年7岁的王者阳已经参加过3次斯巴达儿童赛事了，爸爸王凯达告诉记者，去年偶然间看到了斯巴达的比赛，觉得非常有趣新颖，就给孩子报了名。“我们现在参加的组别，全程是4公里，中间有很多的障碍，有几站都是山路，还是比较累的。”在这个过程中，大人陪着孩子一起跑完，最大的收获就是能让他每次在快坚持不下去的时候，互相鼓励。“儿子在比赛中展现出来的毅力和坚持，让我很感动，也学会了遇到困难绝不放弃。”作为运动爱好者，王凯达平时也会有意识地带着儿子运动，1-2周他们都会一起去爬山，每次10公里左右。父子俩计划下半年有机会再参加一场斯巴达赛事。

翁擎则更早接触斯巴达勇士这一赛事，因为妈妈是一名体育记者，疫情期间全家一起报名参加了斯巴达勇士赛，那时候的斯巴达是名副其实的小众赛事。

翁擎的妈妈告诉记者，初衷很简单，觉得儿子精力过于旺盛。最后，两个大人陪着儿子一起完赛，儿子玩得很开心，大人很累。“不过，能够收获一次难得的运动经历，和一组亲子运动照片，觉得挺值得。”



王者阳在比赛中



翻墙障碍赛

B
报名费399元起步，参赛者逐年递增

斯巴达勇士赛官方小程序“勇士部落”显示，成人赛事的报名费依据参赛组别与类型有较大差异，以竞速赛为例，公开组赛事的早鸟价格从399元到439元不等。根据斯巴达赛事的公开数据显示，2024年，斯巴达参赛人数达到一年20万人次。仅以400元的报名费计算，斯巴达赛事一年的报名费收入就高达8000万元，斯巴达勇士赛中国区项目负责人张昊洋表示，斯巴达勇士赛的收入来源，主要来自3个方面，一是门票收入，占据了90%，二是赞助收入，三是各类周边和训练收入。

比起其他体育赛事，斯巴

达勇士赛精准拿捏住了不少人的社交心态。除了定制奖牌、完赛T恤等产品，还贴心提供摄影师跟拍服务，这一项费用也被清楚写在了门票费用中。

社交平台上，有网友还推出参赛出片秘籍：“参加斯巴达的终极目标——朋友圈九宫格封神，给各位一点建议，发带一定要戴在头上。”还有网友提到：“斯巴达的泥浆，就是最好的高光。”张昊洋提到，斯巴达勇士赛每年在摄影师上的投入高达数百万元。单北京斯巴达勇士赛一场赛事，全场就有58名摄影师，分布在20余项障碍关卡之中。

对于斯巴达赛事的火

热，深耕这一行业的体育营销服务商禹唐体育商业赞助负责人李晨有自己的理解，首先，健康的生活方式已经是年轻一代的普遍选择，再加上户外产业迅猛发展，有特色的户外活动又受到中产阶层的广泛青睐，这些都为斯巴达勇士赛在中国的流行奠定了外部基础。其次，城市潮流精英人群是斯巴达勇士赛的主力受众，尤其女性消费群体快速增长，在社交媒体的分享欲高，这一方面提升了赛事的整体格调，也扩大了赛事在不同圈层内的传播力。