



■疫情下的体育产业考·健身消费篇

线上浇灌,等待线下复苏



健身俱乐部的坚持,就是为了等待行业的全面复苏。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 季禹

营业额锐减 “求生存”成第一要务

中健健身集团始于2004年,十几年的时间已经发展成业务遍及30余个一、二线城市,拥有百余家门店的健身连锁品牌。如今,这家企业正在向自己的“第三阶段发展规划”迈步,疫情的暴发放缓了他们发展的步伐。

中健健身集团管理人员告诉记者,从疫情暴发初期到三月中旬,健身房门店有近两个月的歇业期,这一期间不仅没有任何收入,还需要承担门店租金以及工作人员工资的支出。3月中旬以后,门店陆续开放,但会员进场量始终没有恢复到此前程度。具体到公司的经营收入,冲击体现得尤为明显。管理人员透露,从疫情初期到现在,经营收入较往年同期锐减了七成左右。

更为雪上加霜的是,春夏两个季节正是体育健身行业的旺季,但疫情在本该最为火热的季节浇了一盆冷水。管理人员介绍,整个行业应该是在五一假期期间开始活跃,但直到现在,健身房仍然没有恢复往日活力。

“预计行业恢复到正常水平还需要几个月时间,但那时候已经到了秋天,秋天可供我们做的事是有限的,给我们的时间也是有限的。”管理人员向记者表达了他的担忧,“我们要靠春夏秋这三季储存的资本粮食来应付冬天,现在春天没有了,夏天还在恢复期,本应是收获期的秋天却被用来弥补春夏两季的窟窿。”

每年年末的公司以及个人事务,会占据健身者大量的时间和精力,因此12月份到次年2月份是非常明显的行业淡季。在疫情的加持下,2020年初显得尤为寒冷。“现在最接地气的一句话

是,我们现在生存是第一了,发展是放在其次,在生存的前提条件和基础上,考虑发展的问题。”不过,对于顺利迈过冬天以及今后的发展,管理人员表达了十足的信心。

企业自救加政府保障 帮助行业尽早走出寒冬

另一家受访企业“GT健身”品牌管理部部长陈钟女士表达了类似的想法:“往年大部分人过完春节就会考虑春天开始运动,因为夏天我们需要有一个好的精神状态。”旺季已经过去了一半,要想尽快恢复到正常营业水平,不少企业选择了加大优惠力度,甚至将今后营销手段前置的方式。

“我们采取了一些积极的应对外政策,包括一些对消费者的让利活动以服务会员和泉城人民。”陈钟介绍,在根植济南十年时间里,这样的优惠额度在往年同期是从未有过的。乐动体育同样给出了不小的优惠力度:“正常年份我们在这个时候是不会打价格战的,但今年我们选择了在旺季打价格战。”乐动体育负责人刘春豪先生告诉记者。

作为一个人员密集型行业,体育行业人员工资支出占到了总支出的五成左右。一系列的优惠活动在一定程度上缓解了企业此前“0收入”的尴尬境地,也让人员工资有了一定保障。保证了企业的基本开支,但公司本身要想走出困境,除企业自身展开一系列“自救”行动外,也离不开当地政府政策的扶持。

疫情期间,济南市相继通过减免房租、减免企业社保费等措施减轻企业压力。《关于疫情防控期间引导降低房租的指导意见》指出,疫情防控期间,对房屋出租业主(房东)和租户双方发出倡议,业主(房东)对因受疫情影响,停止经营或复工困难,面临资金支付困难、暂时性生产经营

“我们的教练可能白天去上班,晚上去送快递。”在接受齐鲁晚报·齐鲁壹点采访时,一位健身行业从业人员这样告诉记者。

突如其来的疫情,给各行各业带来了前所未有的冲击。其中,以“线下”“聚集”为关键词的体育产业所受影响尤甚。“健身教练送外卖、送快递”等新闻,对外界来说是趣闻,对从业者来讲,却是一种无奈。

随着疫情逐渐得到控制,体育产业的复工复产正有序推进。随着居家健身的热度暴涨,体育健身行业也有望在风雨之后迎来一轮新机遇。

困难的租户,延期收取、减半或减免租金;鼓励租户不退租;具体情况由双方协商解决。

社保层面,济南市社保中心着力打好企业社保费“减、免、缓、降”系列组合拳——2—4月大型企业、民办非企业、社会团体等各类社会组织单位缴费部分减半征收,2—6月中小微企业,以单位方式参保的个体工商户免收单位社保费,困难企业最长可缓缴6个月社保费,继续延长降低企业工伤、失业保险费率政策到2021年4月底。

除此之外,济南市还通过“电子优惠券”等方式促进消费,得到了体育行业的积极响应。一系列的优惠政策对于缓解企业压力起到了积极作用,但相较于疫情对企业的冲击,这些帮助仅是“杯水车薪”。不少从业者表示,希望政府的政策能有一个持续性,“只搞一次活动的话,效果并不是太理想。”

清华大学五道口金融学院体育金融研究中心发布的《体育产业与金融政策扶持情况调研报告》提出,防控常态化及后续产业发展中应该加强四个方面政策支持力度。一是要保护产业链的持续发育:成立体育重点企业名录,完善政府、企业间的直接联系机制。二是体育要素市场的进一步开放:盘活国有体育场地存量资源,推进体育要素市场化配置。三是借助“新基建”的东风:深入推进互联网和科技与体育的融合发展,加强对体育创新和体育科技应用的鼓励和扶持。四是构建与体育发展相适应的体育金融体系:完善体育风险保障体系,缓解体育企业解决融资问题。

门店关停服务不止 线上辅助授课成新选择

疫情催熟了不少行业“线下”到“线上”的转变,在门店关停期间,健身爱好者健身减脂的需求并没有减少,反而因宅家时间较长而变得更为旺盛。在钟南山院士及众多体育“大V”的呼吁下,居家健身的热度也达到了空前水平。

在这样的背景下,传统线下体育健身行业也在积极探索线上模式。与其他行业有所不同的是,传统体育健身行业的线上,更多的是作为一个线下的补充,以提供免费服务与打响品牌知名度为主。

“因为会员没办法来店里健身,我们就做了一些线上课程,让他们通过公众号跟着教练锻炼,这些线上课程是完全免费的。”刘春豪表示。在这一期间,公司的公众号与抖音都有一定程度的增粉,主要粉丝群体还是以健身房会员为主。

“疫情期间没有办法上班,人心是浮躁的。对于我们的会员来说,能够参加线上课程对于疏通长期宅在家中带来的负面情

绪也有积极作用。”GT健身同样选择开放免费线上课程,在增加会员黏性、服务大众的同时,也希望通过这种方式提高自己的品牌知名度。

居家健身热度空前 健身热潮带来新机遇

由于疫情给企业带来了巨大冲击,线下健身机构大多没有选择增加额外开支来组建线上运营团队,而是利用现有员工组建起临时团队。线上运营经验的不足,使得健身机构只能尽可能避免用户流失,想要通过线上实现实质性发展仍存在不小难度。与之相反的是,不少线上健身平台瞄准了居家健身热度空前的时机,让“云健身”出现了爆发式繁荣。

据了解,目前在中国线上健身行业处于领跑位置的某APP,疫情期间日活接近2倍多增长,用户在其APP上的平均运动时长较2019年翻了一番。与此同时,该APP获得了8000万美元E轮融资,累计融资金额达到2.67亿美元。

线上健身行业的繁荣发展是否会冲击到传统线下健身机构?传统健身机构从业者对此并不担忧。相关人士告诉记者,体育健身行业还是以线下体验为王,需要教练或者场馆带来良好的环境体验和装备体验。同时,不论是教练一对一的指导,还是几十人一起进行的团操,其所拥有的锻炼氛围是居家健身无法比拟的。

目前,健身行业在中国仍处于发展的初期阶段,作为“大健康产业”的重要一环,其仍有很大的发展空间。“疫情推动了居家健身热潮,几个月的居家健身过程会让人们养成健身的习惯,然后他就会对健身产生更多、更专业的需求,这实际上对整个行业是有促进作用的。”相关人员表示。