

年轻人健身的尽头，是国企风

羽毛球被年轻人玩成了潮流的模样

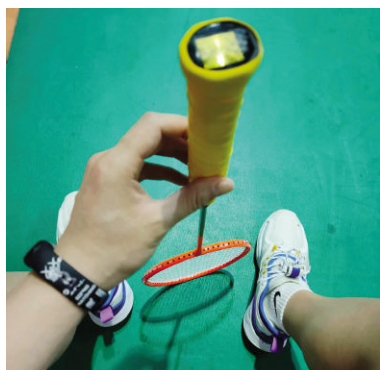


当飞盘、桨板、腰旗橄榄球等“网红运动”的热潮渐次退去，年轻人们发现，与其在各类花哨运动中浅尝辄止，不如老老实实找一个花钱不多、朴素亲民的项目，才是运动健身的长久之计。

“后来发现，还是乒乓球、羽毛球、篮球这类国民运动最有条件坚持。特别是羽毛球，是不少单位、公司团建时的保留项目。学好了这个，能迅速和单位同事打成一片。”

羽毛球，人称“国企风第一大运动”。曾经人们认为，羽毛球拍不离手的只有专业人士和退休大爷。如今在年轻人的语境中，却变成了“羽毛球包一背，唯唯诺诺职场小白就被爆改成了年少有为的模样”。

作为国内高普及度的运动之一，打羽毛球在国企中默默流行了几十年。每周一次的羽毛球兴趣班，和每年一次的羽毛球友谊赛，是体制内最受欢迎的团建项目。



健身的尽头是“国企风”

互联网上有种说法：打羽毛球，是现代职场拓展人脉的捷径之一。

“谁能想到，刚刚被你连杀三局的球友，球场之外的职场身份可能是三甲医院的主任医生或是大学的校长，都是你平时工作接触不到的行业人才，却因为羽毛球而互相结识。”

有年轻人表示，在北京，要想以低廉的价格体验不错的球场，就得去有学生、教职工福利的各大高校。但前提是，“要么你认识爱好打球的师生，要么自己本身就是985、211毕业的校友。”

羽毛球在国企内的地位，可以说是不可撼动。资深国企员工老高说，他的单位组织体育竞赛的规律是，隔一年换一个项目，“上一年可以是各种其他球类尝尝鲜，但下一年绝对是国企最爱的羽毛球。”

一开始，不会打羽毛球的年轻人，面对单位的团建邀约推三阻四。后来，他们开始顿悟：“别再抱怨单位总热衷于组织体育比赛和运动类兴趣小组了，那不是变相加班，可能是组织在费尽心机地给你分配对象。”

00后网友小六子分析，因为属于高强度的有氧运动，打羽毛球的人一般精壮且身型纤长；又因为身处室内晒不到太阳，皮肤大多细嫩白皙。“爱好小鲜肉类型的姐妹，可以多泡泡羽毛球场。在男女混合双打的配合中，你可能就收获了一个对象。”

而一个打工人大成成熟的标志，“大概是从领悟羽毛球的温文尔雅气质开始，而不是嘲笑它为‘老干部’爱好。”如果说最具“国企风”的单品，是印着单位logo的茶缸。那么，羽毛球就可以算得上是“国企风”运动的排头兵。“打羽毛球安全感满满，人在室内，风吹不着雨打不着；单打、双打、混合双打，又能让所有人都参与度极高。它一边稳稳地完成了强身健体功用，另一边又兼具了解压成效，性价比不得不确实高。”

老钱风、千金风 在羽毛球套装前都要甘拜下风

曾经你以为，打羽毛球是退休后消磨时

间的“老头乐”。殊不知，香奈儿、迪奥、圣罗兰等奢侈品大牌，早就推出了“富家千金风”的羽毛球拍和球包。而年轻人也开始把这种“老干部风”运动，玩成了潮流的模样。

在网络上，“羽毛球穿搭”应运而生。“中产少女三件套”之一的lululemon瑜伽裤，和“中产男人三件套”之一的高尔夫T恤，都成为了羽毛球场上的黄金配角。

98年的小麦在上海出差时发现，时尚人士们不仅会在小布自行车和freitag包上挂着飞盘和橄榄球手套，还会身背羽毛球拍。在各种奢侈品大牌云集的某上海商场中，小麦还看到一家门店里，有人正在用一台科技感十足的设备，给羽毛球拍编织球线。

被年轻人玩出圈之后，羽毛球的翻红佐证了它并不老土，反倒有助于培养气质。但同样，要想让羽毛球技术从业余走向专业，其开销也颇为不菲。一些网友就在社交媒体上晒出自己入坑半年，却不知不觉花销上万元的消费记录。“一把纤细轻巧的球拍，只有两三颗鸡蛋的重量，你以为运动商店里150元就能买到一把，其实际价格可能高至两三万元。”

某些羽毛球私教的价格已经赶上了“富人运动”普拉提，一对一是500元/小时，一对多是300元/小时。一些沉迷羽毛球的年轻人发现，羽毛球场的场地费，也开始拉开差距。“根据地段、交通、附近商圈等条件的不同，打球一小时的场地费低的只有几块钱，贵的则要花费200元。”

更别提手胶、球拍线、羽毛球这些动不动就得换新的小装备，“150元一桶的球，我10分钟就能打坏一颗。真正的奢侈，是不停往消耗品里扔钱。”

你把打羽毛球当锻炼身体 别人把它当作初入社会的预科班

除了购买装备之外，打羽毛球还催生了一些“社交费用”：为了和同事打成一片，大方承包手胶和羽毛球的费用；为了让球友带自己飞升球技，球局结束得请对方吃夜宵……“你把打羽毛球当锻炼身体，最清醒的年轻人早就把它当作初入社会的预科班。”

羽毛球爱好者总是身背两只以上的球拍，那不是在显摆装备多么昂贵，而是做好了随时借给别人球拍的准备。“其实打羽毛球很忌讳借球拍，但是因为在一借一还之间，能加深彼此的交情，社交属性极强。所以你会为了能和同事、朋友一起打一场其乐融融的友谊赛，而准备好一支借出去磕碰弄脏不心疼的便宜球拍。”

95后女孩陈如是个初级销售，步入职场一年多的她，开始打羽毛球的契机，是同事们偶尔会在下班后约上一局。平时陈如的社交圈比较单一，在和同事打球的过程中感受到羽毛球的趣味性和健身效果后，她又主动报名了健身机构的羽毛球课。

没想到，这个新爱好还真让她认识了一些利于提升工作业绩的客户。将几位球友转化为接单成功的客户之后，陈如领悟道：“球场上交朋友，和销售套路同理。在展现自己优秀球技的同时，你可以适当地给对方喂几个球。这样不仅自己在球场上尽显风采，也能让TA有充分的参与感。打一场彼此都有收获的球，感情升温得更快。”

经历了花大钱购置装备、报课、租场地、甚至找搭子之后，羽毛球这项被嘲“国企风”、带着厅局色彩的运动，被经历了一遍遍消费主义背刺的年轻人重新拾起。

相比于花样繁多的新兴运动，羽毛球的特质是返璞归真、丰俭由人。它让一直在“先掏空钱包还是先出汗”之间迷茫的年轻人终于回过神来：“在公司楼下拉个网，一分钱不花也能暴汗一小时，这不就是一开始我想要的吗？”

（来源：三联生活实验室）