

全民健身 全面小康·特别报道

马拉松赛事停办、健身房和体育场馆关闭……今年以来，受新冠肺炎疫情疫情影响，中国体育产业遭遇寒冬，蓬勃的全民健身热情面临着前所未有的挑战。危机面前，从政府到企业，全民健身各方力量携手克难，以创新模式纾解健身需求、以转型升级开拓新的市场。而今，随着疫情防控形势向好，产业发展的坚冰已逐渐融化。经历疫情期间的闯关与探索，全民健身的热情正在迸发。

化危为机 跑出健身新赛道

本报记者 刘 晓

疫情唤醒大众健身意识

自4月份重新开业以来，李扬的健身房又恢复了往日的热闹。“以前的会员大都回来锻炼了，来咨询和体验的新顾客也多了不少。经过这次疫情，大家普遍对运动和健康更关注了。”

受疫情影响，今年年初，各地包括健身房、线下体育培训等在内的体育消费类企业停摆，李扬在浙江杭州经营的健身房也不例外。停业多月，健身房经营一度面临困难，李扬也曾动过就此关张的念头。“但是有很多会员打电话，咨询恢复营业的时间。于是我想咬牙，再坚持坚持，不能辜负了大家的热情。”

正是由于坚持，让李扬看到了曙光。随着疫情缓解，沉寂多时的健身行业逐步恢复元气。疫情进一步唤醒了大众健身意识、重塑了生活方式，人们对强身健体的消费需求带来了行业新动能。

不少健身行业从业者认为，虽然正经历从痛苦中恢复的阶段，但相信疫情结束后，伴随着民众健身热情的高涨，健身行业将迎来高速发展的新时期。

一场疫情，让更多人深刻理解了体育之于生

命的意义。在北京工作的小锥不久前重新回到了小区的健身房。疫情期间，她坚持在家中锻炼，如今回到健身“大本营”，她给自己设定了每周锻炼4次的目标。“这次疫情让我真切感受到了‘身体是革命本钱’的道理，把身体练得棒棒的，才能‘为祖国健康工作50年’。”

正值暑期，青少年健身培训也相当火热。“85后”家长吴悠说，暑假期间，自己给上小学的儿子报了击剑、篮球两门体育课，希望他从小就有个健康的身体。

“疫情期间，孩子体育锻炼不够，很多家长都趁着暑期给孩子‘补上体育课’。”吴悠说，除了足球、篮球、体能等课程外，帆船、马术等“高端”项目也颇受家长青睐。

事实上，此次疫情促使很多家长改变了自己的生活习惯和教育观念，也更加重视孩子的体育教育。有专家指出，疫情终将过去，但家长对孩子体育教育的投入会更加科学化、合理化。

在全国范围内，近段时间，区域性的群众体育活动也开始活跃起来。

在疫情曾经最为严重的武汉，运动的快乐已经回到了人们的生活。目前，武汉篮球、足球、网球、赛车等室外体育健身场地开放率达到70%，已开放户外场地的健身参与率基本可以达到去年同期的80%；室内健身场所开放率达到40%，健身参与率约为去年同期的10%至20%。

据武汉体育部门有关负责人介绍，随着疫情防控形势持续向好，武汉体育场将继续扩大对外开放。下半年，武汉预计将组织全民健身运动会、渡江节、武汉马拉松等体育赛事，进一步提升市民体育项目参与率。

专家认为，疫情对全民健身造成的影响是暂时的，中国体育产业仍有良好的发展前景。

中央财经大学体育经济研究中心主任王裕隆认为，近年来体育产业的快速增长是基于坚实的经济社会发展基础的，这个基础不会因疫情冲击而发生逆转。“从长远来看，经过此次疫情，民众的体育消费观念还会增强，我们的公共管理体制将更加完善，因此行业前景不会有问题，近年来快速发展的势头不会逆转。”

千方百计提振健身热情

随着疫情防控形势向好，中国各地的全民健身活动陆续恢复。为了鼓励健身市场发展、推动相关企业复工复产，各地通过多种方式，为健身爱好者和体育企业搭建平台、提振信心。

江苏于今年3月出台“体育产业15条”惠企纾困政策。目前，立项总额达1.85亿元的省体育产业发展专项资金、中央和省公共体育场馆向社会免费或低收费开放补助资金、省健身俱乐部专项扶持资金已安排拨付。

天津近日推出“你健身、我补贴”惠民健身消费补贴活动，首期发放额度为100万元。当地市民只需使用支付宝客户端在签约商户进行消费，就可以享受满额立减补贴。

受疫情影响严重的体育旅游业，也成为各地刺激消费、挖掘经济增长点的好抓手。为尽快恢复体育旅游业发展，各地纷纷出台相应措施。

近日，2020海南亲水运动季在博鳌启幕。在为期6个月的活动时间里，海南将组织开展六大主题活动，并举办一系列赛事、培训和体验活动，吸引各类人群参加体育旅游活动，打造全民健身、旅游消费的新热点和新业态。

全民健身日即将到来，各地也在摩拳擦掌，为全民健身的热情“加一把火”。

近日，北京市体育局宣布，将联合京东集团举办首届“8·8北京体育消费节”。活动分“线上买”“线上订”“线上赛”三大板块。其中，“线上买”板块将进行运动商品展销，最大力度惠及体育消费者，拉动体育消费。“线上订”板块将邀请公众预约参与健身运动，8月8日当天，北京市具备开放条件的公共体育场馆将免费向市民开放。同时，向全市各类经营性健身场馆公开征集，符合条件的场馆同样将在8月8日当天推出免费健身服务和体验产品。

此外，北京还将在“线上赛”板块邀请公众参与线上赛事活动，包括“8·8北京体育消费节·北京国际长跑节”“勇敢向前、健身京动”线上跑、“跑向2022”公园半程马拉松线上系列赛、“南昌—北京”城市线上公益接力赛等。

作为2021年全运会举办地，陕西省在全民健身日到来之际推出了“我要上全运”体育技能大展示活动。活动期间，陕西将陆续开展国家体育锻炼标准达标测验、体育健康行“五进”活动、三对三篮球赛、五人制足球比赛、跳绳比赛和体育夜市等一系列赛事或活动。

云端健身开拓更多场景

疫情期间，居家健身、宅家运动成为新时尚。在线下健身场地关闭的情况下，越来越多的运动爱好者转移到线上，“云端”健身方式受到热捧，迎来一波爆发期。

今年春节后，在家办公的山东济南市民陈龙成了健身软件的“重度用户”。“以前经常跟朋友踢球，疫情出现以后长期不运动，感觉浑身不舒服，后来受朋友影响，在手机APP上下载了一些健身课程。”陈龙说，之前认为在线健身“不靠谱”，练过几次之后发现手机上的课程很丰富，也相当专业。如今在复工之后，除了恢复线下约球之外，自己每周都会在健身软件里“打卡”。

疫情的出现，让“云健身”成为很多中国人的体育必修课。让全民健身链接云、拥抱云，是不少健身企业和体育从业者的选择。疫情期间，健身类软件用户暴涨；不少健身机构推出线上服务；健身教练在直播平台当起了“网红”；很多退役和现役体育明星也登上“云端”，录制视频指导大众健身。

根据健身软件Keep的数据显示，疫情期间用

户运动时长平均每次36.2分钟，对比2019年将近翻了一番。Keep联合多家机构和健身达人推出的运动直播累计覆盖人数突破5650万人次。此外，阿里体育、PP体育等互联网企业也推出了形式多样的居家健身课程，吸引了大量用户观看。

与此同时，各地也在积极探索线上线下融合的健身新模式。在福建厦门，当地的居家健身线上运动会吸引不少市民参与；在青海，当地推出线上居家健身活动，涌现出一批积极引领健身时尚的“推广带头人”“健身达人”；在山东青岛城阳区，首创的“阳台马拉松”和“家庭趣味运动会”受到居民热捧……

日前，浙江省开展的城乡居民居家健身状况调研显示，疫情期间，该省有81.54%的居民进行了健身活动，其中82.5%的居民认可居家健身的必要性。

业内人士认为，疫情期间的“云健身”给全民健身带来了多重好处，随着运动习惯的养成，体育人口在疫情过后肯定会增加。而线上体育的火热，也必将带动体育消费的增长、驱动体育产

业发展。

今年“618”购物节期间，体育消费成绩亮眼，其中健身器材品类迎来全面爆发。京东的数据显示，6月1日至14日，杠铃、壶铃成交额同比增长分别为64%和109%；跳绳、瑜伽圈成交额同比增长均超过240%，划船机、椭圆机成交额同比增长均超50%。

“经过这次疫情，很多人都意识到，健康才是最好的投资。”有健身爱好者这样说。

很多业内人士表示，疫情过后，大众健身会趋向正常化，户外、场馆健身依然会成为主流，但这并不意味着“云健身”会消失。疫情可以加速体育健身休闲产业的互联网基因植入，基于线下场景的健身休闲产业将加强线上教育和培训，实现多元化的经营模式。

Keep公司总经理李新艳说：“长期来看，在这段时间线上养成的运动习惯还是会有所保留，定期去运动会将成为一种常态。这里面迸发出了很多新的形式和机会点，也许是未来运动行业新的引爆点。”



在河北石家庄，健身教练通过直播设备线上带领云端马拉松参赛选手进行赛前热身。
张晓峰摄（新华社发）



在山东荣成滨海公园海域，孩子们在进行帆船、帆板练习。
李信君摄（人民视觉）



92岁的李春富在济南英雄山脚下的露天篮球场打篮球。
新华社记者 王 凯摄



在贵州贵阳搏拳拳击俱乐部，6岁的刘铨洲正在进行热身训练。
新华社记者 欧东衢摄