

## 『眼痒』国外的马场

从事外贸行业的李先生经常往澳大利亚跑，那里地广人稀，农场庄园随处可见。第一次看到马术运动，他至今记忆深刻：一个看似不起眼的小村镇里，一到周末，几百户家庭带着孩子们开着汽车，车后挂着马车，从四面八方聚拢到一处跑马、露营。“大家在充满新鲜空气和绿草如茵的草地上奔驰，场面蔚为壮观，欢笑声不绝入耳。”

自此，他开始研究马术运动的历史。国际上，马术有英、法、德、澳四大体系，澳大利亚家庭甚至会让2岁的孩子接触马匹，而在2016年左右的中国，全国上下仅有几百家马术俱乐部。“我们的人口这么多，这个体量不对称啊。”回国后，李先生萌生在家乡办马术俱乐部的想法。

“通常，马术项目对场地要求较高，大多数马场落户于城市偏远地区，但我们在澳大利亚考察交流后发现，pony马这一体型不大的品种非常适合孩子乘骑和教学，场地的面积要求也小，不需要传统大面积的马场。”李先生说，“在大多数中国人的脑海里，骑马是奔跑的状态，其实在马背上就可以完成很多动作，骑马也可以慢悠悠很优雅。”

此外，随着国民收入与消费水平的提高，越来越多的人好奇马术这项运动，马术爱好者也是逐年增加，“室内马术这一模式可行。”考察完国内多个城市后，李先生得出了这样的结论。

前期筹备，花费的精力和成本不小，马匹的培育、训练和养护也需要花大力气。从事马术行业13年的教练杨海波忙碌时一天要工作10小时，“早上8点就要上岗喂马匹吃早餐，清理马厩。每匹马一天吃4顿草和3顿添加了燕麦、玉米片、微量元素等物质的精料，偶尔也要吃胡萝卜、苹果、方糖等零食。每天我们要为马厩做3次清理，并帮马匹刷洗、梳理鬃毛。”

“马匹就如我们的同事、朋友，围绕马匹展开的马术运动必须为马儿们提供良好的福利。”经过选址，购买、驯养马匹等一系列筹备，2018年，骑际马术芝士公园店正式开门迎客，展现在众人面前的，是有别于传统马场的马术俱乐部新形象。

将马术馆开进商场，李先生看中的是其餐饮、娱乐等商业配套和硬件设施。

“芝士公园就在天一商圈，周边的人流量大，交通也便利。相比于传统马场，商场马术具有极大的营销便利，同时竞品少，进店客流的转化率较高。”在李先生看来，马术培训落户购物中心或将成为一种趋势。“我们骑际马术是芝士公园作为新业态引入的，商场也期待我们能给他们带来新的人流和活力。”

相对于足球、篮球等大型运动项目，商场马术的“坪效”有着绝大的优势。骑际马术的收费从一万元到三万元不等，课程均价能降到500元左右。事实上，有些学员为了能有更多练习机会，还会购买更多的课程。

“除了芝士公园，在北仑银泰城、郑氏十七房景区、高新区等地均已开设俱乐部并营业，奥体中心也将在明年1月10日开业。”在李先生看来，商场马术能够做成一门好生意，是能让更多人接触了解马术的，同时为马术俱乐部提供获客渠道。“商场马术是各个马术俱乐部的良性补充，是马术在中国发展不可或缺的一环。”

对于商场来说，在国内，随着普通的体验业态渐渐不能满足消费者的需求，商业地产正急需新内容的注入。而马术培训则相当于商场的一个高端配套设施，商场可以通过室内马场来提高档次，吸引人气。

尽管相较国外，马术在中国仍处于发展初期，但从过去宏观政策来看，它显露发展态势：2016年，国家体育总局印发《体育发展“十三五”规划》，明确提出要积极培育马术等具有消费引领特征的时尚运动项目。

针对马术项目入驻商场的现象，从事商业品牌引进的林女士表示，在消费升级的情况下，消费者去商业综合体已不再局限于吃个饭、买个东西那么简单。马术、击剑等贵族运动已经成为北京等地高端商场的“标配”，且青少年群体也是商场期望抓住的目标人群之一。

“当然如何形成长效机制，补充马术教育这类模式，也是现阶段大家要思考的问题。”她说。

## 青少年是消费主力军

今年10岁的女孩陈洁（化名）第一次见到高大的马匹时躲得远远的，害怕得不敢触摸。如今，她从每周上一节马术课增加到每周4节课，次次流连忘返，上完课后还亲自为小马洗澡、梳辫子，甚至能在脏兮兮、臭烘烘的马厩里待一个小时，连妈妈都惊讶不已。

“大多数家长碰到孩子害怕的情况都会予以耐心的鼓励，马术不仅是一项运动，也是很好的挫折教育途径。每当有孩子克服恐惧成功上马，于我们而言也是极大的鼓励。”李先生说，“成年人市场不如青少年的消费体黏性高，且青少年群体大，这也是我们将目光瞄准青少年市场的原因。”

“马术讲究的是骑马者与马的完美融合，奥运会的马车比赛十分考验骑马者和马的配合。”李先生告诉记者，目前门店开业近2年，已经吸引了800余名核心会员，可见马术在宁波地区的接受程度并不低。

作为细分赛道，李先生看好宁波马术的增长潜力。《2018中国马术市场发展状况报告》显示，我国马术人口新增11.6万人，总数达到108.8万人。在活跃的马术消费人群中，青少年和儿童分别占49%和17%，这两部分人群占马术消费群体的66%。骑际俱乐部的主要人群为私立学校的青少年，大多来自宁波中产以上家庭。他们或是因兴趣，或是为了以后出国能更好地融入国外的圈子，或是打算走竞技路线，出发点各有不同。

那么青少年马术培训是如何收费的呢？李先生告诉记者，他们引进了澳大利亚的马术体系，因此收费模式中，E档的会员费定为17600元，包含26节课，一节课45分钟。“逐级递增，当你的等级高了后，收费自然而然就高了起来，同样，学到的技能也会相应的增加。”

工作日晚上和周末是客流高峰时段，“过去周一到周五人稍微少点，晚上5点过后是一个小高峰，因为孩子放学了，家长下班就能把孩子带过来。周末则从早到晚满员，最多能排10个时间段的课。”李先生介绍，“现阶段我们的课程多为一对一，随着青少年能力的提升，也组建了一支12人的马术队进行有针对性的竞技训练。”

“我希望提升她的个人气质。”陈洁的父亲告诉记者，女儿喜爱骑马的原因是认为这项运动“很酷”。

除了青少年专业马术培训和文化课外，骑际马术俱乐部还特别增设了“马术+旅游”的马术夏令营，以更多的模式为孩子们提供更丰富的马术体验。虽然商场马术模式的发展处于兴起阶段，同时也面临诸多挑战，但李先生对未来的发展，充满了信心。

1

3

## 将马术馆置入商场

2