

运动项目进驻商场,或成综合体集客的大趋势

安全问题如何保障?除了不断加强体育健身消费市场执法监管机制,消费主体也应加强维权意识。

本报记者 王品燚



A

众多项目入驻,进商场运动已成大势

人们发现,如今逛商场除了司空见惯的健身中心和瑜伽馆之外,攀岩、滑雪、射击、射箭等也成了热门体验项目,就连占地要求极大的篮球、足球等大众项目也从户外被拉到了室内。

以杭州为例,从最初武林银泰运动馆中篮球、轮滑、攀岩等项目入驻,开始了“运动+商场”方面的开荒;再之后万象城开放了当时东南亚最好的奥林匹克标准的室内真冰滑冰场,着实吸引了不少人的眼球;去年9月正式开业的龙湖滨江天街顶楼,以全国独创的美式街头为主题,22000平方米的屋顶面积配以天马行空的创意,形成了杭州最大的“空中乌托邦”,其中包含了美式街头篮球的洛克公园和天空足球场……诸如此类,不胜枚举。

可以说现代社会城市人群生活模式正在发生转变,已经从一味重视工作向对自己的身体健康负责转变,运动成为人们日常生活中必不可少的一部分。这种以运动为辅助元素的综合体,既能满足人们对体育设施的高标准要求,也能满足人们精神、娱乐休闲和餐饮的其他需求,更贴近人们将运动融入生活的健康理念。其次,国务院下发的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发[2014]46号)中指出,未来体育产业将持续受益政策红利,体育场馆收入规模将有望快速增长。

杭州城西银泰城相关负责人表示:“人流量密集的商场为体育项目提供了更多关注度,而体育也反哺了商业,为商场增加了人气和主题特色。‘体育+商业’将成新消费时代商场集客的新趋势,同时还可能形成更完整的黏性消费闭环。”



国庆前夕,地处杭州市拱墅区的大悦城入驻了一家潜水中心,吸引了不少人前往:专业的教练,舒适的环境,让老百姓在家门口就可以享受到畅游海底的快感。无独有偶,体育入驻大型商场、商业综合体的现象屡见不鲜。除了篮球、台球外,攀岩、滑雪、潜水等必须在户外进行的项目也在商场里焕发“第二春”,让更多人领略到它们的魅力。

的确,这样的结合不仅满足了消费者强身健体的需求,也给大家提供了一个社交的平台,通过运动可以结识更多志同道合的朋友,运动甚至成为诸多公司企业文化的一部分。

为此,不论是以盈利为目的,还是以服务大众为导向,体育入驻商场已悄然成为一个不可逆现象。

但随之而来的,也有一个问题萦绕在消费者的心头:是否所有入驻商场的体育元素都能保证安全?如果发生了意外消费者又该如何自处呢?



B

教练资质如何,项目是否安全

下沙 ROCK ON 攀岩主题馆是杭州第一家集攀岩、玩乐以及高空闯关等为一体的主题攀岩运动馆,场馆占地面积500平方米,岩壁面积700平方米,即便放眼现在,也是杭城攀岩界数一数二的存在。

采访当天是工作日,可即便如此,作为杭州市攀岩队的训练基地,还是可以在岩壁上看到不少慕名而来的体验者。“我们攀岩馆拥有常驻教练5名,临时教练也有三四个,就数量而言是杭州攀岩馆里比较多的。他们都持有国家颁发的专业教练证书,而我们场馆也是杭州唯一一家持有攀岩场馆营业执照,攀岩高危项目许可证两证合一的资质。我们岩馆的定线员王定国,还是目前中国国家队的攀岩教练。”ROCK ON 攀岩馆的老板史鹏飞告诉记者,“目前国内攀岩教练资源稀缺,而攀岩项目因为入选亚运会、省运会,参与人数出现井喷的现象,更进一步突显出了这个问题。”

史鹏飞表示,攀岩本身就是一个高危项目,即便有了安全保护措施,也只是尽量减少伤害。“不能说100%没有危险,但安全措施在很大程度上可以减少参与者受伤的情况。只是就目前的情况而言,许多攀岩馆只有一名攀岩教练,在人手方面根本无法满足日益增长的需求,因此就会衍生出临时‘拉壮丁’来充数的情况。”这批被临时拉来的安全员没有经过系统培训,只是依靠安全守则上的文字来进行保护,因而会出现各种纰漏,造成安全事故。“因为不专业人员的介入,对使用者造成了伤害,这才加大了社会对行业的误解。”

就ROCK ON 攀岩主题馆而言,每次会限定岩壁上的人数,因为有多项目,会有意识地进行人员分流,以确保游客的安全。“我们分为主教练、教练、教练助理和学徒四个等级,分成几个部分对参与者进行安全保障。可以说在有真正专业人员介入的层面上,项目是安全的。”

C

安全问题如何杜绝,受损利益如何追责

其实,在商场里的运动设施出问题导致使用者受伤的情况不在少数。2016年,杭州曾有一名12岁的女孩从儿童攀岩区上摔下导致腰椎胸椎压缩性骨折;去年暑假,河南郑州的某商场里也曾出现过孩子从儿童拓展项目上摔下的事件……

究其根本,不外乎员工违规或者疏忽操作,使用器材质量没有保障,或是游客自身执行不达标导致。一些商场里的项目上明确显示“适合5-15岁的孩子使用”,但实际操作上,这个标准执行得并不严格,年龄不达标或是超出一两岁的孩子也可以进入。

随着大众体育锻炼意识不断提高,健康消费观念正在形成,健身消费进入扩张阶段。一面是快速发展的市场,另一方面,由于我国健身消费市场在监管方面存在缺位,制约着体育健身市场的

健康发展。体育健身场所满足群众健身需求的同时,也存在着虚假宣传、安全纠纷、消费风险等问题。

业内人士指出,现在存在于体育消费市场最大的问题就是法律追责困难,对于侵权行为很难界定和取证(除非有监控等强有力的证据)。浙江莫干山律师事务所姚秋佳律师认为:“体育活动本身就具有一定的危险性,经营者在提供体育活动的服务时,其比一般的经营者更应当注意安全保障义务,给消费者提供一个安全、稳定的体育消费环境,这是从经营者自身的角度来看。站在政府的角度来看,要加强我国体育健身消费市场执法监管机制建设,强化司法维权制度,才能使我国体育健身消费市场步入法制化、规范化、有序化的发展轨道。当然体育消费主体也应加强维权意识,助力体育市场净化。”