

本报记者 王世让

“体验课都挺好的，各种设施也都齐全，但是一想到几千元的年卡费用，还有每次两、三百元的私教费，心里就又犹豫了。”北京消费者郭先生想通过健身来减脂增肌，最近去附近的几家健身房体验咨询后，因为办卡费用高，一直没有下定决心。

在今年的全国两会上，多位代表和委员也积极呼吁，希望通过多种方式来降低全民健身的参与成本，让尝试性消费转变为习惯性消费，让体育强国建设更好地服务于经济社会发展。

近年来，浙江、安徽、江苏、湖南、河南、山东等地通过财政补贴、投入体彩公益金等方式建设百姓健身房，让越来越多的群众享受到免费或者公益低收费的健身服务。

2017年，浙江温州在全国率先推出百姓健身房，探路社会力量办体育，由政府专项资金引导补助，体育部门给予规划指导，村社、企事业单位等提供场地管理。温州市在2020年印发的《温州市百姓健身房管理办法》显示，申请新建并通过审批的一类百姓健身房，市区和县(市)范围内的分别一次性补助25万元、12.5万元。同时，在建成后三年内，按星级评定结果，给予每年两万元到6万元不等的运营补助经费。这份文件还明确，百姓健身房设收费上限，单次不超过5元，包年不超过365元。截至目前，温州市已累计建成百姓健身房超400家，成为温州体育改革的金名片。

温州的经验，近年来得以在浙江乃至全国多个省市推广、创新。《浙江省体育改革发展“十四五”规划》提出，“十四五”期间浙江要在全省建成3000个百姓健身房。

在安徽省，安徽体彩中心以“安徽体彩百姓健身房”项目进行捐赠，共计向各市体育行政部门投入公益资金800万元，目前16

开在百姓身边的健身房 惠民更亲民

个地市的百姓健身房均已投入使用。在合肥经开区芙蓉社区的百姓健身房，除了舞蹈室外，还包括有氧运动区、自由重量区、搏击区、乒乓球室等7个健身区。在这里锻炼的群众汪先生表示：“每天只花1元钱，就可以不限时参与各类健身项目。”

在湖南，长沙市积极探索“互联网+健身”，充分挖掘社区办公用房、物业用房、商业楼宇、住宅小区架空层等城市空间资源，探索建设智慧社区健身中心，包月健身只要25元。通过互联网技术搭建起社区健身交流、资源共享、普惠群众的公共活动空间，激发了百姓的体育锻炼热情。截至2023年底，长沙已建成280多家智慧社区健身中心，湖南省已突破300家，覆盖会员超40万人。

2019年以来，上海运用“互联网+体育”模式建成多家共享市民健身房。以位于静安区洛川东路的共享市民健身房为例，手机扫码进场，每天分三个时段，每小时收费只要两元至8元不等。

相关专家认为，无论是浙江的百姓健身房、湖南的智慧社区健身中心，还是上海的共享市民健身房，都大大降低了百姓的健身成本，激发了百姓的健身热情。从全国范围来看，这样亲民的健身房数量还远远不够，各地还需要因地制宜，进一步加快建设惠民场所的步伐，让全民健身更便民惠民。



新华社发(黄晋文摄)(资料照片)

又到春游踏青时

户外装备热销

本报记者 张小可

三月春暖花开，正是开展户外运动的好时节。网站上、商店里购买户外装备的人渐渐多了起来。日前，记者探访北京几家户外用品专卖店，发现帐篷、自行车、冲锋衣等户外用品已经摆放在显眼位置，吸引不少消费者驻足咨询。

“天气暖了，打算和家人到郊外赏花露营，之前在网做功课发现，现在‘轻量化’的装备越来越多，这次特意过来看看。”带着小孩逛商场的王菁菁说。

“从3月初开始来店了解户外装备的人就多了起来，了解露营装备、骑行装备的人比较多，轻量化的装备更受欢迎。”北京南四环一家户外用品专营店的销售员告诉记者。

天猫日前发布的《2024春夏淘宝天猫运动户外行业趋势白皮书》(以下简称《白皮书》)显示，骑行、水上运动、徒步是消费者春夏季户外运动的首选。今年以来，单车配件在天猫成交金额同比增长70%，成交笔数同比增长超50%。同时，天猫整车成交呈现消费升级趋势，自行车单品中购买公路车的单价最高。这也意味着，越来越多的骑行爱好者消费选择正从入门进阶为专业。

《白皮书》还揭示了2024年运动户外行业人群的三大趋势——人群“年轻化”、消费“进阶化”、场景“多元化”。通过这三大趋势可以看到在政策引导、市场发展等条件下，户外消费展现出巨大的潜力，也让户外装备持续热销，细分品类的增长强劲，推动着市场向更多元、更专业的方向发展。

值得一提的是，近年来女性体育消费在户外消费中占比越来越大，在刚刚过去的各大电商平台的“女神节”促销活动中，运动装备成为新亮点。在什么值得买平台，妇女节促销期间，“瑜伽”相关商品GMV(商品交易总额)同比增长1495%。

近年来，许多运动及户外品牌不断拓展产品线，越来越多的瑜伽服饰出现在了徒步、健身、跑步等不同户外运动场景中。

什么值得买运动行业相关负责人表示：“近些年来，越来越多品牌深耕细分市场，对不同运动场景和消费圈层进行精细化的分析和拆解，提供了越来越多适配的商品选择，从技术到品质再到性价比，赢得了更多的消费者。”

该负责人认为，近几年，年轻消费者加入户外圈，相比户外深度爱好者更多追求的进阶与突破，当下的户外新人群更追求过程的体验。因此，在相关消费选择上，户外产品的重点也从过去的专业型、全能型产品，转变为更生活化、应用场景更广的产品。

月付制 开启邢台健身消费新模式

本报记者 王辉文/图

“过去我们要到传统健身房获得较好的健身设备和环境，不得不承担高额的年卡费用。但繁忙的工作又使得健身时间、次数都无法固定，预付的年费往往付之东流。”在河



月付制模式降低了健身房消费门槛，并有助于提升用户黏性。

北邢台社区智能健身驿站锻炼的张女士告诉记者，当家附近的健身驿站一开业，她就办理了月付费会员卡。“健身驿站内的跑步机、综合训练器等一应俱全，私教随约随到。关键价格还非常亲民，享受这么多智能健身设备，一个月才99元，真的很划算！”张女士说。

“24小时全天候全时段的开放模式，让周边人群任何时间下楼就能锻炼。健身爱好者可以通过手机客户端自助购买会员卡，还可在线预约团操和私教课程，非常方便。”河北邢台社区智能健身驿站凰家公园店店长告诉记者，该店于今年1月中旬投入运营，营业面积250平方米，不到两个月的时间已累计会员超500

人，日均客流达百余入。

邢台市作为河北省社区智能健身驿站工作的试点城市，自2021年3月试点启动以来，河北省体育局共安排试点资金2800万元。截至目前，邢台市共建成100家总面积28000平方米的24小时开放、无人值守智能健身驿站，辐射周边居民达到80万人以上，年服务群众总数达到720万人次。

近日，河北省(邢台市)社区智能健身驿站试点总结研讨会在邢台市举行。会上，负责邢台市社区智能健身驿站试点运营的相关负责人介绍，目前邢台市已建立100家社区智能健身驿站，在册会员近8万人，日均客流量17000人次，每月新增用户近6000人，其中，会员中最多的健身频次达到每月28次。

《2023中国健身行业数据报告》显示，截至2023年12月，全国线下付费健身会员达到6975万人，环比下滑2.38%；2023年全国健身俱乐部和健身工作室倒闭率分别为14.07%和13.71%，而健身俱乐部和工作室的新增率仅为5.13%和6.32%。

受多种因素影响，在全国线下付费健身

会员数下降的情况下，邢台市智能健身驿站的会员数却能稳步上升。参会的业内专家普遍认为，这得益于月付制打造了邢台健身消费新模式。在当前的经济环境下，消费者的支付能力和消费习惯正在发生变化，他们更加注重消费的灵活性和可负担性，月付制模式能很好地迎合这一市场变化，满足消费者这一需求。同时，月付制模式可以降低消费门槛并有助于提升用户黏性。

《2023中国健身行业数据报告》指出，月付制收费模式有望成为未来几年健身房收费模式的新潮流。对于一些对长期健身合约有所顾虑的消费者来说，月付制模式提供了一种灵活性更高的付费方式，让他们可以根据自己的需求和实际情况进行调整，从而增强消费者的消费信心。

与会专家纷纷表示，邢台模式较好地解决了在构建更高水平的全民健身服务体系、推动体育消费转型升级、增强广大群众获得感、幸福感工作中的一些问题。这种模式还要在产品创新、赢利模式创新、融合发展、增强客户黏性上下功夫。社区智能健身驿站建设工作要持续不断地丰富参与平台、创新参与内容、降低参与成本、提高参与收获，注意将新技术应用与健身房运营充分结合，打造健身驿站的核心竞争力，推动可持续性发展。

户外运动新职业：主理人

本报记者 赵萌

“过去参与户外活动都是由领队带队，现在听到一个新称呼‘户外主理人’，这与领队有什么区别？”近日，记者带着这一问题采访了圈内几位资深主理人。

翼鲲飞盘主理人安晨冉告诉记者：“领队和户外主理人在身份和工作内容上都有不同。领队的工作内容首先是确保活动顺利进行，照顾好每一位参与者的安全，包括事前线路安排、出发时间和行程等。户外主理人的工作范围更广泛，不仅要进行活动策划与执行、准备活动中的运动装备、场景搭建布置、对客服务、餐食制作等，更重要的是运营社群、日常事务管理、商务客户活动定制、扩大品牌活动的影响力以及规划品牌活动的未来发展等。”

随着户外运动在中国迅速发展，户外主理人随市场的需要应运而生。“2021年之后，越来越多的人想出门运动，但也不想去很远的地方。他们希望找到一群志同道合的人，大家一起乐享休闲时光，户外主理人就成为了组织这项活动的负责人。”某户外旅行平台产品部经理赵琳介绍，“现在活动中的户外营地主理人、户外登山主理人……他们承担不同的项目但工作职责是相同的。他们普遍拥有一份收入不错的稳定职业，户外主理人只是他们的兼职，从事这项工作需要有较强的活动策划能力与社交沟通能力，好的方

案得到大家积极响应后，能快速组织起一场活动与比赛。”

近日，杭州发露女子飞盘社群主理人刘伟便组织了一场别开生面的女子飞盘邀请赛。活动前期，刘伟先在群里和社交媒体上发布相关赛事信息，制订活动计划。开赛当天，她提前来到赛场摆好飞盘角标。“这次比赛有国内第一支女子飞盘队、2023年中国女子飞盘公开赛冠军队、2023年中国女子飞盘公开赛季军参赛，比赛既激烈又有趣。这次比赛收费为每人80元，学生半价。我们团队有队委会、会计、设计师、纪律委员等，如果算上每次场地租借费，有时候办一场比赛是亏本的。主理人的收入主要是一场活动的总收入减去教练费、场地费等，虽然最后剩余不多，但是因为我愿意和大家一起去玩、去奔跑、去比赛的初衷，我会一直坚持下去的。”刘伟说。

除了组织飞盘活动比赛外，刘伟的户外主理人工作还要负责日常开展飞盘专业训练。拥有17年飞盘运动经验，参加国内比赛上百场，获得冠军30多场，担任过2023年亚洲大洋洲飞盘锦标赛(菲律宾站)中国女子队教练的她，已经把对飞盘的热爱刻进骨子里。“我们每周四都会组织培训，最近两周的训练内容是传接盘练习。说实话，作为户外主理人一天工作下来，最大的感受就是累，但是我想让更多女士体验到飞盘的快乐，让每一个参与者成为比赛的主导者，希望女子飞盘赛事活动的魅力能吸引更多人参与。”刘伟这样说。

产业集装箱

2023年全国体育场地459.27万个

本报讯 3月11日，国家体育总局体育经济司发布《2023年全国体育场地统计调查数据》。数据显示，2023年全国体育场地459.27万个，体育场地面积40.71亿平方米，全国人均体育场地面积2.89平方米。全国田径场地20.76万个，占18.50%；其他田径场地16.92万个，占16.50%。全国游泳场地4.02万个。其中，室外游泳池2.15万个，占53.48%；室内游泳馆1.79万个，占44.53%；天然游泳池864个，占1.99%。全国球类运动场地285.12万个。其中，足球、篮球、排球“三大球”场地143.55万个，占50.35%；乒乓球和羽毛球场地129.28万个，占45.34%；其他球类运动场地12.29万个，占4.31%。全国冰雪运动场地2847个。其中，滑冰场地1912个，占67.16%；滑雪场地935个，占32.84%。此外，全国全民健身路径105.22万个、全国健身房15.55万个、全国健身步道15.28万个，长度37.10万公里。(张小可)