

攀岩运动大众化进程中的价值蕴含、 衍生风险与治理路径

张丹

四川旅游学院，成都

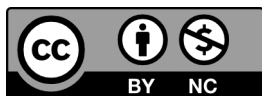
摘要 | 攀岩运动大众化是在攀岩“入奥”、户外休闲扩展与城市体育消费结构调整共同作用下形成的重要发展趋势，探究其价值蕴含、衍生风险及治理路径具有现实意义。本文采用文献资料法、逻辑分析法等对其进行探究。研究表明：在“入奥”影响和多主体推动下，攀岩运动的竞技价值、教育价值，以及休闲价值等延伸价值逐渐被发掘。但同时也衍生出了安全风险、培训风险、运营风险、传播误导风险与责任分配风险等多重问题。其深层症结不在于单一主体失责，而在于管理部门、经营机构、教练员及专业服务提供者、参与者及其家庭之间存在规范落差、目标偏差、信息断层与责任认知错位，并在互动中不断放大。对此，应通过完善分类规则体系、强化专业支撑能力、加强风险提示与规则说明、推动多主体协同治理等路径加以回应。

关键词 | 攀岩；大众化；制约因素；风险治理

Copyright © 2026 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



1 前言

近年来，随着户外休闲方式持续扩展和城市体育消费结构不断调整，攀岩运动正逐步突破原有的专业圈层边界，进入更广泛的大众参与视野。这一变化并非孤立发生，而是与我国体育发展政策导向密切相关。《体育强国建设纲要》《全民健身计划（2021—2025年）》及《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》等政策文件相继提出，要丰富体育产品供给，拓展户外运动发展空间，提升群众参与水平。在此背景下，攀岩运动自20世纪90年代引入以来，已走过三十余年发展历程，作为兼具身体挑战、技术要求与场景体验的运动形式，已不再局限于专业训练体系内部，而是逐渐呈现出休闲化、

体验化、消费化与多元化的发展趋势^[1]。由此，攀岩运动大众化并非单纯意义上的参与规模扩大，而是一个项目属性持续调整、参与边界不断外扩、风险结构相应变化、治理需求同步提升的过程。

从项目发展效应来看，攀岩运动大众化不仅拓展了现代体育的实践形态，也丰富了公众对身体能力、空间体验与自我挑战的理解方式。与一般健身项目相比，攀岩更强调个体在垂直空间中的身体控制、风险判断、目标克服与心理调适，因此具有较强的身体教育价值、意志塑造价值与情境体验价值。同时，攀岩运动的普及还带动了场馆运营、培训服务、装备消费、赛事活动与社群文化的发展^[2]。这表明，攀岩由专业化走向大众化，并不只是项目推广层面的外延扩张，更体现出当代体育

作者简介：张丹，四川旅游学院副教授，研究方向：攀岩、户外休闲运动。

文章引用：张丹. 攀岩运动大众化进程中的价值蕴含、衍生风险与治理路径 [J]. 中国体育研究, 2026, 8(2): 75-82.

<https://doi.org/10.35534/scps.0802012>

参与方式、消费逻辑与社会认知的深刻变化。

但在这一进程中,攀岩运动固有的技术性^[3]、危险性与组织依赖性并未因大众化而自然消解,反而在参与主体扩展和场景快速复制中衍生出新的风险形态。一方面,随着攀岩入奥的带动,攀岩推广得到了多方支持^[4],大量新进入者往往以体验消费、社交展示或短期参与为导向,容易在项目认知、风险判断与行为准备上出现偏差;另一方面,商业化发展在提升项目可达性的同时,也可能弱化技术规范、安全教育与责任边界。由此,安全风险、培训风险、运营风险、传播误导风险及责任分配风险相互交织^[5],并在管理部门、经营机构、教练员、参与者及其家庭之间形成复杂传导链条。尽管《体育法》及相关高危性体育赛事活动管理制度已对体育风险治理提出更高要求,但攀岩大众参与场景中的风险生成机制及其治理逻辑,仍有必要作进一步辨析。

基于此,攀岩运动大众化的关键问题不在于是否继续扩大参与,而在于如何在项目属性持续重构、参与结构不断变化的背景下,理解其价值蕴含的拓展逻辑、风险结构的演变机制以及治理体系的适应性调整。围绕这一问题,本文将沿着“价值蕴含—风险衍生—协同失灵—治理回应”的分析主线展开讨论,以期理解攀岩运动大众化的内在张力及其治理转向提供更具针对性的解释框架。

2 攀岩运动大众化的价值外溢与现实转向

2.1 从竞技入奥到大众参与:攀岩运动价值的多维扩展

攀岩运动的大众化已经形成较为清晰的推进趋势,但这种推进并非建立在单一线性扩张基础之上,而是在项目属性调整、参与逻辑转变与组织方式重组中不断展开的。现阶段攀岩运动的大众化表现为参与边界的明显外扩。传统攀岩更多以专项训练者、竞技后备人才或具备一定经验积累的户外爱好者为核心参与主体,其进入门槛与持续参与要求相对较高。

而在现阶段的发展过程中,受攀岩运动“入奥”影响,其项目价值被进一步放大并获得更广泛的社会关注^[6]。其价值首先体现在竞技价值的提升,即攀岩从相对边缘的专项运动进一步进入国家竞技体育和后备人才培养视野^[7];其次是教育价值的凸显,即在身心塑造、风险判断和挑战精神培养方面的功能被重新认识^[8];同时也体现在社会价值的扩展,即项目的公众可见度、社会认可度和市场关注度明显提升。在这一背景下,青少年群体首当其冲。作为奥运后备人才体系的重要组成部分,青少年攀岩在政策支持、赛事组织和社会资源投入的共同推动下,率先进入快速发展阶段。根据《2024年中国攀岩行业发展报告》,截至2024年,全国青少年U系列攀

岩联赛参赛规模已达806人;进入2026年,国家级攀岩赛事中与青少年相关的比赛已达到10场。这表明,攀岩“入奥”不仅强化了项目的竞技属性,也显著提升了其在青少年后备人才培养和体育教育中的现实地位。

而且攀岩运动价值的扩展并未止步于竞技后备人才培养层面。伴随着商业人工岩壁的发展、课程培训体系的引入以及体验型消费需求的增长,攀岩逐渐突破原有的专业化和竞技化边界,开始吸引更多非专业参与者进入。与此同时,项目影响对象也由以青少年为核心的后备人才群体,逐步扩展至体验型参与者、城市白领、亲子家庭以及将其视为社交和休闲方式的新进入者。由此可见,攀岩“入奥”所带来的,并不只是竞技层面的价值提升,更推动了项目价值由“后备人才选育”向“大众参与拓展”持续外溢,使攀岩逐渐从专业运动走向兼具竞技、教育、消费与休闲价值的复合型体育项目。

另外,攀岩的参与场景与组织方式的多元化也成为攀岩运动大众化的重要表现^[9]。不同于早期主要依赖自然岩场或专业训练空间,当前攀岩日益嵌入城市商业空间、综合体育空间和教育培训空间,商业岩馆数量持续增加^[10],形成了更具日常可达性的参与场景;与此相应,其组织方式也由传统社群自组织和专业队伍体系,逐步转向俱乐部运营、课程培训、赛事带动与社交平台引流并行的格局。场景城市化和组织多样化提升了项目的进入便利性,也推动攀岩由单纯技术性项目向可体验、可消费的运动形式转变。与此同时,攀岩还日益被纳入城市生活方式^[11]、青年文化表达和视觉传播链条之中,其挑战性、姿态感与空间表现力增强了项目的社会吸引力,使其更易成为可被模仿、体验和分享的体育消费对象,但也在一定程度上造成项目认知表层化,使部分参与者更多从新奇体验或身份展示出发接近攀岩,而非基于规范学习和风险理解进入项目。由此可见,攀岩运动大众化并非简单的规模扩展,而是参与主体、空间形态、组织机制、消费属性与传播逻辑共同作用下的结构性变化。

2.2 从专业项目到复合型运动:攀岩大众化的结构性变化

从更深层次看,攀岩运动大众化进程具有若干值得关注的结构特征。从攀岩本身来看,项目的专业属性并未消失,而是与大众参与需求并置存在。攀岩仍然是一项对身体控制、技术规范、安全保障和现场判断具有较高要求的运动,其专业性和风险性构成了项目运行的基础前提^[12],并且攀岩赛事活动被纳入《高危性体育赛事活动目录(第一批)》,这表明攀岩即便大众化,也仍被制度层面视为高专业性、高风险性项目。但在大众化进程中,这种专业属性往往被压缩进更加轻量化、体验化的参与与包装之中,参与门槛却在表层上不断被降低。从发展速度来看,其扩张与能力准备之间并不同步。大众化提升了攀岩运动的接近性,但并不必然意味

着参与者具备与之相匹配的知识储备、技术基础和风险意识^[13]。尤其在体验优先和快速消费的参与逻辑下,许多新进入者与项目本身的规范要求之间并未形成稳固衔接,导致攀岩运动表面上更易进入,实际上却对专业支持体系提出了更高要求。

另外,攀岩运动的发展还呈现出明显的多元驱动特征。一方面,《体育强国建设纲要》《全民健身计划(2021—2025年)》《“十四五”体育发展规划》以及《户外运动产业发展规划(2022—2025年)》等政策文件,持续从全民健身、户外运动发展、体育消费场景拓展和赛事活动体系建设等方面提供制度支持;另一方面,场馆经营、培训服务、赛事活动和平台传播等市场与社会力量,也正在成为推动攀岩大众化的重要力量^[14]。由此,攀岩运动的发展已不再仅由体育系统内部单线推动,而是在政策引导、市场机制、媒介逻辑和城市休闲消费结构共同作用下不断展开。这样的多元驱动有助于扩大项目的传播面和参与面,但也可能使部分发展目标更多偏向可见度、流量和短期转化,从而对长期规范建设提出更高要求。

而且攀岩运动大众化的推进还具有明显的不均衡性^[11]。不同地区、不同场景、不同主体之间,在设施供给、专业服务、风险管理和组织能力方面存在差异。这意味着攀岩运动虽然已经进入大众化通道,但其发展基础、运行质量和治理能力并未形成普遍稳定的支撑条件,其内部仍具有较强的脆弱性和分化性。综上,攀岩运动大众化并非一种均质、线性的扩张过程,而是在项目属性、参与准备、发展动力和资源基础等方面同时呈现出复杂的结构特征。正是这些特征,使攀岩运动在大众化推进中既展现出较强的发展活力,也积累了相应的运行张力与治理压力,并为后续制约因素的形成提供了现实基础。

3 攀岩大众化进程中的衍生风险

3.1 专业性稀释风险

攀岩运动大众化的推进,使更多原本不属于专业圈层的人开始接触攀岩,但项目本身并不会因为参与者增加而自动降低其技术含量和风险边界。这也导致了大众进入的逻辑强调便利、体验和低心理门槛,而攀岩运行的逻辑却依赖规范、装备和风险意识等^[15],使得两者并不天然一致。这种张力会直接影响攀岩运动的大众化质量。很多新进入者接触攀岩,并不是基于对项目规则和技术结构的充分理解,而是基于休闲消费、社交体验或视觉吸引形成初步兴趣。

进入动机本身并无问题,但当进入方式偏向快速体验时,项目所要求的学习过程、风险认知和规范训练就容易被压缩。其结果不是简单的“参与热情高于能力准备”,而是项目运行的基础秩序开始出现松动。对攀岩

而言,技术学习并非附属环节,而是保证活动可持续发展的前提。一旦大众化主要依赖低门槛呈现,却没有形成与之对应的规范进入机制,项目的普及面越扩,内部的不稳定因素就越多。

而且这种张力还会潜移默化地改变人们对攀岩项目的理解方式。原本更强调专业、更强调经验积累、行为规范和自我约束的攀岩运动,在进入大众化阶段后,项目容易被转译为一种可快速体验、可即时消费、可轻松进入的活动。项目认知一旦被重塑,后续培训、管理和责任配置都会受到影响。换言之,攀岩大众化面对的首要制约,并不是“人不够多”,而是“进入逻辑”与“项目逻辑”之间存在明显错位。

3.2 服务供给失衡风险

攀岩运动走向大众化,离不开场地设施、课程服务、教练队伍和组织网络的扩展。从表面看,资源供给的增加为项目普及提供了必要条件,但资源扩张并不等于支撑能力同步形成。攀岩并不是只要有空间和器材就能顺利开展的项目,其运行质量高度依赖专业支持体系。场地可以复制,规范能力却不能在短时间内自然生成;课程可以上架,专业判断与风险处置却需要长期积累。这就形成了大众化中的一个典型问题:供给侧扩张速度往往快于专业支持能力的形成速度。

这种脱节首先表现为供给形式与项目特性的适配不足。部分大众化供给更重视可达性和体验感,更倾向于把攀岩包装为城市休闲消费的一部分,而对技术分层、训练节奏、安全教育和持续指导的投入相对不足。这样一来,攀岩供给虽然在数量上有所增加,但其内部结构可能并不稳定。参与者看到的是“可进入”,实际面对的却可能是专业指导深度不足、行为边界不够清晰、风险教育不成体系。

这种结构脱节还会影响项目发展的连续性。攀岩大众化若要真正形成稳定基础,不能只依赖一次性体验或短期热度,而需要把初次接触转化为规范参与,把表层兴趣转化为可持续的行动习惯。这一过程离不开教练指导、课程设计、难度进阶、安全反馈和社群支持。如果专业支持体系薄弱,很多参与者会停留在浅层接触阶段,项目发展便容易呈现“入口扩大、沉淀不足”的状态。从表面上看,攀岩在扩张,但从内部看,其参与基础可能并不牢固。

再往深处看,资源扩张与专业支持不足之间的脱节,还会放大后续治理压力。因为当供给体系无法承担起充分的规范引导职能时,风险不会停留在个体层面,而会沿着场馆运营、培训服务、消费预期和公共认知向外扩散。于是,本来属于供给结构的问题,会逐渐演变为发展秩序问题。

3.3 商业化异化风险

攀岩运动的大众化,显然受到商业化传播的推动。

新媒体等传播平台扩大了项目的社会可见度，也改变了公众接触攀岩的方式^[16]。越来越多的人并不是先通过专业训练了解攀岩，而是先通过短视频、社交内容和消费场景形成印象。这种传播路径本身并不消极，它的确有助于项目扩散，也降低了原有圈层壁垒。但问题在于，传播逻辑与项目逻辑并不总是一致。传播需要可看性、可模仿性和可分享性，攀岩运行则需要技术理解、规范意识和风险边界。当前者过强而后者不足时，项目认知就会被明显稀释。例如，攀岩原本包含技术训练、自我控制、身体判断和风险管理等较强的实践内核，但在消费和传播环境中，它容易被重新编码为一种“生活方式符号”或“可展示体验”。从而引导参与者更倾向于追求即时体验与可见成果，而项目最基础的风险教育反而被稀释、边缘化。

这种稀释表现在风险被视觉体验遮蔽。攀岩被称为“岩壁上的芭蕾”^[17]，具有很强的姿态展示性和空间冲击感，影像传播容易突出其中的挑战性、美感和成就感，却较少完整呈现规范准备、保护细节和失败代价。公众由此形成的初步印象，往往偏向“有趣”“新鲜”“可尝试”，而不是“有明确进入条件”“需要系统学习”。因此，很多人对攀岩的第一判断不是基于项目认知，而是基于传播印象，这种印象式进入可能迅速扩大人群的参与，但随着进入人数增加，认知基础薄弱的问题就会暴露出来。

而从传播机制上看，商业化传播的问题不在“传播太多”，而在“传播结构失衡”。当攀岩的大众化主要依靠感官化、轻量化、快节奏的传播方式推进时，公众理解与项目真实要求之间的距离会被拉大。这种距离会影响进入动机、消费预期、培训配合和责任认知，也会给场馆和教练带来额外压力。传播本是攀岩大众化的助推器，但在失衡条件下，也可能让风险认知不足的问题更早暴露出来。

3.4 制度责任模糊风险

攀岩运动的大众化扩张，不只是更多人进入项目，也意味着更多关系进入项目。场馆、教练、经营者、参与者、监护人、行业组织和管理部门都被卷入其中。关系一旦增多，项目运行就不再只是技术问题，而会变成制度问题。当前攀岩大众化中的一个深层制约，正在于制度支撑尚未完全跟上实践扩张。项目在快速进入大众消费和城市休闲空间后，很多关键环节对规则的依赖更强了，但规则本身并未同步细化，责任边界也没有完全清晰。

对于参与者而言，什么程度的风险属于项目内生风险，什么环节应由场馆或教练承担更高保障义务，什么情况下需要更明确的知情和规范提示，并不总是被清楚理解。对供给者而言，安全保障做到何种程度、培训责任覆盖到什么范围、突发问题如何处置、不同服务场景的责任边界如何划分，同样可能存在模糊地带。攀岩

本就具有一定风险属性，一旦制度边界不清，项目运行就容易陷入一种表面看上去平稳，但一旦出现争议或事故，许多本该在开始之前便要明确的问题会在事后集中暴露。

而一旦责任划分不清，项目开始之前那些本该提前说明和提前防范的环节就容易被弱化。因为当制度规则不够清晰时，不同主体更容易采取最低限度的自我保护，而不是形成稳定合作。场馆可能倾向于用形式化方式替代深度告知，例如，通过知情同意书、购买保险转移风险等，而参与者也可能把风险理解为完全外包给服务方，教练可能在责任压力与教学边界之间不断收缩。这种状态不会立即阻断攀岩大众化，却会持续削弱其运行质量，使得项目表面上得以扩张，但秩序基础却变得脆弱起来。

制度规范滞后的问题，还在于它会让其他制约因素更难被处理。项目专业性带来的进入张力、供给扩张中的支持不足、传播中的认知偏差，原本都需要通过更清晰的规则来校正。一旦制度层面无法提供足够明确的支撑，前述问题就会被保留、叠加，并在不同场景中不断重复出现。

3.5 协同治理断裂风险

综上，可以看出攀岩运动大众化不是单一主体推动的过程，而是多方共同作用的结果。也正因为如此，制约它的最后一个关键因素，不是某个具体环节的不足，而是多元主体之间缺乏稳定衔接。政府关注的是公共安全与规范发展，行业组织强调标准建设，经营主体重视市场转化与利益收入，教练面向教学与现场控制，参与者则更多从体验和消费角度进入。各方目标并不完全重合，行动节奏也不一致。只要缺乏有效连接，攀岩大众化就容易出现治理断裂。

这种断裂的表现，并不一定是明显的冲突，更多时候是一种分散行动状态。各主体都在行动，但彼此之间缺乏足够协同，结果是场馆扩大供给，未必能与教练培训和风险教育充分衔接；传播平台放大项目吸引力，未必承担相应的风险提示功能；管理要求可能存在，但未必能够转化为日常实践中的稳定约束。于是，很多问题并不是因为“完全没人管”，而是因为“各管一段”，最终没有形成完整治理。因此，攀岩大众化面临的困难，不能只理解为若干单点问题的集合。其更深层的结构，在于项目专业性、供给方式、传播逻辑、制度安排与主体关系彼此缠绕。任何一个环节出现偏差，都可能沿着主体互动链条被传递和放大。

4 攀岩运动大众化风险的生成机制与放大逻辑

4.1 管理规制与经营实践之间的衔接落差

攀岩运动进入大众化阶段后，项目运行已不再停留

于少数爱好者的自我组织，而是越来越深地嵌入商业经营、公共安全和日常消费场景之中。由此，政府及相关管理部门与场馆、俱乐部、经营机构之间是否形成有效衔接，直接影响攀岩运动的基本秩序。这种衔接不足首先会影响经营端对攀岩项目性质的把握。经营机构推动大众化时，最直接的目标通常是扩大触达、提升转化和维持运营，而管理逻辑更强调安全边界、过程规范和责任可追溯。二者本应相互嵌合，但现实中往往并未形成顺畅对接。结果是，经营机构更容易优先响应市场需求中最直观的部分，如体验感、便利性和可消费性，而对规范投入、过程管理和风险提示的重视程度则受制于成本与效率考量。这样一来，管理要求没有真正进入经营逻辑内部，而是停留在外部约束层面。对攀岩这类风险属性鲜明的项目而言，这种外在化管理很难支撑大众化的稳定推进。

更深一层的问题在于，管理与经营之间的脱节会改变后续责任传导路径。规范未能在经营开始之前落实，后续便更容易出现责任争议与秩序波动。原本属于经营环节的风险控制不足，最终会扩散为对整个项目治理能力的质疑。局部缺口因此不再只是某一场馆或某一环节的问题，而会逐渐转化为公众对攀岩大众化整体安全性和可靠性的判断。

4.2 经营目标与专业服务冲突下的安全弱化

攀岩运动的大众化并不意味着专业服务的重要性下降，恰恰相反，参与者背景越多样，专业服务就越构成项目运转的核心支撑。但问题在于，场馆和俱乐部作为经营主体，面对的是市场竞争、用户增长和经营回报，而教练员及相关专业服务提供者面对的则是技术教学、安全控制和行为规范。二者并非天然对立，但两套目标体系之间确实存在张力。只要这种张力缺少有效调节，就会沿着经营安排、课程设计和现场组织不断传导。

具体来看，经营机构更重视服务供给的可及性和吸引力，这会推动攀岩活动朝着体验化、简易化和快速上手的方向展开。教练员在专业层面却清楚，攀岩并不是完全适合被过度压缩学习过程的项目。自我保护动作、器材使用、身体控制和风险判断都需要时间沉淀。当经营逻辑更强调“让参与者尽快进入状态”，而专业逻辑更强调“让参与者先理解边界与规范”时，教练的专业判断就容易受到挤压。其结果不是单纯的教学强度变化，而是整个项目在表层体验被不断强化，专业引导则可能被缩减为可有可无的最低限度配置。

这种张力一旦传导到服务现场，会直接影响攀岩大众化的质量。教练员夹在经营要求与专业要求之间，往往难以完整贯彻自身判断。若专业服务被持续工具化，教练角色就容易从“规范引导者”滑向“体验配合者”，这也是目前商业岩馆中最为常见的问题之一。攀岩大众化于是面临一个危险倾向，即项目运行表面上更加顺畅，内部却在削弱技术学习和风险教育的基础。这

不仅影响单次活动质量，也会改变参与者对攀岩应当如何进入、如何学习、如何承担责任的整体认知。

更重要的是，经营目标与专业服务之间的偏差不会停留在场馆内部。它会通过参与者体验反馈、社交传播内容和家庭判断持续外溢。专业服务若不能稳定地塑造项目边界，外部群体对攀岩的理解就更容易被经营包装而非专业逻辑主导。局部服务偏差因此逐渐演化为更广泛的认知偏差。

4.3 教学引导与参与理解之间的信息断层

攀岩运动的大众化，意味着大量参与者并非在长期学习专业知识技能后进入项目，而是在短时间内通过课程、体验或社交传播接触攀岩。这使教练员与参与者及其家庭、监护人之间的信息传递成为关键环节。这里的核心问题，并不是信息“有无”，而是信息能否被准确理解、有效吸收并转化为行为边界。现实中，这一关系常常存在明显断层，如教练提供的是专业化说明，参与者接收的却未必是完整理解；家庭与监护人关注的是安全承诺和结果保障，但对攀岩风险的性质、训练过程的必要性和个体责任边界未必具备充分认识。

这一断层首先会造成风险认知错位。教练员通常从项目运行角度理解风险，将其视为可以通过规范训练、保护系统和行为约束被控制的对象；参与者和家庭则更容易从消费服务角度误解风险，认为教练就是保障。两种理解并不在同一层面。前者强调规范参与，后者强调服务责任。只要沟通无法跨越这种认知差异，信息传递就很容易流于形式。参与者听到了规则，却未必真正意识到规则的必要性；家庭签署了知情内容，却未必准确理解其中所对应的行为义务与责任边界。

这种信息断层会带来双重后果。其一，参与者在进入攀岩时容易高估服务方对风险的完全控制能力，低估自身在学习、配合和判断中的责任。其二，教练员即便完成了必要说明，也可能无法确保说明真正转化为参与者的行动自觉。结果是，教学引导与参与理解之间形成表面接通、实质分离的状态。攀岩活动能够开展，信息流程似乎完备，但项目运行所依赖的共同边界并未真正建立起来。

当这类误差积累到一定程度，责任边界便会开始产生模糊。参与者将一部分本应共同承担的行为责任外推给场馆和教练，教练与经营机构则可能通过程序化方式进行责任划分，从而导致专业服务与消费期待不断错位，规范引导与行为实践难以同频。因此，攀岩大众化不只是面对“新手增多”的问题，而是在面对“理解链条不完整”的问题。

4.4 协同链条断裂下的风险放大机制

从关系结构看，这些问题并不是分散出现的，而是在同一协同链条中相互牵连。管理部门与经营机构之间存在规范落差，经营机构与教练及专业服务者之间存在

目标偏差, 教练与参与者之间存在信息断层, 参与者对政府及管理部门又容易形成责任认知错位。上述偏差一旦进入同一运行链条, 就会在互动中持续传导, 并逐步演变为更广泛的秩序问题。

这种传导具有明显的累积性。管理的要求若不能真正落实到经营过程之中, 经营机构就更容易优先考虑引流、转化和运营效率, 项目本身的规范要求则容易被压缩。经营目标一旦偏离, 教练和专业服务者的判断空间也会受到影响, 教学安排更可能服从于体验便利而非项目边界。专业服务深度下降以后, 参与者接触到的往往只是被简化后的项目形象, 训练要求、行为规范和风险边界难以被完整理解。由此, 规范落差、目标偏差、信

息断层和责任认知错位便被串联起来, 形成持续累积的问题链(图1)。

更重要的是, 这种链条放大的并不只是局部偏差, 而是会逐渐改变问题的性质。经营机构若过度强调体验便利, 起初看似只是服务策略选择, 但经由教学安排和参与者理解的传递, 最终可能转化为风险认知淡化、行为规范弱化和责任判断混乱。参与者若对攀岩项目边界缺乏清楚认识, 表面上只是理解不足, 实际上却会加重教练、经营机构和管理部门在后续争议中的责任划分。由此, 风险认知偏差、服务质量波动、行为规范弱化、责任划分模糊和治理压力累积, 并不是彼此分离的问题, 而是协同链条断裂后不断循环放大的结果。

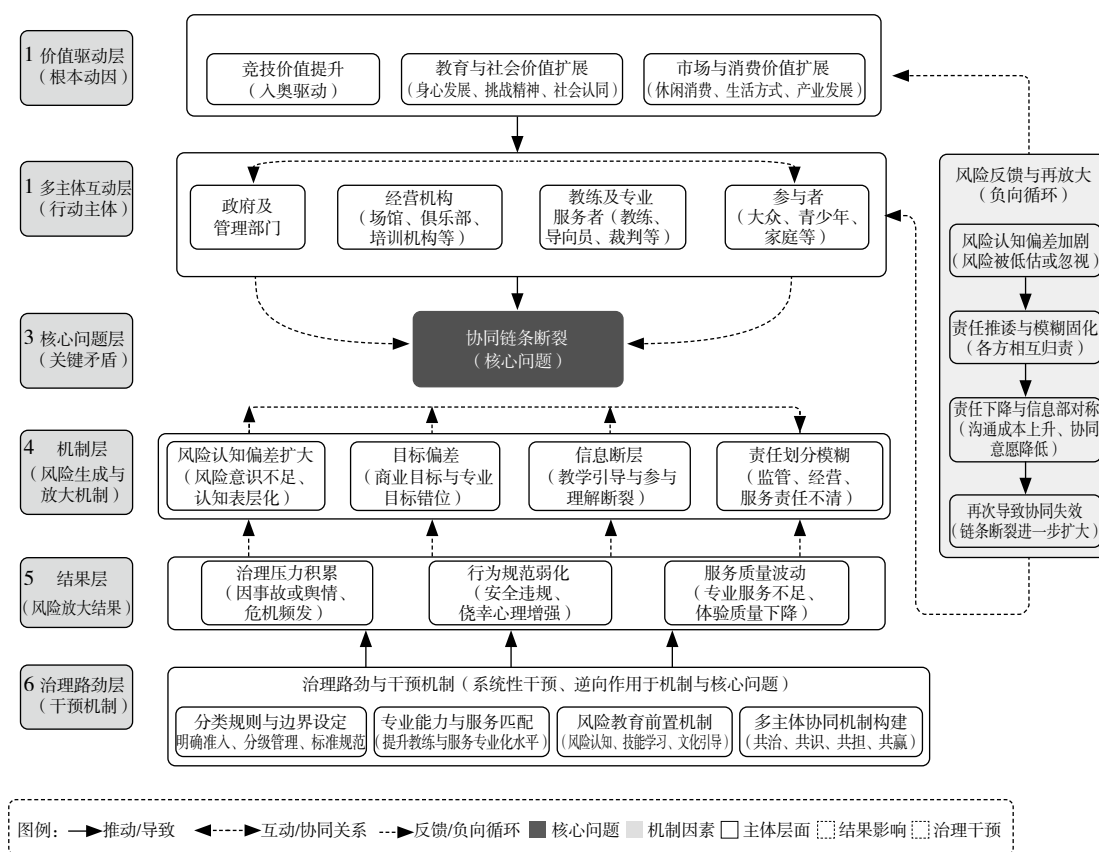


图1 攀岩大众化进程中的风险生成与治理机制框架

Figure 1 Framework of risk generation and governance mechanisms in the popularization of rock climbing

5 对策建议

5.1 完善攀岩大众化发展的分类规则与边界设定

前文已表明, 攀岩运动大众化面临的首要矛盾, 在于项目专业属性并未因参与扩张而消失, 但现实中的进入逻辑却不断朝着简易化、体验化方向倾斜。治理若仅停留于一般性安全提醒, 无法真正回应这一错位。更合适

的路径, 是在攀岩大众化进程中建立更清晰的分类规则与边界设定, 将不同场景、不同对象、不同服务形态纳入更有区分度的规范框架之中。其核心不在于增加形式化要求, 而在于使项目规则与实际参与方式重新对接。

攀岩并非单一类型活动。体验式参与、训练式参与、青少年入门课程、进阶技术练习, 其进入条件、风险边界和服务要求并不相同。若长期以相对笼统的方式

处理,经营机构容易以统一化、简化式供给面对差异化需求,参与者也难以形成准确预期。因此,只有把项目边界表达清楚,才能避免攀岩在大众传播中被过度简化为“低门槛体验项目”,也才能为后续供给配置、责任划分和风险提示提供较稳定的依据。

从治理逻辑看,这一路径修复的是“项目逻辑”与“进入逻辑”之间的断裂。其意义不在于抬高门槛,而在于让不同层级的参与都建立在明确边界之上,使普及不再以模糊项目属性为代价。

5.2 强化经营供给与专业服务之间的能力匹配

针对资源扩张与专业支持不足之间存在结构脱节。表面上看,场地、课程和活动供给在增加,实质上,真正支撑项目稳定运行的专业能力却未必同步提升。换言之,大众化不能只理解为供给数量扩张,还需要把供给质量重新锚定到专业支撑能力之上。这一修复方向针对的是经营逻辑对专业逻辑的持续挤压,重点在于重建“供给—专业—风险控制”之间的内在连结。经营机构提供何种服务,应当与其能够承载的专业支持水平相一致;课程设计、难度安排、现场管理和人员配置,也应围绕项目实际要求展开。若经营扩张长期脱离专业承载能力,攀岩大众化就会呈现出“外部扩张较快、内部基础偏弱”的状态。相反,当供给结构能够与专业服务形成较稳定的匹配关系,项目的日常秩序、参与质量和风险控制才有可能建立在更坚实的基础上。

5.3 强化参与前的风险教育与规则建构

攀岩大众化中的风险认知,并未随项目扩散而同步成熟。商业传播强调可见性和吸引力,参与者及其家庭更多从消费体验而非项目规范的角度理解攀岩,教练员提供的信息又未必能够被充分吸收,结果便是项目认知、行为边界与责任理解之间始终存在偏差。面对这一问题,仅靠事后责任厘清显然不够,治理重心应更多前移,把风险教育与参与边界的建构放在进入环节之前和之中。

这里所说的风险教育,不应理解为简单的警示性告知,也不只是程序化说明。真正需要修复的是参与者对攀岩项目性质的理解方式。攀岩运动的风险并不完全来自偶发意外,它更深地嵌入技术学习、规范执行和行为判断之中。若进入者始终将攀岩视为一种可由服务方“完全兜底”的消费活动,那么项目的共同边界就难以形成。因此真正重要的不是事后反复解释风险,而是在参与之前就把规则、要求和责任边界讲明白。这种做法实际上就是在修复“专业说明”与“公众理解”之间的断裂。只有当参与边界在行为开始之前就被较为清晰地建构起来,攀岩大众化才不至于建立在认知模糊的基础上。

5.4 推动四群体之间形成稳定协同机制

前文已表明攀岩大众化中的许多问题之所以反复累积,并不主要因为某一主体单独失责,而是因为政府及相关管理部门、经营机构、教练员及专业服务提供者、

参与者及其家庭之间缺少稳定衔接。局部偏差一旦无法在关系链条中被及时修正,就会沿着管理、经营、教学和参与环节持续放大。因此,最关键的治理路径,仍应落在协同机制的重建上。

这里的协同,并不是把四类群体简单拼接起来,也不是要求各方承担相同职责,而是让不同主体在规则理解、服务供给、信息传递和责任认知上形成更明确的衔接关系。管理部门的规范要求需要更有效地进入经营实践,经营机构的服务安排需要更充分地尊重专业判断,教练员的教学引导需要更准确地传达给参与者及其家庭,参与者及其家庭也需要在项目理解上形成与服务方更接近的预期。只有关系链条逐步打通,上述所分析的规则断裂、供给脱节、认知偏差和责任误置才可能被真正缓解。

6 结论

攀岩运动大众化并不是一个单向的普及过程,而是一种伴随项目属性调整、参与边界外扩与治理要求重组同步发生的结构变化。它一方面拓展了体育参与的场域、方式与意义,使攀岩从专业圈层走向更广泛的社会生活,承载了身体锻炼、挑战体验、休闲消费与社交表达等多重价值;另一方面,这种扩展并未消解攀岩固有的技术性、风险性与组织依赖,反而在参与主体增多、经营逻辑介入和传播方式变化的条件下,催生出新的秩序压力与风险形态。

本文的分析表明,攀岩运动大众化中的问题,并不能简单归结为安全管理不足或市场扩张过快。更深层的症结在于,项目专业性与大众进入逻辑之间存在持续张力,资源供给扩张与专业支持能力之间并不匹配,传播过程对项目认知和风险教育形成稀释,制度规范与责任边界尚未充分清晰,多元主体之间又缺少稳定衔接。局部偏差因而难以在单一环节中被吸收,而会在管理部门、经营机构、教练员、参与者及其家庭之间不断传导,最终演化为更复杂的风险问题与治理问题。

因此,攀岩运动大众化的治理重点,不在于压缩参与范围,也不在于以一般化管理方式应对特殊项目,而在于修复规则、供给、认知与协同之间的断裂,使项目普及建立在更稳定的秩序基础之上。对攀岩运动而言,真正可持续的大众化,不是让更多人短暂进入,而是让项目在扩展过程中仍能保持必要的专业边界、规范要求与关系协调。这也是理解攀岩运动从“可参与”走向“可持续发展”的关键所在。

参考文献

- [1] 吴开霖, 范成文. 小众体育运动发展价值、机遇与路径[J]. 体育文化导刊, 2023, (4): 49-55, 63.
- [2] 魏金婕. 我国新兴体育项目消费培育的应然逻辑

- 辑、实然困境及使然路径 [J]. 辽宁体育科技, 2025, 47 (5): 40-46, 54.
- [3] 朱松梅. 攀岩运动力量训练研究 [J]. 河南师范大学学报 (自然科学版), 2010, 38 (2): 169-171.
- [4] 焦国庆, 蔡敬芳. 入奥背景下攀岩运动发展的历程、价值与路径 [J]. 体育科技文献通报, 2025, 33 (3): 132-135.
- [5] 张环. 攀岩受伤引发赔偿之争 [J]. 检察风云, 2024, (21): 60-61.
- [6] 阮威, 王润斌, 张浩然, 等. 竞技攀岩成为奥运会项目的历程、经验与启示 [J]. 体育学研究, 2023, 37 (2): 74-84.
- [7] 李焯铷, 刘涛. 我国备战巴黎奥运会新增项目策略研究 [J]. 体育科学研究, 2024, 28 (2): 80-85.
- [8] 孙旭. 身心三重与极限过程——户外攀岩运动的人类学意义 [J]. 西北民族研究, 2022, (6): 83-95.
- [9] Hewitt J R, McEvelly N. I didn't realise the variety of people that are climbers: a sociological exploration of young women's propensities to engage in indoor rock climbing [J]. *Leisure Studies*, 2022, 41 (4): 559-572.
- [10] 杨承谕, 冯莹洁. 攀岩运动的多角度研究 [J]. 文体用品与科技, 2024, (5): 4-6.
- [11] Rahikainen K. Climbing as a lifestyle sport and serious leisure in China [J]. *Leisure/loisir*, 2020, 44 (2): 175-197.
- [12] 刘红存, 沈纲, 龚志恺. 攀岩运动风险防范虚拟仿真实验设计 [J]. 实验技术与管理, 2023, 40 (12): 143-148.
- [13] 朱倍锋, 李元. “岩钉之争”: 历史社会学视角下的攀岩运动伦理冲突 [J]. 上海体育学院学报, 2023, 47 (8): 44-55.
- [14] 陈昆仑, 邓亚星, 林晨暄, 等. 中国攀岩运动网络关注度的时空特征及影响因素 [J]. 山东体育科技, 2023, 45 (5): 36-45.
- [15] 刘红存, 沈纲, 龚志恺. 攀岩运动风险防范虚拟仿真实验设计 [J]. 实验技术与管理, 2023, 40 (12): 143-148.
- [16] Dumont G. The beautiful and the damned: The work of new media production in professional rock climbing [J]. *Journal of Sport and Social Issues*, 2017, 41 (2): 99-117.
- [17] 冯道光. 攀岩运动研究 [J]. 体育文化导刊, 2015, (1): 51-54.

Value Implications, Derivative Risks, and Governance Pathways in the Popularization of Rock Climbing

Zhang Dan

Sichuan Tourism University, Chengdu

Abstract: The popularization of rock climbing has emerged as an important developmental trend shaped by the combined effects of its inclusion in the Olympic Games, the expansion of outdoor leisure, and the restructuring of urban sports consumption. Examining its value implications, derivative risks, and governance pathways therefore has practical significance. Using literature review and logical analysis, this study investigates the popularization of rock climbing. The findings indicate that, under the influence of Olympic inclusion and the promotion of multiple stakeholders, the competitive, educational, leisure-related, and other extended values of rock climbing have gradually been explored. At the same time, however, this process has generated multiple problems, including safety risks, training risks, operational risks, misleading communication risks, and risks related to responsibility allocation. The deeper problem does not lie in the failure of a single actor, but in the normative gaps, goal deviations, information discontinuities, and misaligned understandings of responsibility among administrative departments, operating institutions, coaches and professional service providers, participants, and their families. These problems are further amplified through their interactions. In response, it is necessary to improve the system of classified rules, strengthen professional support capacity, enhance risk warnings and rule explanations, and promote collaborative governance among multiple stakeholders.

Key words: Rock climbing; Popularization; Constraining factors; Risk governance