

按次付费无人打扰 一年至少多出50家

“体重管理”催热24小时自助健身房



随着2025年“体重管理年”的正式启动，“瘦身”成为热词，健身房也随之迎来一波热度。不少人发现，如今的健身市场上出现了按次付费、全天候健身、自助式的24小时健身房。在济南，这种24小时健身房也迅速发展。



24小时自助健身房受到年轻人的欢迎。

文/片 杜春娜
实习生 陆明月 济南报道

传统健身房纷纷转型 有品牌不到一年开17家店

近日晚7时，在济南经四路一家24小时健身房内，已经有不少人在此锻炼。记者注意到，顾客通过自助开门系统，进入健身房后便可自主使用健身器械开始锻炼。

24小时自助健身、按次付费、无人打扰……在唤燃星品牌管理有限公司相关负责人钟恩晨看来，24小时健身房在济南已经如雨后春笋般大量出现。“如今济南的24小时健身房预估可达上百家。”钟恩晨介绍，他们作为济南本土品牌，曾经也是传统的商业健身房，但随着会员需求的转变，在做了大量调研基础上，最终在2024年10月份，转型成为24小时健身房，在济南目前已经开设十家店，郑州、太原等城市的门店也将于近期开业。

不仅是唤燃星，肌肉鲨鱼24小时健身房创始人王恩荣是做健身房私教起家，后来转型创办24小时健身房，于2024年8月份在济南创办第一家门店，目前共拥有17家店。王恩荣表示，2024年，济南市场上至少开了50家24小时健身房。“目前济南的24小时健身房发展走在全国前列，市场非常大，但行业内的竞争压力其实并不小。例如，在历下区的一个商场内，包括24小时健身房在内一共有4家健身房。”王恩荣说。

企查查数据显示，截至4月22日，济南市健身房相关企业共1.42万家，自2024年以来，济南市健身房相关企业注册量达4920家。记者从美团等平台以“24小时健身房”为关键词搜索发现，目前济南约有20家24小时健身房品牌，其中有4家连锁品牌实力较为雄厚，这4家品牌在济南大约有70家门店。

全天开放、收费灵活 颇受年轻群体青睐

与传统商业健身房相比，24小时健身房到底有何特点？济南市健美健身和瑜伽协会执行秘书长张女士认为，24小时健身房是健身房行业的发展趋势之一，其开店成本低，与传统的商业健身房相比，具有一定的优势，“24小时健身房属于自助式，健身者只需要从相应小程序和客户端就可进入健身房内，比较符合年轻人的生活方式”。

记者采访多位业内人士了解到，24小时健身房可实现全天候开放，灵活性比较强。并且这种模式可以实现按次收费，有月卡、半年卡、年卡等不同选择，与传统的商业健身房相比，客单价更低。

“我基本每天下班后就来这里锻炼，24小时健身房的营业时间长，方便我选择任何时段锻炼。”健身爱好者王女士说，因24小时营业，用户可以自由选择锻炼时间，甚至深夜锻炼也不再是限制。

“我们店的高峰期有两个时间段，一个是12点到13点，另一个则是19点到21点。”一位济南某品牌共享健身合伙人说。钟恩晨则表示，他们店深夜健身的顾客占比在5%-6%，更有顾客选择在早上四五点锻炼。

时间上的灵活性不仅方便了顾客，在健身教练小勇（化名）看来，24小时健身房的模式也让其自由时间变多。据悉，部分24小时自助健身房不设私教课，支持自由教练带学员到场馆进行训练课程，只要他们成为场馆会员。“在传统的商业健身房模式下，健身教练要坐班，除了当教练外，更多时间是用于推销课程。”小勇说，因为有些24小时健身房可以给自由教练提供训练平台，他们的教学时间也更为自由。

此外，记者走访发现，不少24小时自助健身房将顾客年龄限制在16-66岁，其核心消费群

体集中在18-30岁的年轻人，主要包括上班族和学生。“年轻人的接受程度相对来说高一些，并且生活方式适合这种模式，我们选址也优先选择在大学城和商圈。”王恩荣说。

降低成本、理性消费 新需求推动健身迭代

其实，不仅是在济南，24小时健身房已经在全国遍地开花。

今年3月份发布的《2024中国运动健身行业数据报告》显示，在24小时健身房排行榜中，乐刻运动以1524家门店数量位居榜首，坚蛋运动24小时与金力豪24小时健身分别位列二、三位。除了一线和新一线城市，二、三线城市也成为24小时健身品牌发力市场。

为何24小时健身房能够抢占健身市场，广受青睐？王恩荣认为，24小时健身房的流行跟健身门槛降低、健身者消费更趋理性有关。在王恩荣看来，所谓的“健身门槛降低”，一方面，对于顾客来说，他们健身的消费门槛变低，不再需要动辄花费几千元才能享受健身，甚至只需花9.9元便可体验一次健身；另一方面，对于投资者来说，开店的门槛也降低了。“如果说传统商业健身房的开店成本需要几百万元，那么24小时健身房的成本只需要几十万元。”王恩荣说。

《2024中国运动健身行业数据报告》显示，健身消费中大众消费支出集中在3000元以下，高消费人群大量流失。与此同时，月卡、周卡等轻量化消费模式迅速增长，增长率达到60%以上。这一趋势反映出健身消费者对性价比的追求。

谈及24小时健身房的市场发展，王恩荣认为，预计2026年，行业内的开店速度会下降，市场会重新进行“洗牌”。钟恩晨则表示，未来将朝向智能化和无人化发展，将更多的精力和资源用在健身器械上，提高客户的舒适度。



文/片 记者 李静 王开智
聊城报道

“由博士，倒春寒来了，蒜苗干枯，该打啥药？”两个农户骑着电动车跑二十里路直奔这家农资店。他们口中的“由博士”，不是农业专家，而是聊城市临清市康庄镇的“00后”小伙由硕。2022年，青岛科技大学体育专业的由硕获得保研资格，他却做出让所有人意外的决定——回乡继承父亲的农资店。他把手机变成新农具，把农技直播变成新农活，当起了新农人。

回村走上 新农人之路

这个决定起初遭到了全家的反对。爷爷过去卖农资，父亲也干这行，深知其中的辛酸。父亲由斌无奈：“好不容易供出去了，怎么还回来？”老师、同学更是不理解，连村里人都议论纷纷，“大学生回来干这一行，念书念的吗？”

但由硕铁了心，如果按部就班地读研、工作，人生一眼就能看到头。“麦田吸引我，我觉得会通过新模式把农业做好，我想过不一样的人生。”

真正投身农业后，由硕才发现理想与现实的差距。“刚开始是冲动的，后来发现不那么简单，有些吃瘪。”为了弥补技术短板，他跟着父母去送货，整天骑着摩托车到地里对农户做回访。

由硕还把自家的两亩半地变成了“试验田”，在这里测试农药安全性、比较麦种抗寒性，验证除草剂配方，甚至故意“搞破坏”验证产品安全性。“我需要形成一套完整的知识体系、科学的管理模式，因为这些农资直接关系到千家万户的粮食。”

如何获得农户的信任，成了由硕最大的困惑。“很多老农民干了一辈子农活，想要改变他们的想法太难了。”有一户农户对小麦锈病不以为意，由硕建议打药，对方却不听。结果真的暴发了锈病，后来不得不加大剂量，最终才保

住收成。渐渐地，由硕的名号在四里八乡传开了。

在麦田里直播 周边农民成铁杆粉丝

镇上有近20家农资店，在竞争激烈的情况下，该如何突围？由硕把目光投向了新媒体。他在田间支起三脚架，对着手机滔滔不绝。“以前父辈卖农资只能在店里等，那套经营模式跟不上时代了。”如今，由硕的农资销量已达到父亲的三倍，农资远销河北、河南甚至云南。

他的抖音账号更是积累了35万粉丝。“体育生放弃保研回乡种地”“00后掌管小麦的神”等话题还登上了热搜。新媒体的影响力逐渐显现，周边的农民成了他的铁杆粉丝。他们对由硕的农技讲解十分认可：“大学生讲得就是专业。”由硕更在意的是自己能帮助多少农户，“看到大片麦子发黄，我就会琢磨配方，这关系到千家万户的饭碗。”

农资店和田间地头，就是由硕的直播间。镜头后的他踏实稳重，镜头前的他激情洋溢。“我变得唠叨，反复叮嘱农户一些注意事项。因为农资不是儿戏，一次马虎就可能让农户绝产。”以前，农户到店里都找父亲由斌咨询，现在却点名让小由讲。父亲的态度也从反对转为骄傲：“他现在懂得比我还多。”在农资店，由硕一直不得闲。135元的农资，农户跟由硕砍价到125元。由硕勉强地笑着应承，“讨价还价也是我常遇到的难题”。

三年来，由硕从未后悔过自己的选择。眼下，他又开始琢磨玉米选种的问题。对于未来，他有着清晰的规划：“重点在大蒜、小麦，为它们的丰收保驾护航，就是我现在最大的课题。”

作为新农人，“新”在哪里？“与爷爷、父亲相比，我们的途径更新，思路更新，敢想敢干，希望从新农人变成兴农人。”如今，发展数字乡村已经是数字时代推进农业农村现代化进程的必由之路。父亲由斌也对他寄予厚望，希望由硕在这一行业干下去。站在绿油油的麦田里，由硕等待着丰收。



▲ 由硕正在麦田里直播