

复工、倒闭与转型，健身行业没有暖春

Original 李晓庄 界面新闻 5 days ago



记者：李晓庄

编辑：石一瑛

//

疫情过去了，但健身行业还需要时间恢复。

//

随着疫情形势的好转，停工近两个月的健身行业逐渐恢复了经营。

3月起，一兆韦德健身、乐刻健身和威尔仕健身在上海的门店陆续开放，随后全国门店开始跟进。

截至3月22日，一兆韦德和威尔仕健身恢复营业的门店数量分别达到85家和73家。

然而，有一些健身机构依然大门紧锁，其中不少将不再开放。



开门不易，等回客流更难

3月17日，上海市体育局发布《新型冠状病毒肺炎疫情期间本市体育场所复工工作指引（第二版）》。根据新版《指引》要求，一般情况下，上海市体育场所向社会开放取消备案，可以直接复工。

此前，金吉鸟健身原定于4月1日恢复营业。但在新版《指引》的影响下，总部决定从上海的20家门店中选出3家，提前到3月20日复工，并观察客流的回归情况。

金吉鸟健身康桥路门店负责人告诉界面新闻，复工这几天的客流量大约只有之前正常情况的四分之一。

复工开门不再困难，但等来客户的回归却需要时间。即使是头部连锁健身品牌，也要面对客流减少的事实。

威尔仕健身上海九六广场店的负责人坦言，在开门初期，会员们对安全有所担忧，前来健身的人不多。门店也不需要太多人手，工作人员采取了轮流上班的制度。

据官方消息，一兆韦德健身上海门店的团课和淋浴将在3月23日开放；威尔仕健身上海门店的团课和泳池也将于同天恢复。

此前，一兆韦德上海徐家汇路店的负责人曾告诉界面新闻：“淋浴和团课取消是客流较少的主要原因，尤其影响到店的女性会员数量。”

目前，广州和深圳等地的健身房已经在3月初有限恢复经营。

以寰图健身房珠江新城店为例，门店的每日营业时间分三个时间段，每个时间段的接待人数控制在35人以内，会员须提前一日预约。

此外，在门店内健身需要全程佩戴口罩，团课人数则控制在6人以内。



3月17日，用户戴着口罩在某健身房内健身。

和大型连锁健身机构不同，部分中小型健身房的经营者，对复工持观望态度。

上海一家小型健身工作室的实际运营人包天青表示，担忧客流量下滑是推迟复工的主要原因。稀少的客流无法增加收入，却产生了额外的水电费和人工费。

包天青所在的这家工作室位于江湾体育场附近，他是这家健身房的合伙人之一，也负责其实际运营管理。

截止3月19日，江湾体育场周边的健身房，仅有一家综合性的健身机构开了门。

走进场馆内，六七十平的场地上只有店长一个人在擦拭器械。门店入口处的登记表显示：在3月19日这一天，前来锻炼的会员还不到两位数。

一名业内人士认为，复工后，整个行业的客流量大约只恢复了30%。



闭店欠薪，巨头也难幸免

3月20日，金吉鸟健身在上海的门店已经陆续复工。根据官方消息，其南京、广州、重庆和杭州等地的门店也将在未来一周内开放。

但在社交媒体平台上，北京、上海、浙江和安徽等地的金吉鸟员工不断发帖留言——截至目前，金吉鸟已经连续三个月没有发放工资，部分门店的员工甚至超过四个月没有领到薪水。

根据金吉鸟健身一名私教的说法，正常情况下，工资在每月18日发放，但从2019年10月份开始，薪水发放的时间就不断被推迟。

2020年初，遇上疫情之后，拖欠工资的情况越加严重。

金吉鸟健身上海康桥路店的负责人表示，员工的工资从2019年12月起就处于未发放状态。由于工资的发放统一由南京总部处理，因此，直到4月1日总部复工前，员工都无法领到工资。

从事健身教练工作已有五年的蒋振龙透露，小型健身工作室因房租压力较小还能够保障底薪的发放，但在规模较大的机构，已有教练因失去收入而转行。

此前，有多位业内人士表示，疫情首先考验的是各健身机构的现金流储备。

作为重资产行业，高租金、高人力成本是线下健身产业的特性。根据规模的大小，各健身机构每月有几十万到百万以上的固定支出。

乐刻运动创始人韩伟此前透露，疫情期间，乐刻单月亏损千万以上，整体亏损预估一亿甚至翻倍。

中体优恩常营店闭店公告

尊敬的会员朋友们：

感谢您三年来对中体优恩常营店的热爱与支持！目前，疫情形势严峻，根据国家相关规定，健身场所暂时停止开放。在无法取得营销收入的情况下，高额房租及其他各项成本支出给我公司造成巨大压力，经营举步维艰。经公司研究决定，本店将于2月20日正式关闭，给您带来的不便，我们深表歉意！

针对尚有会籍及私教残值的会员，本店将安排专人为大家办理退费事宜。由于疫情尚未解除，为避免出现聚集性病毒传播的情况，我们将采取由工作人员提前与会员电话预约的方式，于2020年2月20日至4月20日期间分批安排会员到店办理退费登记手续。登记信息我们将进行认真核对，资料无误者，本店在60个工作日内将退费款项汇至会员账户。

根据本店实际开放情况，会员退费金额以2020年1月23日剩余残值为准。在办理退费登记手续时，请您携带以下资料：会员合同（原件）、收据或发票（原件）、身份证复印件（正反面）、银行卡复印件（备注银行开户行和支行）。

我们的客服电话：010-88776060、微信号：zhongtirk

温馨提示：

- 1、到店办理手续时请您佩戴口罩，并接受体温测试检查。
- 2、因特殊原因不能按期到店办理手续的会员请添加上述微信号联系。

北京中体优恩健康管理有限公司

2020年2月19日

中体健身常营店贴出的闭店公告。

2月19号，UION Life中体健身北京常营店贴出闭店公告，宣布因收入停滞、无法负担高额房租和各项成本而正式闭店。

据该店销售人员的说法，闭店主要是因为商户没有和物业谈拢房租问题。中体健身则很快开始给会员办理退费等善后事宜。

在停工阶段，私教课程售卖陷入停滞。健身房以会员卡预售和售卖私教课为主要盈利模式。当年卡预售达到饱和时，售卖私教课程是让会员继续付费、获取收入的主要手段。

在这种情况下，传统的超大型健身房如果停工超过三个月，就会有倒闭风险。根据中体数据总经理刘易斯的估算，有20%的企业将受疫情影响倒闭。



不缺少资金，但还要再投入吗？

相比较同行，艰难求生的包天青对自己能撑下来感到庆幸：“一百、两百的钱都要想办法去赚，活下来是最重要的。”

虽然无法开门营业，但通过器材租赁和食品售卖，他在疫情期间每个月能获得近万元收入。这差不多能和店里几个健身教练的工资相抵——在停业期间，教练们每月仅有不到两千的底薪。

也正因此，包天青对未来的预期谨慎乐观，在停业期间，他买进了其他倒闭健身房的二手器械，还是希望自己的健身房能够活下来。

然而，不少健身行业从业者的经营意愿受到了停工的打击。

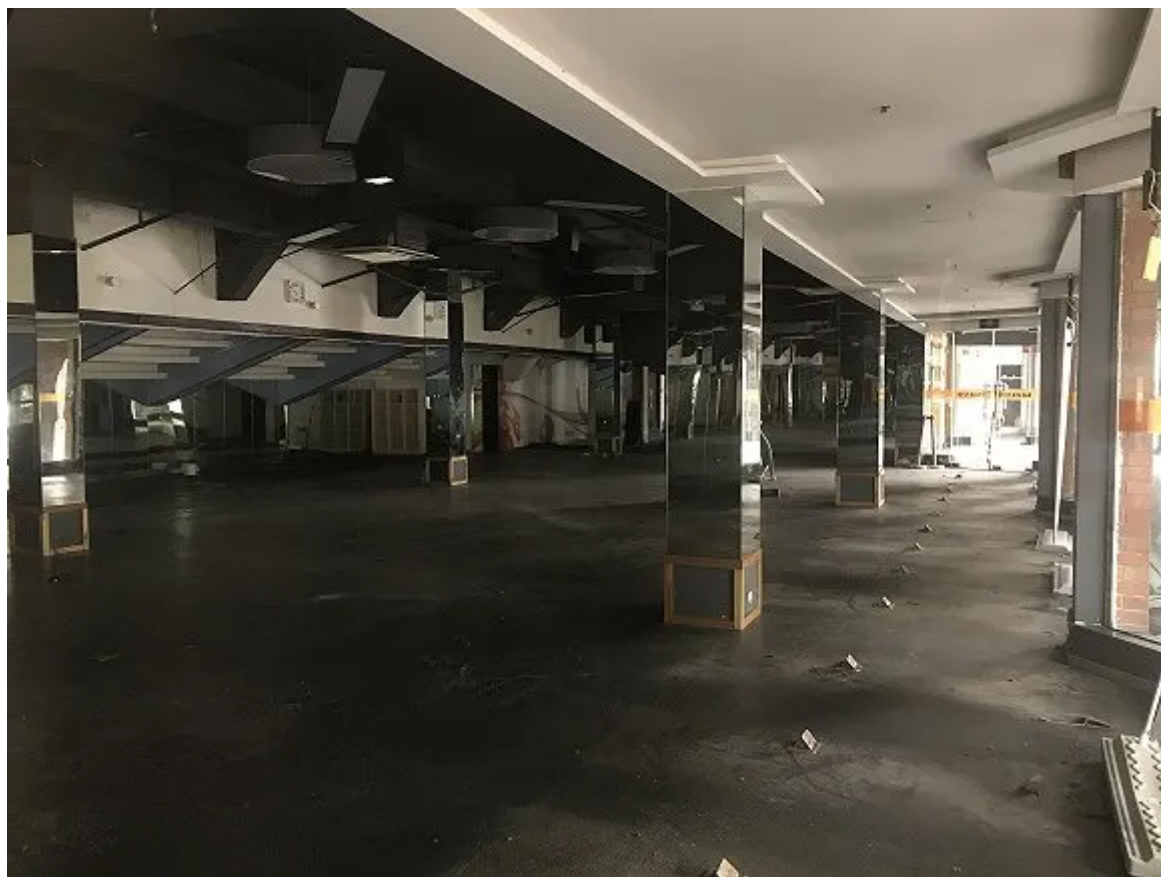
3月18日，陆臣在网上发布信息，想要转让自己在上海火车站附近的健身工作室。

亲手打理了两年，外加疫情形势的好转，陆臣本希望能够继续经营。但面对即将到期的房租合约，另外一位合伙人却不愿意再投入资金。

会员流失、市场前景不明朗，是他们继续投资的隐忧。

最终，陆臣和合伙人达成统一，决定将健身房尽快转让出手，但转让情况并不乐观。如果无法顺利转让，他将会零散转卖器械，最终停业。

单就健身行业而言，现在这个时间节点上，只有人想着尽快脱身，几乎找不到入局的玩家，行业投资者、行业从业者，和消费者一样，尽可能地小心谨慎。



上海江湾体育场一家停止营业的健身馆，设备已经被全部搬空。



行业再洗牌，先要活下来

跑路、倒闭、转让，这似乎是千疮百孔的健身行业在2019年的关键词。2020年初的情况，又加剧了诸多中小健身房的死去。

部分从业者并不认为这是件坏事。

威尔仕健身市场副总裁戴干焯认为，疫情促进了行业的新陈代谢。他表示，疫情只是使健身机构原本存在的问题爆发，而不是引发问题的根本。

在诸多竞争者倒下的冬天，威尔仕健身依然决定实行自己的扩张计划。据其负责人的说法，在其他行业退出的情况下，新门店将能够获得更好、更优越的地段。

2020年3月上旬，私教健身工作室人马线和团课健身房Justin&Julie Fitness相继传出完成千万级别A轮融资的消息。

但活下来、甚至活得好的，只是极少数人。

2019年，拥有20年历史的知名连锁品牌浩沙一夜崩盘。疫情来袭后，健身房倒闭的情况更是数见不鲜。

包天青加入了一个健身行业信息交流群，在因疫情停业的时间内，仅上海地区，就有超过百名闭店的健身房业主在此发布器材或门店转让信息。

在上海江湾体育场经营着一家小型健身工作室的高吉说：“今年冬天比以往更冷了，没有存粮的机构就会死。但有一些机构本可以活下来，也不该倒闭的。”

上海江湾体育场附近，有一家经营了近十二年、占地三千五百平的综合健身房。和它毗邻而居的则是数家主打拳击、瑜伽和舞蹈等特色项目的小型工作室。

3月11日和3月14日，这家场馆连续张贴两条公告，宣布因疫情影响和经营困难而停止营业，会员会籍可转入另外两家愿意接收的健身场馆。

高吉对这一健身房的倒闭感到遗憾——他将自己和商区内其他从业者视为互补关系，区域内巨头的倒下，会对整个生态造成破坏。

疫情之下，各地体育局都在尽力帮助这些中小型健身机构。

上海市体育局在2月21日发布了《关于全力支持本市体育企业抗疫情稳发展的通知》，其中要求对承租市属公共体育场馆的非国有中小体育企业，免收2月、3月两个月的租金。

据上海的部分健身行业商户反映，虽然收到减免通知，但在同物业交涉具体方案时，出现了申请被忽略或减免时间被压缩的情况。



安徽省健身行业从业者的请愿信。

3月初，安徽省近250家商业健身场馆集体向安徽省体育局致信，希望政府能够协助提供相关补贴或帮助减免租金。

合肥市某健身场馆负责人江土新告诉界面新闻，最根本、最现实的因素就是钱。以万元为单位的房租减免，将影响一个门店的生死。

此外，由于同时经营了水疗馆，江土新更看重政策背后传达出的信息，“或许最后减免的金额并不算多，但有没有政策的支持，这将会影响到我的决策。业务方向要不要调整、店面要不要扩张、甚至怎么招新员工，这些都会有变化。”



难变现的云健身，还要依托线下

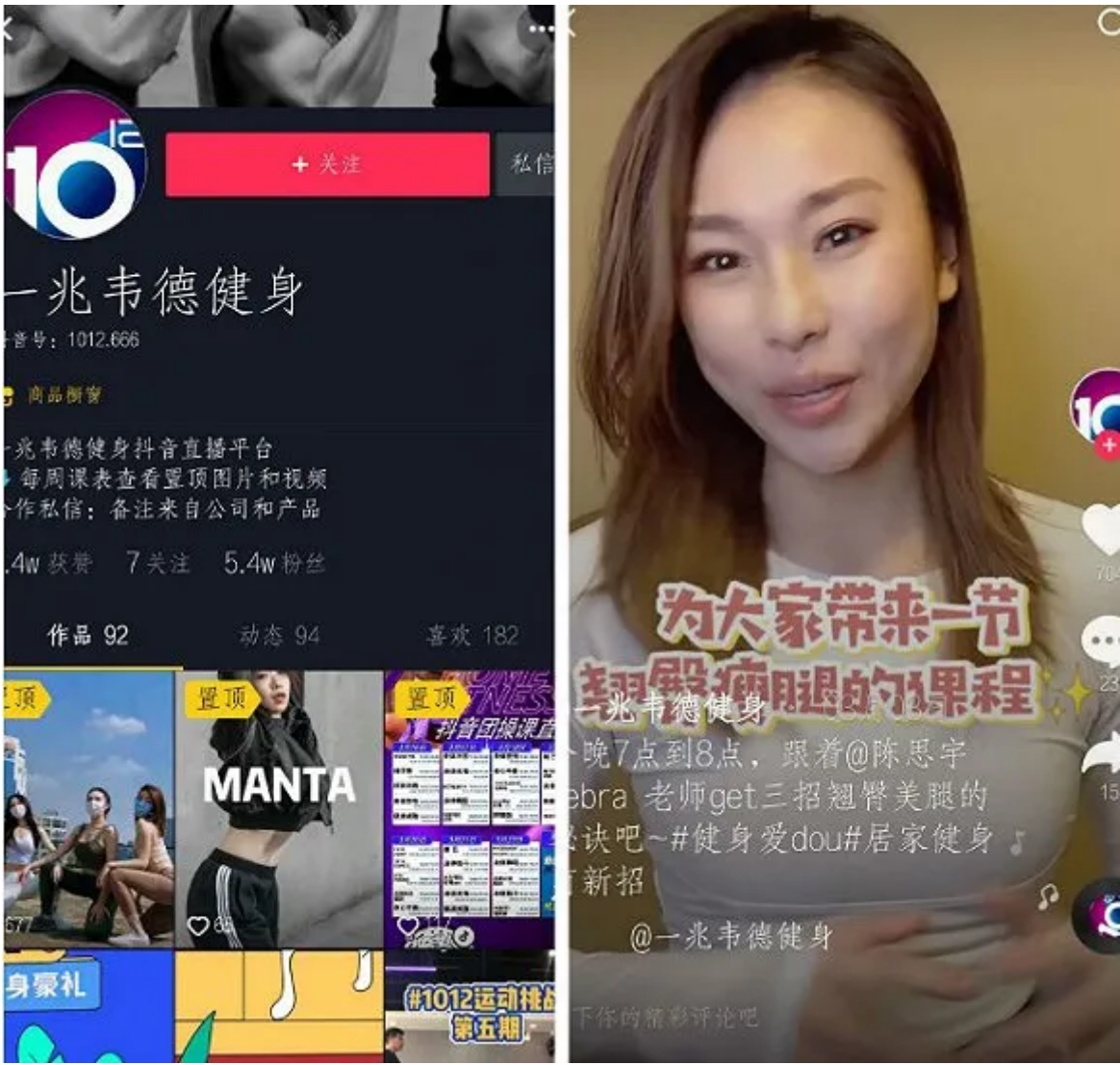
健身行业在寻找自救的方法。

疫情爆发后不久，1月30日，国家体育总局发布《关于大力推广居家科学健身方法的通知》，要求利用各类媒体促进居家健身。

几乎是同时，各家健身机构及在线健身平台纷纷上线了健身视频和互动直播。

1月底，乐刻先后在快手、抖音、腾讯视频和西瓜视频等平台上线运动话题；随后，线上运动平台Keep联合趁早app、Shape塑健身等品牌共同推出了直播专栏。

一兆韦德和威尔士健身等传统健身品牌首次开通了线上课程；不知名的小型工作室和普通健身教练也尝试把课程搬到线上。



一兆韦德健身在抖音上传健身视频。

闲居在家的人群为“云健身”带来了巨大的流量。据统计，不到一个月的时间，乐刻相关健身话题流量全网突破20亿，平均单平台观看人数在2万左右，峰值可达到6万。

求生的本能迫使线下健身行业紧紧抓住这根稻草。然而，线上健身的巨大流量难以转换为盈利，观众的狂热没有驱散行业的寒冬。

乐刻运动创始人韩伟说：“既做流量，又赚钱，这不成立，这个链条不是一夜之间就起来的。”

超级猩猩创始人跳跳则公开表示，线上直播首要考虑的不是盈利，而是给健身用户交付价值。线上课程只是在特殊时间段对线下服务的一个补充，本质上无法代替线下课程。

疫情使线上消费受到了传统健身行业的关注。韩伟称，乐刻原本就有推出在线服务的计划，疫情则使这一想法提前实现。

同时，威尔仕方面也表示，客户已经培养了线上的消费习惯，未来线上将承担更多的职责。

对于未来，健身行业业内人士的观点出奇地一致：线下仍是最好的健身场景，但线上、线下打通，将成为健身行业的新方向。

未经授权 禁止转载

[Read more](#)