**全民防疫背景下“互联网+健身房”平台搭建与融合**

许一帆**[[1]](#footnote-0)** 刘景裕

（中南民族大学体育学院，湖北武汉 430074）

**摘要：**运用文献资料、调查法等方法，在全民防控新型冠状病毒肺炎疫情背景下，从“互联网+健身房”平台搭建与融合类型、存在困境、优化策略，到互联网新媒体授课，倡导身心健康的生活观；线上普及健身知识，着力打造“知识营销”；开发多元文化、精细化健身产品；拓展社交、娱乐功能的开发及推动社会化智慧健身平台搭建；推进大数据应用，加强网络安全建设；引入健身明星及相关健身企业，助推平台高质量发展等方面进行了研究。以期为健身行业线上平台搭建与融合发展，促进全民健身，提高大众健康水平提供借鉴和理论支持。

**关键词:**健身房；互联网；防疫；平台搭建

# 1 引言

2020年是全面建成小康社会、打赢脱贫攻坚战和“十三五”规划的收官之年，一场突如其来的新冠肺炎疫情对中国百姓的经济生活、社会生活和精神生活都造成了巨大的冲击。新型冠状病毒感染的肺炎疫情迅速蔓延，国家号召全国人民抗击疫情，减少外出，居家锻炼，增强身体免疫力、防病抗病能力。国家体育总局办公厅2020年1月30日下发了《关于大力推广居家科学健身方法的通知》中明确提到“利用各类媒体广泛宣传居家健身的重要性，推广居家健身方法，普及科学健身知识，倡导疫情防控时期的健康生活方式。”通过对全民防疫背景下“互联网+健身房”平台搭建、融合策略等方面进行多元化分析，有助于更好地推动以线上技术为支撑、线上线下结合的“互联网+健身房”休闲服务模式的转型，实现健身休闲业的多元化经营，为健身房会员带来更科学合理、更具健身价值的产品。

**[2 全民防疫背景下“互联网+健身房”平台搭建](#_Toc4804)**

## [2.1 “互联网+健身房”平台](#_Toc4804)搭建概述

全民居家防控疫情的特殊时期，“互联网+健身房”的平台搭建主要通过线上平台进行，以互联网技术为手段，可通过智能终端设备为依托，提供多元丰富的健身直播课程和线上健身活动；以大众会员参与健身、增强体质为目的，同时具备健康知识传播、社群维系会员等主要功能，形成特有的健身房与会员网络互动平台搭建模式。

## [2.2 “互联网+健身房”平台搭建类型](#_Toc29090)

[全民携手抗疫期间，大众对居家健身的消费需求产生新动能，对传统健身房的运营模式提出了新的要求，为适应新形势下新要求催生出了一些的服务模式类型。目前在疫情期间健身房平台为大众服务的搭建类型主要有大众直播导向型健身房,课程内容导向型健身房，社交应用导向型健身房，定制服务导向型健身房等类型](#_Toc29090)

# [3 全民防疫背景下“互联网+健身房”的融合](#_Toc12524)

## [3.1 “互联网+健身房”融合的功能特点](#_Toc29090)

**[3.1.1 健身教学](#_Toc1432)**

从内容与形式看，线上健身教学被认为是一种基于移动终端的体育慕课。相比线下教学，线上教学降低时间、空间上的成本，支持重放和免费试看对健身知识的掌控性更强；场景丰富，教练利用身边随时可见的水杯、背包、抹布、座椅、墙壁等作为锻炼工具，真正把生活场景融入健身教学，有利于激发会员的健身兴趣，达到更佳健身效果。

### **[3.1.2 实时监测](#_Toc4228)**

[随着科学技术的快速发展，健身实时监测的适用范围、监测准确率都有明显提升，监测产品也向着精确化和智能化方向发展。对现有手机的监测功能支持项目进行梳理，可穿戴设备是手机功能的延伸，比起手机直接监测，可穿戴设备监测的优势更明显，其结果更精确、适应面更广、交互更加人性化](#_Toc4228)[[2]](#_Toc4228)[。](#_Toc4228)

### **[3.1.3 健身社交](#_Toc4228)**

[健身社交平台的搭建社交平台建立起与会员之间的联系和互动。社交功能的实现方式大致分两类，其中一类是自身打造的健身社交平台，另一类则是借助微信、新浪微博、抖音等主流的社交软件。社会认知理论指出，大多数人会根据观察来模仿他人的行为，在此过程中形成新的观念，并将其作为后续行动的指南](#_Toc4228)[［3］](#_Toc4228)[。基于这一原理，在健身房的动态社区中，汇聚百万会员分享健身个人健身数据、健身知识、心得体会、运动故事等。健身平台内形成健身微型社交网络，增强了互联网社交与附近健身房的内在关联，在提高会员粘合度的同时也创建了健身社区生态。](#_Toc4228)

### **[3.1.4 健身档案](#_Toc4228)**

[在新形势下健身房都十分重视资源开发建设及健身档案的搭建。常见健身档案数据可大致分为3类：一是健身概要信息，以反映健身课程的基本概貌；二是运动状态参数信息，实时监测功能，收集数据整合生成直观的运动“战报”；三是综合统计信息，反馈了会员的健身成果。互联网健身监测大数据的录入与监控设备的实时交互为健身房的产品的改进、推广及会员服务提供了便捷的反馈通道，可依据档案数据所反映的健身效果改进健身产品，提升服务质量。](#_Toc4228)

### **[3.1.5 健身商务](#_Toc4228)**

[健身行业作为体育服务重要产业之一，加强线上平台健身商务服务功能是新时期的要求。其商务服务主要具有开卡缴费、课程销售、预约场地、运动商城等运营功能。商务功能赋予健身平台更多意义，充分的整合线上线下资源，由平台推送最新活动，打造了一种新型便利健身消费模式。“互联网+健身房”平台服务已经深刻地改变了传统健身房的商务运营模式，由此催生出更多智能服务模式。将传统健身房的“会员制”改为线上线下结合和“新零售”模式，以个性化品质服务赢取会员，提高了会员复购率。](#_Toc4228)

**3.2 “互联网+健身房”平台的融合困境**

### **3.2.1 教学效果不佳**

地面动作，手机太小看不清、不方便，导致部分会员反映教学效果不佳，或又因在单一场景下，健身氛围差等环境问题，会员在家健身很难做到长期坚持；教练要克服直播时的空旷感，难找到与镜头前用户密切互动的感觉和技巧，不能及时纠正会员错误动作。

**3.2.2 健身设备安全性能不足**

健身设备存在不足，实时监测结果准确性不高，健身设备上存储的信息涉及个人隐私，一些设备保密设计存在不足，相关测试显示，某知名品牌手表曾出现地理位置被第三方跟踪窃取的问题[4]。

**3.2.3 传统健身房“转型难”**

对于没有互联网优势传统形式的健身房来说，短期内跻身线上获得收益很难，落实在线健身，除了产品本身，又涉及获客、导流、转化等一系列现实问题，转型难度较大。

# **4 “互联网+健身房**”平台搭建与融合策略与前景展望

### **4.1.互联网新媒体授课，倡导身心健康的生活观**

运用互联网新媒体授课已然成为线上健身的主流趋势，利用各类媒体平台，推广简单易行的居家健身方法，鼓励会员在防疫期间，通过居家健身方式，增强免疫力，愉悦身心，缓解疫情带来的紧张、烦闷的消极情绪。线上教学视频制作可通过改造舒适的居家录课环境，有利于提高大众会员健身的专注度和运动的愉悦感，促进身心健康。

**4.2 线上普及健身知识，着力打造“知识营销”**

利用网络平台普及科学健身及养生知识，帮助会员提高健身效果，稳定健身房会员资源，促进健身房品牌传播，提升教练自身专业素养，提高续卡复购率。在疫情后为提高会员满意度，进一步加强健身房健身知识讲座，如：《如何规划自己的健身计划》、《健身知识讲座》、《营养知识讲座》等等，

### **[4.3 以塑形为设计核心，开发多元化、精细化](#_Toc6551)健身产品**

身材消费是健身人群走进健身房最主要需求之一，针对不同人群进行减脂或增肌锻炼，达到塑形健美为目的。健身房可通过多元化、精细化的专业课程设计，满足会员个性化、碎片化、高效率的健身需求，设计出效果明显、新颖时尚的健身产品，增加用户黏性，多元化产品面向全体会员，有效促进健身产品复购率的提升。

### **[4.4 拓展社交、娱乐功能的开发，推动社会化智慧健身平台搭建](#_Toc19220)**

[为破解增强会员黏性差难题，健身房需要通过拓展社交、娱乐功能的开发，为消费者提供更多的社交机会，有利于会员产生更浓的健身兴趣。通过搭建社会化智慧健身平台，帮助寻找合拍的健身伙伴，融入更多的社交元素，例如“匹配健身计划”、“共享健身计划”、“全民推广员计划”等。](#_Toc19220)

### **4.5 推进大数据应用，加强网络安全建设**

大数据应用技术的发展改变着人们的生活，借助互联网强大的数据分析，健身房可以更精准地了解会员的兴趣、习惯和购买力，形成“用户+数据+服务+终端”的服务模式 [5]。运用互联网云计算进行健身房的日常管理，构建问题反馈平台，对“互联网+ 健身房”平台搭建中出现的安全漏洞进行及时修整，完善“互联网+ 健身房”平台的信用机制、监控机制和反馈机制。

### **4.6 引入健身明星及相关健身企业，助推平台高质量发展**

“互联网+健身房”平台将健身产品作为主力业态之一，引入相关企业，采取“核心+配套”的营销模式，兼备健身餐食、健身器械商城等辅助功能并配套各类人性化设施、推出各类优惠限定套餐，各业态之间建立互动，实现功能复合，最终构建完整的多业态平台布局。引入明星或奥运冠军线上授课或代言健身产品，树立健身[品牌形象](https://baike.baidu.com/item/%E5%93%81%E7%89%8C%E5%BD%A2%E8%B1%A1/7759151" \t "https://baike.baidu.com/item/%E6%98%8E%E6%98%9F%E6%95%88%E5%BA%94/_blank)，以品牌效应和多业态消费助推“互联网+健身房”平台高质量发展。

在“健康中国”建设及全民健身和全民健康深度融合推动下，智能化的健身行业线上平台会得到快速发展。首先通过庞大的数据分析，挖掘大众潜在健身意识，提供一流的健身体验，有针对性地开展高质量服务；其次，全民健身数据能为企业、政府、社会建成强大的数据支持平台，形成全民健身数据统计服务系统，有利于实现全民健身的战略目标。从全民健康层面，新型冠状病毒肺炎疫情深度唤醒了全民的健身意识，人们对于健身与健康的消费需求将会涌现出新动能，“互联网+健身房”平台将强身健体和促进健康作为其发展理念，推动健身房服务行业从追求规模扩张的粗放式发展向追求质量提升多业态平台发展转变；形成“健身+医疗+康复”为主线的多领域健康服务。

**参考文献：**

[1] 陈坚伟．MOOC时代中国高校体育在线课程建设现状与发展对策[J]．成都体育学院学报，2015，41（3）：109-114.

[2]陈坚伟.从健身应用分析“互联网+健身”的现状、问题与前景[].体育科学，2016， 36(09) :20-27.

[3]BANDURSA A.Social Learning Theory[M].Upper saddle River，Bergen:Prentice Hall，1997.

[4] 李玮.研究显示某些手环泄露用户数据[EB/0L]. (2016-02-3). http://tech. 99. com/ a/20160203/036367. htm.

[5] 刘宇峰.“互联网+”背景下的体育产业生态解析与建构[J].南京体育学院学报(社会科学版)，2017，31(3):3439.

1. 项目基金：中南民族大学“民族地区体育与健康”团队（编号：KTS20027）

   作者简介：许一帆（1997-），女，湖北襄阳人，硕士生，研究方向：体育教育与运动训练

   通讯作者：刘景裕（1963-），男，河南遂平人，研究方向：体育人文社会学与体育教育训练学 [↑](#footnote-ref-0)