

“坝坝球”涨成“奢侈品” 当热爱需要计算羽毛的重量

4月13日清晨，达城西外金兰小真知真相区的塑胶羽毛球场被露水打湿。57岁的钱玉珍（化名）蹲下身，从帆布包里取出两颗羽毛球，在掌心轻轻颠了颠——这是她昨晚在球场灯光下挑出的“伤势最轻”的球，球托胶水痕迹均匀，羽片基本完整，但有几支羽毛明显已经摇摇欲坠。她最顺手的那支亚狮龙球拍，购买于2012年，手柄上缠着黄色绷带，边缘处泛着青白的汗渍。

几个回合后，一根羽毛随着一拍重击飘落，钱玉珍并未停拍，反而继续加快击球频率，“断一根毛还能基本控制落点，等掉三根就彻底飘了。”这种对羽毛的精准感知，是她二十年球龄培养出的直觉和经验，却在近两年被价格重塑成一种生存策略，“李宁A+300，单颗12.5元，最佳使用时长45分钟，胜利大师6号，不易掉毛，但羽毛会松动，尤尼克斯AS—03，掉毛后对飞行轨迹影响相对较小……”

二十年球友的无奈： 从‘顶好’到‘最次’的落差

“掉了三根毛了，这个球的使命基本完成了。”钱玉珍喃喃自语，声音里带着一丝不易察觉的叹息。她记得两年前，这样一桶普通的羽毛球不过七八十元，可现在，价格早已突破百元大关。“一百多块10个球，打一局21分制的比赛，保守估计要消耗两三个。每天打两局，就相当于消费了50多块钱。”她低头看着手中残破的球，像是在对它说话。

顺手拿起随身携带的不锈钢保温杯，杯壁上印着“2008年职工羽毛球比赛团体奖”，二十年前的场景，如潮水般涌上心头。作为国企退休职工，钱玉珍的羽毛球爱好开始于2005年。那一年，单位将一间空厂房改造成了羽毛球馆，工会每月采购几桶亚狮龙牌羽毛球，每桶59元，足够几十个球友放开抡。“球掉毛了就踩扁当毽子，没人会心疼。”

那时，一桶顶好的球也就五十多元，羽毛整齐，弹性十足，打起来“砰砰”作响，声音都透着股利落劲儿。可现在，五十多元只能买到最次的球，飞行轨迹飘忽、击球手感差，打不上几十个回合，羽毛就开始七零八落。钱玉珍轻轻甩了甩手中掉毛的球，还是决定继续用。“还能再坚持几个回合。”这句话，她不知道在心里重复了多少遍。

球场上，微风吹落钱玉珍发尾的汗珠。这小小的羽毛球，承载了太多她对这项运动的热爱与无奈，“每个球都像是从自己退休金里抠出来的。”可即便如此，第二天，她还是会早早来到球场，带着那些掉了毛的球，继续在这一方场地上，追寻着那逐渐变得“昂贵”的快乐。

体育路的价格迷宫： 从‘零钱消费’到‘预算革命’

达州市体育路的一家体育用品商店，货架上一款尤尼克斯羽毛球标价190元每桶，标签上的“新品上市”贴纸盖住了旧价签的边缘。老板周建军（化名）一边擦拭货架，一边向记者介绍店内的羽毛球产品：最便宜的人造羽毛球55元一桶，卖得比较好的是胜利、李宁的两款球，价格分别为130元、110元每桶——这些数字在近两年内平均涨幅超过40%。

“10年前，一桶普通鸭毛球零售价58元，2年前，涨到80多元，现在120元。以前的熟人买球专挑好的，现在他们却要精打细算，追求极致性价比。”周建军无奈地表示，“厂家说原材料、运输、人工成本全在涨，尤其是羽毛，两年内价格翻了一番。”

采访之际，一位青年半职业羽毛球运



达城商家货架上的羽毛球和球拍。

动员来到店内缠拍线。他专注地将尤尼克斯BG-65线拉至26磅，“一颗球打120回合必掉毛，羽片失衡后空气动力学参数变化17%，直线球会偏移30厘米。”这位曾在省级青少年锦标赛中取得优异成绩的少年，指着训练用球桶上的“试打样品”标签，“队里现在每周人均18颗球，5年前，有30颗。”

羽毛的‘货币化’进程： 从易耗品到奢侈品

央视数据显示，2025年4月7日，羽毛球头部品牌再次宣布涨价，与一年前相比，鹅毛、鸭毛系列羽毛球产品几乎全线涨价，涨幅15%—50%。

在仓库里，周建军翻出了两桶库存球，生产日期为2019年，“那时胜利黄金一号进价48元，现在同样的货，没110元拿不下。”他抽出一颗球对比：旧款羽片饱满均匀，新款羽片明显纤细，“现在厂家为了控制成本，改用低等级羽毛，耐打度也随之下降。”

这种品质与价格的倒挂，让普通爱好者陷入两难。钱玉珍记得20年前，50元能买一桶全鹅毛球，现在50元只能买到10根零散的次级鹅毛，或一桶“飞行轨迹像醉汉”的人造球。

“原材料之外，环保和人工成本也在涨。”周建军指着货架上的“环保认证”标签，“现在每批球都要检测甲醛含量，光检测费就摊薄5%的利润。”更让他无奈的是消费分级，高端球馆引进日本手工球，单桶售价298元，主打“赛事级体验”；而平价市场的人造球虽然便宜，却被专业玩家嗤之以鼻，“夹在中间的中端球也挺难受，降不了成本，销量越来越差。”

运动的‘分层方程式’： 当街头巷尾变成会员制战场

钱玉珍的球友群里，“性价比”是高频词。有人发现一些线上销售渠道更便宜，但同型号的球质量却参差不齐，山寨货泛滥；有人组队拼单，12人合买一箱球，每桶能便宜5元钱。“就像当年单位分年货，现在买球也要‘凑份子’。”她苦笑道。这种“平民智慧”背后，是运动门槛的悄然升高——当单日用球成本超过50元，相当于消耗掉普通人半天工资，越来越多的人选择离开球场。

在一家羽毛球训练营，家长王女士为9岁女儿办理年卡，“全年8000元，其中球费占比30%。”她指着女儿脚下的李宁音爆3.0羽毛球鞋，售价近千元，“现在学习羽毛球，从球拍、球鞋到球，全是‘消耗型装备’，连球袜都分防滑款和透气款。”王女士告诉记者，她和丈夫也是羽毛球爱好者，全家人每

年在羽毛球上的花费约1.5万元，其中除去女儿的学费钱，器材和用球占了绝大部分开销，成本远超乒乓球等其他项目。

羽毛球的“贵族化”趋势在装备细节上尤为明显。钱玉珍的运动服是2012年买的尤尼克斯，袖口早已磨出毛边；而隔壁场的年轻人穿着千元级比赛服，衣服上的反光条随着挥拍闪烁。“他们打球掉毛了就扔，我们恨不得把每个球用到羽片全掉光。”

这个春天里，钱玉珍们的故事折射出全民健身的深层困境：当一颗羽毛球的价格需要精打细算，当挥拍的快乐需要先换算成货币单位，运动的本质正在被价格重新定义。二十年前，羽毛球是连接不同职业、年龄人群的纽带；如今，它似乎成了划分消费阶层的标尺。

普通爱好者受困： 在裂缝中坚守的‘羽毛球哲学’

每天打完球，钱玉珍会把桶里剩下的球仔细封好，放进冰箱保鲜——这是球友群里流传的“护球秘诀”，据说能让羽片的韧性多维持三天。她的球拍包底部，永远沉着几片残破的羽毛，那是她和涨价博弈的勋章，“掉毛的球收起来，和新球掺着用，既能省成本，又不影响娱乐。”

周建军则在尝试“阶梯销售”，针对老年球友推出“经济套餐”，买两桶送一卷拍线；为青少年学员提供“训练专用球”，以批发价结算。“利润薄点没关系，就怕没人打球。”他望着店外新开业的“高端羽球生活馆”，玻璃幕墙映着闪烁的LED广告：“日本进口手工球，每桶298元，会员专享。”

4月的黄昏，钱玉珍收拾球拍时发现一颗彻底打烂的球，球托已经裂开两道缝，她没有像往常一样扔进垃圾桶，而是将最后两根断毛拔下，轻轻放进帆布包——这个陪伴她十多年的包，拉链头早已损坏，她用回形针勉强固定。“攒够100个烂球，或许能去厂家换桶新的？”这个念头闪过的一瞬间，她忽然想起2005年那个夏夜，厂房改造的球馆里飞舞的羽毛球像白色的流萤，没有人关心它们的价格。

原材料涨价、成本传导、市场分化，这些因素编织成一张密网，将普通爱好者的热爱困在中间。但正如钱玉珍始终不愿放弃的清晨球场，这项运动的魅力从未消失——它存在于球拍击中球托的脆响里，存在于汗水浸透球衣的触感中，存在于球友间无须言说的默契。或许，当社会能为这种纯粹的热爱留出更多空间，当运动的门槛不再是价格而是热情，羽毛球才能真正回到它应有的位置，不是奢侈品，而是属于所有球友的白色精灵。

□记者 任林早

了解更多达州本土资讯，请扫描二维码，关注达州融媒APP。



达州融媒