

# “低垂的果实”能走多远？

## ——大学生“轻资产、快流量”休闲体育创业模式的可持续性质疑

钱媛 梁彭涛

信阳农林学院体育学院 河南 信阳 464000

**【摘要】**：近年来，大学生休闲体育创业呈现出显著的“轻资产、快流量”特征。这类创业模式以“体育+社交”为核心卖点，依托社交媒体流量快速增长，创业门槛低、现金流回笼快，确实令不少在校大学生“尝到了甜头”。然而，当我们目光从“风口”转向“长跑”，一个根本性的追问便浮出水面：这种模式真的可持续吗？本文借用“低垂的果实”隐喻，系统剖析了大学生“轻资产、快流量”休闲体育创业的内在逻辑、结构性缺陷及其可持续性质疑。研究发现，该模式高度依赖社交媒体流量红利，创业项目同质化严重，核心竞争力发育不足，路径依赖导致转型困难。在风险收益结构上呈现出显著的“高曝光×低壁垒×短周期”特征——容易起步，却也容易消散。文章指出，真正的可持续性不在于“摘多快”，而在于“种多深”。大学生创业教育亟须引导创业者从“流量追逐者”转变为“价值深耕者”。

**【关键词】**：大学生创业；轻资产模式；快流量；休闲体育；可持续性；路径依赖

DOI:10.12417/3041-0630.26.08.065

### 1 引言

打开社交媒体平台，搜索“大学生创业”“休闲体育”等关键词，呈现在眼前的是一幅充满活力的图景：飞盘局、露营派对、城市徒步团、骑行社交群……一大批由在校大学生或应届毕业生创办的轻资产休闲体育项目层出不穷。这类项目普遍具有“零场地成本、灵活时间安排、快速现金流”的共性特征。一篇报道中的一位高校创业导师直截了当地将其概括为：投入小、启动快、流量驱动——这几乎成了当下大学生休闲体育创业的“标准范式”。

然而，在这种“轻松摘果”的叙事背后，一系列隐忧正逐步显现。市场上，被称为“露营界LV”的日本品牌 Snow Peak 在杭州新开门店全部关闭，2023 财年净利润大跌 99.9%；国货品牌牧高笛 2021 年营收增幅曾达 56%，到 2023 年骤降至 1.4%，2024 年上半年净利润同比下降 18.41%。露营、骑行、滑雪等一度火爆的“户外三宝”在社交平台上搜索关键词的结果，已从“装备升级指南”集体转变为“整套出清、低价转让”。

“低垂的果实”是一个植根于发展心理学的隐喻，原意指那些唾手可得、无需付出多少努力便可采摘的成果。它最初被用于批判“捷径思维”——当个体过于依赖伸手可及的低成果时，会丧失攀登高处的动力与能力。在大学生“轻资产、快流量”休闲体育创业的语境下，这一隐喻具有极强的解释力：这些项目之所以能够在短期内形成热潮，恰恰因为它摘取的是一批人人可达的低垂果实——“拍照好看+社交破冰”的流量密码、“一两个人一台电脑就能启动”的低门槛、“体育培训零场地成本”的轻资产形态。但一个关键问题随之而来：果实总有摘完的一天，而低垂的果实尤其不持久。

本文的核心问题意识在于：大学生“轻资产、快流量”休闲体育创业模式的内在逻辑和结构性缺陷为何导致其可持续性受到根本性质疑？更具体地说，这种模式的可持续性困境究竟根源于其“外在形态”还是“内在基因”？如果是前者，则尚有优化改进的可能；如果是后者，则意味着这种模式在本质上存在不可消解的张力。本文将从现象解剖、理论批评、机制分析和转型路径四个方面展开系统论证。

### 2 “低垂的果实”：摘取什么？怎么摘？

#### 2.1 “轻资产、快流量”模式的核心特征

所谓“轻资产、快流量”模式，是指大学生休闲体育创业中普遍采取的一种低资本投入、高流量依赖、以社交传播为核心驱动力的创业范式。其核心特征可概括为三个维度。

首先是“零场地”或“低场地”成本。与传统健身房、体育场馆等重资产项目不同，大学生休闲体育创业往往利用城市公共空间——公园草坪、社区广场、绿道步道——或借助短时租赁的空间进行活动组织。这意味着创业者不必承担高昂的固定成本，启动资金往往只需要数千元即可起步。

其次是高度依赖社交媒体引流。“体育+社交”成为核心产品逻辑。以飞盘为例，这项运动爆红的核心原因并非其竞技性本身，而是“拍照好看+社交破冰”的双重属性。参与者穿戴着精心搭配的运动装备，在专业摄影风格的镜头下完成一记飞盘传递，照片经修图后发布至小红书或朋友圈，完成了一次“打卡仪式”。

再次是“跨界组合”与“低门槛”。大学生创业者善于将体育运动与流行文化元素进行融合，打造出“露营+咖啡”“飞

盘+精酿”“骑行+探店”等复合型消费场景。根据《2025 中国户外运动产业白皮书》，陆冲、桨板等新兴项目年复合增长率达 137%，远超传统露营（62%）和飞盘（41%），其核心推动力正是技术门槛的降低。

## 2.2 “网红运动”的潮起潮落：一个经验图景

如果说上述特征勾勒了大学生休闲体育创业的“理想图景”，那么近年来的市场波动则为这一模式描绘了另一幅更为复杂的“现实图景”。

从时间轴上看，“网红运动”的更替周期正在不断缩短。露营曾是最早的爆点，2022 年露营装备在天猫的销售额增长 150%，2024 年中国露营经济核心市场规模达 2139.7 亿元，同比增长 60.4%。但到 2023 年下半年，热度开始明显回落。飞盘接棒而起，凭借“拍照好看+社交破冰”迅速破圈，成为城市年轻人的新宠。然而到 2025 年下半年，飞盘热度显著消退——线下约局人数从平均 15 人降至 5 人以下，不少飞盘社群从每周多场活动萎缩至“两三个月未组织一场”。随后，骑行、匹克球、桨板等运动依次登场，依次经历从爆红到降温的相同周期。

这种“潮起潮落”的速度正在加快。户外运动业内人士直言，“每一种形式生命周期都有限，再好再新的内容，可能也只能滚动一个季度，或者是顶多一年，需要一直更新换代”。有媒体尖锐地评论道，“退坑的不仅是骑行”，“打开社交平台，搜索‘露营’、‘飞盘’、‘滑雪’等关键词，原来精致惬意的露营照，近期可能成了‘整套出清、低价转让’”。这种现象背后的普遍趋势是：消费者不再为“户外”标签买单，而是为真实的使用场景和体验价值付费。过度网红化、纯视觉导向的产品不再被消费者青睐，产品核心价值回归功能性、耐用性与专业性。

## 2.3 “低垂的果实”作为分析隐喻

“低垂的果实”这一概念能够帮助我们将上述现象上升至理论层面。所谓“低垂的果实”，是指那些无需太多努力便可达到的目标，它们之所以“低垂”，可能是因为前人尚未发现、市场暂时未被开发，或者因为某种技术或政策的催化而变得触手可及。

在大学生休闲体育创业的语境中，“低垂的果实”至少体现在三个层面。第一，社交媒体的流量红利尚未被充分挖掘利用。算法推荐机制使优质的视觉内容能够以较低成本触达海量用户，短视频平台的热点话题更是创业项目的天然“扩音器”。年轻人创业不需要自有品牌积累或线下渠道建设，一条精心拍摄的短视频就可能成为项目起势的“第一桶金”。

大学生群体具有天然的“社交流量”优势。“轻社交”成为年轻人最核心的休闲刚需。飞盘退潮后，年轻人转向匹克球、

城市徒步、即兴戏剧等新玩法，其共同特点是“不依赖大群、不怕下雨、社恐友好，且天然适合拍照或分享”。

第三，休闲体育市场的爆发式增长催生了大量新的消费场景。天猫数据显示，2022 年户外运动市场规模同比增长超过 30%，其中露营装备增长 150%，飞盘增长 600%。2026 年青年运动生态持续变革，呈现出场景、身份、文化三大核心特征。这些新兴场景尚处于“跑马圈地”阶段，为早期进入者提供了丰厚的流量红利。

然而，这些低垂的果实之所以“低垂”，恰恰意味着它们是浅层的、容易被替代的，当市场被足够多的参与者涌入后，果实就会被迅速摘光。而“低垂的果实”隐喻最核心的启示正在于此：采摘的便捷性与可持续性之间存在深刻张力——容易获得的东西，也容易被他人获得；能够被快速复制的东西，必然难以形成持久的竞争优势。

## 3 可持续性质疑的四重逻辑

大学生“轻资产、快流量”休闲体育创业模式之所以受到可持续性质疑，源于四重深层逻辑。

### 3.1 流量依赖与“去品牌化”的悖论

流量依赖是该模式的第一个深层次困境。在这类创业中，流量不是成功的充分条件，而是必要条件——没有社交媒体的传播，项目几乎无法触达目标用户。然而，流量依赖本身暗含着一种悖论：一方面，社交媒体使创业“人人可为”，门槛降至历史最低；另一方面，社交平台流量的可获取性越强，创业项目的品牌识别度就越容易被掩盖。在一个视觉内容每天以亿级规模涌现的信息场域中，靠“颜值”出圈的创业项目天然面临一个困境——今日的“网红”，明日就可能被下一个“新欢”取代。

因此，当社交平台上的大量创业项目都采用相似的视觉表达策略时，整个赛道就陷入了同质化竞争。消费者面对几十个看起来“差不多”的打卡场景，最终选择往往取决于“谁离我最近”“谁的优惠更大”这类即时性因素。品牌忠诚度的缺失使得创业项目的用户留存率极低——飞盘约局人数从 15 人降至 5 人以下，不仅是一个市场数据，更是流量依赖模式下创业项目脆弱性的真实写照。

### 3.2 形式化陷阱与价值空心化

“轻资产、快流量”休闲体育创业的第二个深层困境，在于其天然倾向于形式化。所谓形式化，是指创业项目的商业逻辑越来越围绕“怎么做”的传播层面展开，而越来越偏离“做什么”的价值底层——人们对“如何让别人看到我在运动”的关注程度，逐渐压倒了“运动本身给我带来了什么”的内在体验。

这并非偶然的偏差，而是由流量逻辑自身所塑造。在算法驱动的注意力分配机制中，视觉性、情绪性、即时性的内容天然占据优势这一转向的后果是深刻的。当大学生的注意力被持续引导向“如何制造视觉符号”——装备够不够精美、灯光不够氛围、背景够不够出片——而非如何优化运动体验本身时，休闲体育的核心价值——“休闲”所应当承载的身心休憩、精神放松、自由与联结——便被悄然边缘化。一旦视觉符号的“保鲜期”过去，用户发现自己在“表演一种生活”而非“过一种生活”，最初的热情便迅速消退。

### 3.3 路径依赖与“摘果惯性”的锁定

路径依赖的概念源自制度经济学，指的是一旦某项技术或制度因初始条件和正反馈效应而确立了自我强化机制，后续便很难改变轨道，即便存在更优替代方案。这一概念为理解大学生休闲体育创业的低可持续发展困境提供了关键的分析视角。

对于大学生创业者而言，“轻资产、快流量”模式之所以成为一种“习惯”，恰恰是因为它得到了持续的“正反馈”。一个新鲜的想法、一条精心制作的短视频、一次小范围的线下活动，可能在短时间内获得可观的关注度，这可能比花半年时间打磨服务品质、一年时间建立用户口碑来得“更划算”。问题的严重性在于，“摘果惯性”不仅是个体层面选择的结果，更是一种结构性困境。然而，路径依赖并非不可逆转。关键在于“摘果者”能否在摘果过程中有意识地培育“种树”的能力——在组织活动的同时，积累供应链资源、建立专业壁垒、沉淀用户关系和品牌认知。如果“摘果”带来的只有短暂的现金流，而没有上述任何一个维度的资产沉淀，那么当一个项目的生命周期结束后，创业者便只能从零开始，在下一个风口上重复摘果的动作，陷入“越摘越浅”的恶性循环。

## 4 “高处的果实”：走向可持续休闲体育创业的可能路径

面对“低垂的果实”模式的结构困境，一个根本性的追问随之而来：既然“低垂的果实”终究会被摘尽，大学生创业

的出路到底在哪里？笔者认为，可持续性不在于“摘多快”，而在于“种多深”。由“低垂的果实”转向“高处的果实”，需要完成三重转变。

从“流量收割”转向“体验深耕”。“轻资产、快流量”模式下，创业者的核心能力是内容传播，而可持续性的核心则在于为用户创造不可替代的深度体验。用户对休闲体育的消费决策正在回归本质，人们开始追问：“真的需要专业装备吗？”“露营真的必备氛围灯吗？”这为创业者指明了方向——让运动本身成为主角，让“玩得开心”回归至中心位置。第二，从“专业外行”转向“技能深耕”。“轻创业”之“轻”，在于形式和启动的便捷，而非对能力要求的减轻。在休闲体育领域，技能可以表现为教练资质认证、赛事运营能力、体育营销专长，甚至是对某一运动文化的深刻理解。专业的技能积累不一定会转化为即时可见的流量，但却是创业者应对不确定性时最可靠的“安全气囊”。第三，从“路径依赖”转向“认知突破”。“轻资产、快流量”模式之所以成为大学生的路径依赖，很大程度上源于创新创业教育和竞赛体系对“短平快”成果的偏好。

## 5 结语

“低垂的果实”的确存在，也的确容易采摘，但它的存在恰恰是对创业者的一个检验：你是满足于一生只摘那些伸手可及的果子，还是愿意在树枝够不到的地方培育自己的果园？

大学生“轻资产、快流量”休闲体育创业的可持续性质疑，不仅是一个有关“成功率”的学术问题，更是一个关乎“什么是真正有价值的创业”的教育命题。在“轻创业”浪潮奔涌的时代浪潮中，我们不能否认轻资产模式的合理性，亦不应低估社交媒体在创业初期的杠杆价值。但更重要的是，我们应当在“容易做”和“值得做”之间建立清醒的区分——前者是手段，后者才是目的。当创业教育的使命被定义为培养真正的价值创造者，而非流量追逐者时，大学生创业才能真正从“低垂的果实”升级为“高处的果实”。而这，正是本文持续追问的根本关怀所在。

### 参考文献：

- [1] 轻轻创业的年轻人[N].中国青年报,2025-07-16.
- [2] 传统制造,快被户外运动潮流“耍”懵了[EB/OL].36氪,2025-08-14.
- [3] “户外三宝”消费热潮退去下一个又会是什么?[N].华商报,2025-07-29.
- [4] 飞盘凉了?年轻人正在转向这些轻社交新玩法[EB/OL].2026-05-09.
- [5] 户外用品市场增长“回归理性”[N].梅州日报,2025-05-25.
- [6] “轻创业”需“重技能”支撑[N].浙江教育报,2025-12-09.
- [7] 新经济视角下体育类大学生创业价值与措施[J].活力,2024(14).