

基于“互联网+”的健身产业创业与体育消费研究

康 乐

(陕西国际商贸学院 陕西 咸阳 712000)

摘 要 随着时代的不断发展和科技的不断进步,互联网已经融入到人们的日常生活当中,其中的“互联网+”也成为了新时代发展的趋势。随着人们对运动重视程度的提高,政府也在呼吁人们多参加体育活动,锻炼自己的身体。于是,可以将最有发展前景的这两者相结合,在“互联网+”的环境下,培养人们的运动习惯,以“互联网+”为载体,对健身行业的发展提供更多的支持。

关键词 “互联网+”;体育消费;健身产业

中图分类号 G80-05 **文献标志码** A **文章编号** 1673-291X(2017)34-0052-02

健身服务产业是接近市场竞争的行业,但是目前发展较为缓慢,该行业最为看重的到店客流增长较为缓慢,严重阻碍了健身行业的发展。互联网的快速发展,给健身行业带来了新的机遇,将互联网和健身行业有机结合起来,借用互联网的信息传播快速性来改善行业运营的环境,改变健身者自身的一些习惯,进而推动健身行业的发展,这是现阶段健身发展最有效的办法。

一、“互联网+”支撑健身产业创新

通俗地说:“‘互联网+’就是‘互联网+各个传统行业’。”但这并不是简单的两者相加,而是利用信息通信技术以及互联网平台,让互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态。它代表一种新的社会形态,即充分发挥互联网在社会资源配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济、社会各域之中,提升全社会的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。借用互联网这样的大平台,让人们可以线上预约、网上指导等,提高健身内容的丰富度,将“互联网+”和健身行业相结合,已经成为健身行业发展的方向。

二、“互联网+”背景下体育健身产业发展的驱动因素

1.全民健身浪潮奠定群众基础。“身体是革命的本钱。”随着时代的发展和社会的进步,人们不再一味地追求物质生活,而是更多地关注健康生活。习近平总书记明确指出,体育是促进社会发展的重要动力,也是在国际上展示我国综合国力的一项因素。体育的发展对人们的生活有着重大影响,可以提高生活水平,拥有健康的体魄,在生活中可以有良好的心态。要全面开展全民健身,普及全民体育知识,促进全民健

身,促进健康化中国,这样就可以推动国家的发展,加快小康社会的建设。因为全民健康是小康社会的重要因素,也是发展健康中国、美丽中国的重要组成部分。同时,提高人们身体综合素质,促进其全面发展,丰富其精神文化,促进其良好生活。随着社会的信息化,人们对于体育赛事的关注度在日益增加,由于2008年北京奥运会的成功举办,人们对于体育赛事的关注度达到新的高度,随后几年各大体育赛事的成功举办,彻底点燃了人们健身的热情。据不完全统计,我国有大约3亿人经常参加体育锻炼,这一数字占据全国总人口的近三成,经常参加户外休闲的人数也达到1亿余人次。可以预见,在未来,全民健身的热情还会不断地上升,这也为健身行业与“互联网+”的合作奠定了群众基础。

2.我国体育健身产业巨大的经济效益。我国体育的发展相较于西方国家还是处在起步阶段,但是我国体育发展的速度非常快。从2007年开始,我国体育每年平均产业增长量为21.3%,2014年全国体育及相关产业总规模达到13574.71亿元,实现增加值4040.98亿元,占当年GDP的0.64%,2015年实现增加值4737亿元,占当年GDP的0.7%。体育产业结构持续优化,体育服务业比重稳步增长,体育产业体系不断健全,与文化、旅游、医疗、养老、互联网等领域的互动融合日益加深。国务院发布相关文件,明确要求在2025年体育产业总价值争取超过5万亿元。由此可以看出,体育行业存在着巨大的潜力,体育行业产业链具有无限的商机。

三、“互联网+”技术下培养运动习惯,促进体育消费

1.人们对于现代“健康”的投资意识增强。健身服务主要是卖给有运动习惯的人,尽管没有运动习惯的人也有可能选择购买健身服务,但是并不会长期购买。所以,健身企业不

收稿日期 2017-04-10

作者简介:康乐(1985-),女,山西太原人,讲师,硕士研究生,从事体育文化研究。

应太过于看重赚那些没有健身习惯的人们的钱,这样并不会
有长远的发展,最好的办法就是帮助会员养成良好的健身习
惯,让他们坚持健身,这样就可以持续消费,这才是企业持续
经营的根本方法。运动的人比较多,但是拥有运动习惯的人
却比较少,运动习惯难以养成,主要是因为以下两个方面:第
一,人们对“健康”的理解不正确。“健康”不是一个静态名词,
而是一个过程名词,人们往往认为只要参与了健身运动就等
于拥有了“健康”,然而事实并不是这样的。健康指的是一种
长时间的状态,使身体内的各项器官和机能都达到一个较为
良好的水平,不轻易出现问题。想要达到这一水平,就需要持
续地锻炼,短时间的体育活动并不能改善任何问题。由于这
是一项长期投资,不少人看到参加运动后身体并没有发生改
变,便退出了运动,不能养成良好的运动习惯。第二,运动习
惯是一种向导,因为需要做一系列复杂的动作,而且要有持
久的意识,这就要求人们要有坚定的信念来加以支撑。运动
习惯并不是学会动作就可以养成,就算熟练掌握也不一定就
能够养成运动习惯。现在的人,生活比较盲目,往往都是在机
械地重复着度过每一天,没有明确的生活目标,也没有坚定
的信仰,这些会映射到健身方面,这些人难以养成良好的运
动习惯。健身对环境也有一定的要求,特定的环境对健身有
益处,有利于健身习惯的养成,“互联网+”就可以给人们提
供互相交流的平台,将适合健身的地方让更多人知道,可以帮
助人们养成良好的健身习惯,促进健身消费。

2.数字化环境促进健身消费。随着现代科技的发展,人
们的健身不再像以前那样盲目,运用现代化科技,人们可以
获得身体各项机能的数据反馈。在健身中用现代化技术,使
用者可以在健身的过程中检测自己的心率、肺活量等相关数
据,根据数据可以更加直观地了解自身在健身过程中的身体
状况,对自己身体了如指掌,就可以针对性地选择健身方案,
可以加大训练量,或是减少训练量,以选择最适合自己的训
练方案。可穿戴装备的发展更是方便了人们的健身,人们在
生活中就可以实时监测身体机能,收集数据更加容易,这些
数据会储存起来,然后会结合医疗数据对人们的生命周期和
医疗提供可靠的决策。数字化就是为了方便人们健身,尽可
能减少健身过程中带给人体的不利因素,促进人们健身习惯
的养成,促进健身消费。

四、多元化健身环境,消除时空障碍促进消费

健身设施是否便利,在一定程度上决定了人们参与健身
的热情。如果健身环境不方便人们健身,即使许多有健身习
惯的人也需要强迫自己去健身,从而会有很多人以此为借口
拒绝健身。互联网可以创新健身模式,增加多种健身环境,在

各种环境下都有可能提供一定的健身服务。

1.家庭健身方面。在家庭进行健身,可以在互联网上注册
一个视频教学网站,例如wello,该网站可以让健身者在家通
过网络和教练进行沟通,教练可以对其进行指导,还可以在
网站上找到相同的健身爱好者,组团健身。这样便节省了健
身者大量花费在路上的时间,给健身者争取到更多的时间来
健身,同时也有利于健身习惯的养成。

2.工作环境健身方面。现在的人们普遍工作压力很大,大
部分时间都投入到工作上,导致没有剩余的时间和精力来进
行健身运动,导致自身身体机能下降。2015年,“型动体育”
发起过一项活动,主要是为了缓解上班族的压力,让他们有
更多的时间去健身。型动体育希望专业教练可以入驻互联网
公司,以网上进行授课的方式,让上班族在公司就能接受合
适的健身方式,强健他们的体魄,以此摆脱亚健康状态,有
利于良好运动习惯的形成。

3.酒店健身服务方面。柠檬健身,成立于2014年,是通过
聚焦运动或健康专家、达人,为用户提供运动或健康潮流资
讯以及相关专业服务的O2O交易的垂直移动平台。最开始,柠
檬健身想要和健身房合作,但是收益并不理想,后来发现,许
多酒店的健身房因为价格比较高而被人搁置,根据国内健身
人士的平均消费水平来看,在酒店的健身房内降低价格,提
高服务还是可以吸引健身爱好者前去健身。柠檬健身的主
要用户是高端用户,场地可以在网上获取,同时为健身者提
供优质的服务。

针对中下阶层或者环境不利于健身的人群,光猪圈推出
了小型健身房模式。线上大力推广光猪圈APP,在该款APP
中含有自己的健身课程表、预约教练以及课程视频的功能,
将传统的管理全部转移到APP上,极大地方便了健身者。在
线下,光猪圈则开设健身房,健身房的规模一般,健身器械齐
全,数量不做过多的要求。光猪圈的这种模式,可以同时提高
用户和健身房的效率,人们所需要的服务大部分都可以在APP
上自行解决,方便人们,同时还能减去前台人员的配备,同时
使用者在APP上还可以查询器械的使用情况,在一定程度上
可以节省人们的时间。

五、结语

随着社会的发展,科技带给各行各业新的机遇,大部分
行业都面临着技术革命。健身行业也需要紧跟时代的潮流,
研究互联网的特点,将其与健身行业的发展紧密结合起来,为
有健身习惯的人们提供更加优质的健身服务项目,在一定程
度上促进了我国体育行业的发展,为我国成为体育强国做出
实际贡献。

参考文献:

- [1] 陈福运.布特.“互联网+”背景下体育产业发展策略的研究[J].浙江体育科学,2017,(1):22-26.
- [2] 曹招莲.“互联网+”时代健身产业运营模式探索及启示[J].广州体育学院学报,2016,(4):20-22.
- [3] 彭艳芬,黄榕朴.体育产业与全民健身协同发展的启示——基于体育用品业视角下[J].当代体育科技,2015,(23):144-145.
- [4] 孟欣欣.移动互联网时代O2O营销模式对体育市场的影响研究[J].吉林体育学院学报,2016,(1):43-45.
- [5] 徐伟康,郑芳.我国“互联网+健身”的发展研究[J].浙江体育科学,2016,(4):67-69.

[责任编辑 吴高君]