



■ 重庆大学体育学院 候小娅

2008年北京奥运会小轮车（BMX，全称是BICYCLE MOTO CROSS）运动项目比赛当天发生了这样一幕：在老山小轮车赛场举行的北京奥运会小轮车男子竞速计时排位赛中，由于前面的比赛选手突然摔倒，美国选手凯尔·贝内特躲避不及也被阻拦倒下，之后造成车后面选手连环摔倒。贝内特在这次事故中受伤，躺在赛场上长时间无法动弹，但他顽强地站了起来，并拒绝了医护人员的担架，重新跨上小轮车。尽管左手已经不能握把，但他还是完成了比赛路程，现场观众给予他热烈的掌声。贝尔特的这种精神无不让人称赞，这一刻他已经超越了比赛，超越了胜

负，他在享受小轮车运动带来纯粹的同时，也给许多年轻人诠释了不畏困难挑战的体育精神。

国际奥委会的一个重要伙伴美国国家广播公司(NBC)提出把收视率和商业价值很高的小轮车放入奥运会。在2003年6月29日召开的国际奥委会执委会上，后奥委会投票之后决定，把小轮车泥地竞速项目正式列为2008年奥运会比赛项目，设男、女两块金牌。小轮车运动终于在奥运会赛场上获得了自己的一个位置。

小轮车运动起源于20世纪60年代的加利福尼亚，它以其独特的魅力在短时间内征服了全美国，也迅速

在全球范围内发展起来。小轮车发展至今,已经脱离了单一在练车场中进行比赛模式,而衍生了更多的项目。具体分为5种:第1种是最原始的泥地竞速比赛;第2种(DIRTJUMP,泥地跳跃比赛),利用泥土做成的坡度进行跳跃花式比赛;第3种(STREET,街道)利用模仿街道障碍的道具场地进行比赛;第4种(HALFPIPE,半管道),在半管道场地里进行跳跃花式比赛;第5种(FAT.LAND,平地花式),在指定的平地上利用BMX车做各种平衡滑行的动作进行比赛。

与欧美国家相比,亚洲小轮车运动发展比较晚,当国际奥委会于2003年6月将小轮车运动确定为奥运会正式比赛项目后,我国才真正开始小轮车运动。我国目前有10个省市开展了小轮车运动,有100多名专业运动员,我国目前没有一个职业俱乐部,业余俱乐部也很少。而在小轮车运动发达的法国,拥有职业俱乐部超过1000家,注册运动员以万计数。随着我国经济实力的逐年提高,越来越多的小轮车爱好者加入到这个行列当中,尤其在上海,北京,杭州,成都等地都能看见小轮车手的身影,小轮车运动有朝一日也会在中国变得很流行。

小轮车运动是一种极限运动,极具观赏性,但同



时也伴有高度危险,车手鼻青脸肿、伤痕累累很平常。小轮车运动的爱好者都是比较前卫的青少年,他们追求的是“新潮、健康、时尚”的生活方式,尤其是在北京奥运会后,国内刮起了一股小轮车旋风,在很多地方的大街小巷,都可以见到随处玩耍的小轮车爱好者。

小轮车运动一般都要从娃娃抓起,以前在中国小轮车并没有普及,很多备战奥运会比赛的运动员都是从其他项目转过来练小轮车的,没有一个良好的基础这项运动是很难取得突破的。现在国家也准备从孩子开始抓起,将会有越来越多的孩子加入到这个团体中来。

北京奥运会之后,关于老山小轮车赛场的去留问题,各界也进行了激烈的讨论。按照原来的规划,小轮车赛场属于临时兴建比赛场馆,奥运会结束后将会被回填,但小轮车赛场的业主石景山区政府向北京市政府提出申请,希望赛后将这块场地保留下来,因为这会是奥运史上第一个,也是中国第一个标准的小轮车竞技场。将来可以为喜爱小轮车运动的青少年提供一个练习的场所,对小轮车运动的推广和普及都会起到重要的作用。北京市政府最终同意了这一申请。

北京奥运会就像是一股春风,带动了小轮车运动在国内的发展,中国承办了北京奥运会的小轮车比赛项目,这样的“天时,地利,人和”让许多企业商家看到了中国小轮车运动的发展前景,同时也看到了这部分群体的市场潜力,而如何把握住这次机遇,赢得市场,也是对他们的最大挑战。

与其他新兴行业不同的是,目前中国的自行车生产水平已经达到世界水平,外国很多国家使用的自行车都是来自于中国。改革开放以来,中国自行车行业通过积极引进、消化、吸收国际先进技术和装备,在生产技术、工艺、产品质量及自动化生产程度等方面有了明显地提高。中国已成为全球最大的自行车生产、消费和出口大国。实际上,在目前自行车行业面临一定困境的情况下,小轮车正受到各个厂家的重视。捷安特、天津荣程、喜德胜等行业翘楚,都将目光投向了该领域,而前几年,小轮车不过是一个附属产品。

在2003年国际奥委会决定将小轮车运动列为正式比赛项目时，浙江奥特王童车制造公司当年就决定，将产业重点从儿童车转向小轮车，5年时间里研发了20多种具有自主知识产权的小轮车产品。在北京奥运会的带动下，该公司的BMX小轮车产量从2005年的5万辆上升为2008年上半年的30多万辆。董事长胡宏成表示还要投资新建一个生产基地，将年产量提高到150万辆，并把目光瞄向了2012年的伦敦奥运会，将全力争取伦敦奥运会比赛用车的资格。

中国国内自行车企业进军海外市场，而外国的一些品牌企业也看到了中国小轮车潜在市场。自从国际奥委会将小轮车作为正式比赛项目后，小轮车开始进入全国运动会的赛程，各地的电视台开始转播小轮车比赛。而江苏宿迁正是看到了小轮车的市场前景，决定将小轮车比赛打造成“城市名片”，以期带动小轮车生产、销售、表演等产业链的发展。目前已经有外资品牌对中国市场发力，加拿大太平洋自行车公司就是其中的一家。太平洋最近才开始在中国销售猫鼬牌自行车，不过，它已与4位自由式小轮车车手签订了赞助协议。它还将向中国国家小轮车越野车队，提供赛车和配套装备。在他们看来，目前，中国经常骑越野自行车的人还不多，但在迅速增加，市场机会很大。”

越来越多的企业参与竞争，这对中国自行车企业的发展也未必是一件好事，小轮车的市场很大，但一些商家为了追求更大的市场份额，通过降价促销来提高销售量，而小轮车在生产上需要的很多是特殊材料，成本比较高，难免会出现一些不良商家通过采用质量较次的材料来生产小轮车，这对小轮车的发展产生不良的影响。这需要国家有关部门加强监督，严把小轮车的质量认证标准关。降价也不是争夺市场份额的好方法，重要的是，企业齐心协力，一起培育市场，让更多的青少年参与进来，扩大市场需求。

一些企业商家为了培育中国市场，把小轮车的各种概念引入中国，通过赞助一些活动赛事来提高品牌知名度。捷安特赞助江苏、北京、河北、河南自行车队，支持这些队伍参加更多的比赛。喜德胜则侧重于赞助青少年比赛，为安踏全国极限挑战赛、南宁

BMX平地花式特技单车赛等赛事提供赛车和资金。惊险刺激的小轮车表演，吸引了更多青少年的参与。

小轮车运动如今已成为奥运会的正式比赛项目，作为一个新型项目，市场潜力无限，对于目前面临市场洗牌的中国自行车企业来说，如何抓住这个机会，同时要与外来品牌竞争市场，在提高技术和科技含量的同时，也要洞察市场变化，及时作出相应的对策，这样才能让自己立于不败之地。

