

消费视窗·加快培育新型消费②

健身需求越来越旺,市场发展越来越好

健身消费添彩健康生活

本报记者 齐志明 毕京津

核心阅读

时下,人们的健身需求越来越旺,健身消费快速发展。要运用新技术,打造新模式,创造新业态,进一步丰富健身产品,改善健身体验,维护消费者合法权益,推动健身行业健康发展。

健身热情持续提升

到2025年,实现县(市、区)、乡镇(街道)、行政村(社区)三级公共健身设施和社区“15分钟健身圈”全覆盖,全国体育产业总规模达到5万亿元

“走,健身去!”如今,这句话已成为流行语。

走进位于北京东城区环球贸易中心的青鸟健身安贞店,不少会员正在参与“线上马拉松赛”。上午10点,伴随着开跑发令,健身爱好者们踏上跑步机开始了线上赛事:矫健有力的步伐、汗流浹背的身姿,“我健身我快乐”在这一刻得到生动诠释。

记者在这家健身房看到,在跑步区健身爱好者挥汗如雨,在放有杠铃、哑铃、椭圆仪等器械的力量训练区,同样人气满满。

9月12日,广东珠海市格力海岸社区“海浪杯”男子三人篮球赛迎来决赛。精彩的战术配合、流畅的运球上篮,瞬间点燃了健身运动爱好者的热情。

“从球类到棋类、从跑步到游泳、从单双杠到平板支撑,社区比赛不仅能提升大家的健身运动积极性,助力全民健身计划实施,也能营造良好的社区氛围,可谓一举多得。”格力海岸社区运营负责人说。

“时下,人们的健身需求越来越旺,健身消费快速发展。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫认为,健身产业链涉及领域众多,既包括上游的健身器材、教练培训与课程研发,又包括中下游的线下健身房、健身APP、运动鞋服与智能可穿戴设备等,其消费市场空间巨大。

《2020中国健身行业数据报告》显示,去年全国健身俱乐部门店总数为4.43万家,国内参与健身的人数由2019年的6812万人增长至7029万人,健身人口渗透率(经常健身人数与总人口数的比例)为5.02%。

今年8月,国务院发布《全民健身计划(2021—2025年)》提出,到2025年,全民健身公共服务体系更加完善,人民群众体育健身更加便利,健身热情进一步提高,各运动项目参与人数持续提升,经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%,县(市、区)、乡镇(街道)、行政村(社区)三级公共健身设施和社区“15分钟健身圈”全覆盖,每千人拥有社会体育指导员2.16名,带动全国体育产业总规模达到5万亿元。

拼多多平台上,瑜伽服、瑜伽垫、健腹轮、壶铃等家用运动商品持续热销。抖音电商平台数据显示,7月21日至8月8日,体育健身用品销售火爆,成交额同比增长365%,其中,篮球、游泳、羽毛球、网球、乒乓球等经典项目相关商品最受欢迎,滑板、攀岩、冲

浪、棒球等项目相关商品销售额同样快速增长,其中滑板销量同比增长353%。

中国体育用品业联合会发布的《2021年大众健身行为和消费研究报告》显示,我国大众健身每人年均总消费为5670元,环比增长35%,其中在健身消费投入8000元以上的用户占比已接近1/4。



在北京一家健身俱乐部门店内,会员正在智能跑步机上锻炼。

人民视觉

浪、棒球等项目相关商品销售额同样快速增长,其中滑板销量同比增长353%。

健身体验不断升级

健身服务机构更加丰富多样,智能健身房、专项健身馆等渐受欢迎

“相比一些健身俱乐部高价的年卡和私教,这家‘藏’在社区中的乐刻健身房真不错,空间不大但设施齐全,全天不打烊。”江苏苏州市工业园区某保险公司员工胡路说,和大型健身中心相比,这种小型健身房更适合自己的生活节奏。

如今,城市健身服务机构更加丰富多样,智能健身房、专项健身馆等渐受欢迎,为人们提供服务更个性化、体验更优质的健身选择。新模式、新业态、新技术丰富了健身消费场景,进一步激发健身消费活力。

——小型健身房流行,消费门槛更低。近年来,以乐刻运动为代表的主打“24小时”“月付制”“智能化”“全程无推销”等特点的小型健身房模式流行开来。这种新型健身房能让年轻人充分利用空闲时间健身,降低健身消费的门槛。乐刻运动健身门店数据显示,这两年该门店健身人数在原有基础上大幅增加,用户锻炼的频次也多了起来。

——互联网健身普及,互动效果更佳。从2016年下载使用Keep开始,在北京某高校上学的李美已是这款APP的老用户

了。“我做有氧训练的时候会关注时间长、强度大、能提升心肺功能的高强度健身课程,Keep新推出的精品课‘燃脂派对’互动感十足,我很喜欢。”

“线上买”“线上学”“线上赛”……近年来,健身消费领域受5G等新技术影响,产生了直播健身新业态。目前,Keep直播课已实现全天候覆盖,用户可以根据喜好,随时随地选择适合自己的运动,瘦身操“燃脂派对”在线用户已超过3000万人。

——居家健身崛起,智能设备热卖。健身运动更讲究“智能感”和“科技感”。智能精准计数的跳绳、智能呼啦圈、智能腕力球等受到年轻用户喜爱,监测自己运动状态的智能运动手环、智能手表,以及运动完放松的筋膜枪等成为年轻人健身消费的热门选项。

家用健身器材热度快速提升。跑步机、划船机,以及架构较为复杂的椭圆仪和动感单车等大件器材,普遍都进行了可折叠设计,方便收纳。今年“618”促销期间,“什么值得买”平台上,划船机与椭圆仪销量分别提升65.71%、39.64%。

健身行业更加规范

完善相关政策,加强市场监管,推动健身服务机构强化自我约束,维护消费者合法权益

在江西南昌市西湖街道康王庙社区活动中心,居民们在宽敞明亮的健身房活动。“自去年11月底改造完后,我们每天上午都会来这里的舞蹈房排练,这里还配有跑步机、单车,真是家门口的健身房。”居民熊代亮说。

为进一步提升“15分钟健身圈”的折叠

功能,南昌西湖区在老旧小区改造的同时,合理调配健身路径,将其融入公园、景区、广场、社区等公共场地,融入居民的生活环境、居住环境。离家百米的健身路径、饭后散步的公园休闲步道随处可见,健身爱好者络绎不绝。

付一夫认为,随着公共设施、商业健身房、团操房以及家居健身设备等不同场景和形态服务的快速发展,大众的健身选择不断丰富,全民健身的基础不断夯实。

数据显示,2018年底至2020年底,国内健身人口渗透率分别达到3.1%、4.9%和5.02%。虽然健身人口逐年增长,但在我国,健身消费的普及率仍然不高。推动健身行业持续健康发展,在需求端,要更好培养国人健身意识与健身习惯,在供给端,要大力推进行业供给侧结构性改革。

“如何帮助群众培养科学健身习惯,既是场馆经营亟待解决的问题,也有利于促进全民健身。”中体数据,练多多董事长王锋说,为促进健身行业高质量发展,健身产业数字化系统必不可少,通过这套系统来抓取店面管理、会员运动和消费等有效数据,能推进健身场馆的精细化运作。

“健身企业未来的发展趋势,主要是基础设施便利化、健身服务智能化、健身场景多元化。”古德菲力创始人张春山说,这几年古德菲力一直在进行产品和服务的数字化升级。公司推出了智能手表、智能电子秤等一系列数字化设备,根据数字化终端了解消费者健身状况,再结合数据为消费者设计合理的健身方案,让消费者清晰地感知到健身效果。

“丰富和有新意的课程、优质的服务依然是吸引新用户、增强用户黏性的关键因素。”乐刻运动创始人韩伟认为,推动健身行业健康发展,要进一步完善相关政策,加强市场监管,商业健身房等作为服务主体,也应进行自我规范,更好地维护消费者合法权益。

下随时获取高水平健身内容服务。FITURE监测数据显示,用户月均训练次数超过14次,平均每次训练时长为30至40分钟,健身提质增效明显。

专家表示,互联网、大数据、人工智能等科技力量正在持续赋能健身行业,健身新业态的流行将更加充分地满足消费者多样化、品质化需求,能进一步降低全民健身参与门槛,增加健身活动的互动性、获得感,帮助更多人开启健康新生活。

延伸阅读

市场漫步

促进农村消费,是扩大内需、全面推进乡村振兴的重要举措。要完善有利于农村居民消费的“硬设施”,也要营造良好的“软环境”

农村消费是我国消费市场中的亮点。国家统计局最新统计数据显示,今年1至8月,乡村消费品零售额36798亿元,增长17.2%。2020年,全国乡村消费品零售额从2015年的41932亿元增长到5.3万亿元,增长速度连续8年快于城镇。与此同时,农村消费升级趋势明显,2020年,农村居民人均教育文化娱乐、交通通信、医疗保障消费支出分别比2015年增长了35.1%、58.3%和67.6%。

促进农村消费,是扩大内需、全面推进乡村振兴的重要举措,能为我国消费增长带来强劲持续的动力。数据显示,目前我国乡镇和村两级消费市场占消费市场总体规模的38%。当下,深挖农村消费市场具备不少有利条件。

收入是决定农村消费意愿的关键。近年来,我国农村居民收入增速快于城镇居民收入增速,农村和城镇居民之间的收入差距不断缩小。农村居民不断走向城市、走向其他产业,工资性收入逐渐成为其收入的主要部分。最新数据显示,今年1至8月,外出务工农村劳动力规模恢复到2019年同期水平,农村居民收入稳步增长,为农村消费提供有力支撑。农村地区通信、物流等基础设施不断完善,有利于增强农村消费者的购买意愿。农村消费者的消费观念也在更新,更青睐新型消费,注重商品品质,这些都会为农村消费打开新的空间。

进一步激发农村消费潜力,不仅要完善有利于农村居民消费的“硬设施”,也要打造良好的“软环境”。目前农村网络消费活跃,传统商铺集市也人气旺盛,因此在发展农村电商的同时,也要提升农村传统商业网点的功能,这需要水电路网、物流通信等基础设施同步跟上,为农村消费提供完备的“硬设施”。同时,“软环境”更需要加强,这包括消费金融、产品售后服务、基层维权体系等。农村汽车、家电家具家装消费需求大,这些大宗消费需要配套金融服务,金融机构可以利用在城市开展小额贷款信用的体系和经验,在农村市场提供相关金融产品和服务。产品售后服务体系也亟待健全。大宗商品售后服务做好了,农村消费者才能放心消费、舒心购买,更好激发消费热情。

市场各方要顺应农村消费市场变化趋势,助力农村消费提质升级。现在,一些生产企业、电商平台更多关注城市消费者的消费需求,进行商品数字化、智能化改造,未来也应更多关注农村市场,根据农村生活特征开发更多产品和服务。监管部门要结合农村市场线上消费快速增长的新趋势,运用更多数字化监管手段,规范市场秩序,畅通维权渠道,切实维护农村消费者合法权益。

扩大农村消费大有作为。潜力释放、活力充足的农村消费,将不断满足广大农民美好生活需要,为构建新发展格局提供更加有力的支撑。

市场资讯

文旅部多措并举推动旅游可持续发展

本报电 宁夏盐池县地处陕甘宁蒙交界地带,境内有隋、明长城4道,正大力发展长城文化旅游。近日,“宁夏盐池县长城国家文化公园文化旅游复合廊道基础设施和公共服务设施配套项目”得到中央预算内投资的重点支持。盐池县文化旅游广电局相关负责人说,中央预算内投资支持长城国家文化公园建设,为盐池县长城保护修缮、文旅融合等带来机遇。

文化和旅游部相关负责人介绍,今年以来,相关部门加大助企纾困力度,推动旅游可持续发展。截至8月中旬,国家发展改革委会同文化和旅游部,向各地下达了文化保护传承利用工程2021年中央预算内投资,共安排约24亿元资金,重点支持了76个旅游景区、旅游度假区等重大旅游基础设施建设项目及长城国家文化公园项目。(雷霄乔)

供销社举办农民丰收节主题日活动

本报电 2021年中国农民丰收节全国供销合作社(河北正定)主题日活动日前在河北石家庄市正定县塔元庄村举行。该活动充分展示了供销合作社全面深化综合改革、服务乡村振兴的成果。

主题日活动当天举办了供销联盟成立仪式,由河北省供销合作社整合资源,组织成立农产品电商联盟、农产品销售联盟、农产品冷链物流联盟、农机服务联盟和农资采购联盟,实现企业间取长补短、优化整合、互帮互助、抱团发展,将在构建贯通县乡村农村电商和物流服务体系、推动农产品销售体系高质量发展、更好开展农业社会化服务等方面发挥重要作用。(齐志明)

进一步释放农村消费潜力

欧阳洁