本版评论只代表个人观点，不代表本报观点或立场。

线上健身是对线下运动的有益补充

易语中的

当线下健身“蛋糕”做得更大的时候，线上健身才能迎来更好地发展。

日前，中国健身行业发布了一份数据报告，2023年第一季度线下健身场馆数量大幅提升，付费健身会员数量、平均消费支出、活跃度、训练频次等数据直逼2019年同期水平。

但线下健身房的强势回归，并没有减少线上健身和居家健身的需求。据头豹研究院数据，2019年中国居家健身市场规模达281.5亿元，5年间年复合增长率高达35.5%，根据前瞻产业研究院预测，2024年，我国居家健身行业的市场规模就将超过800亿元。

从某电商平台发布的《室内健身消费报告》显示，2023年1月至4月，居家健身产品的成交额在所有运动产品消费中位居第2，人均消费额位居第4，仅次于滑雪、冰上运动和骑行。而从消费趋势来看，轻量化、便携化是居家健身器材发展的一大显著特色，通过数字化赋能实现功能的灵活切换，在有限的空间内实现多种运动方式和收纳方式受到更多欢迎。

事实上，线下健身的强势增长，并不意味着居家健身和线上健身的份额缩减。2022年刘畊宏健身直播间一夜爆火，有了一批为“瘦”而生的“刘畊宏女孩”。自此，以家庭场景为核心的运动方式迎来了全面的爆发，也催生了一个庞大的线上健身市场。

线上健身和线下健身是相辅相成的关系，在中国，线下健身仍然是主流需求，因为它能提供独特的氛围感和陪伴感，而这些都需要教练和线下的体验来实现。运动健身品牌“超级猩猩”创始人跳跳曾表示，在此基础上，“家庭健身是在健身用户数量和质量都在提升的情况下，带来的额外增量需求。”

因此，只有当健身市场更加繁荣，健身“蛋糕”做得更大的时候，线上健身和家庭健身也才能作为其有益补充迎来更好地发展。另外，在多样化、多变性的健身需求前提下，居家健身和线上健身的核心竞争力，还是要回归到内容上。智能硬件产品卖的不是大屏幕，也不是产品本身，而是其中所包含的内容，以及后续的一整套数据回收、分析以及呈现等一系列综合性服务能力。

（易龙吟）

体育精神的魅力无关形式

陆眼观四

虽然只是一部不算完美的动画作品，但《足球小将》的影响力之所以能扩大到世界范围，正是因为作品核心的体育精神，无论以何种形式呈现都有振奋人心的力量。

近日，日本著名漫画家高桥阳一正式宣布，《足球小将》漫画将在今年4月正式完结。这部作品从1981年开始连载，至今已经连载了43年，包含续作在内，全系列漫画的世界累计发行量已超过9000万册，还多次被改编成TV版和剧场版的动画，受到广泛的追捧。

在日本无数孩子因为这部漫画的感召，而选择在学校加入足球社团，日本校园足球运动日渐火爆，高中足球联赛成为日本体育界的现象级精彩赛事，从而带动了日本足球人口的发展。

不仅如此，《足球小将》还使得全球范围内许多人因其爱上足球，并且激励几代球员，同时甚至包括伊涅斯塔、阿圭罗、托雷斯、姆巴佩在内的世界足坛巨星也亲承都受到该作品的影响。究其根本，作品的动人之处依旧在于其体育精神的内核：少年时期燃起的足球梦、永不放弃的绿茵拼搏以及在困难中一步步成长、逐辉的少年，每一个元素都足以令人热血沸腾。

实际上，体育精神从来都不仅仅呈现在赛场。一直以来，优秀的各类体育作品数不胜数：既有《灌篮高手》《棒球英豪》这样的动漫佳作，也有《排球女将》《冰上恋人》这样的荧屏精品，还有《光荣之路》《点球成金》《摔跤吧爸爸》这样的银幕经典。无论何种形式，这些广为流传、经久不衰的作品都具有一个共同点：即用自身形式特有的手段，完美表现了体育精神生生不息、体育激情驱散阴霾、体育力量蓬勃激荡的情形。

体育的力量没有界限，不仅体现在它展现全人类追求和平、交流友谊、挑战命运、共克时艰的面貌上，也体现在它以各种形式都能发挥鼓舞人心的作用上。无论身处何时何地，以何种形式呈现，体育精神都能给人以向上的力量。

（陆英健）

冠名新政为“活下去”提供更多方式

嘉言懿行

足协发布的新政策中关于“开放俱乐部冠名”的有关条款虽然引发一些争议，但从长远来看，新政不仅给了不少俱乐部“活下去”的方法，也给了俱乐部“活得好”奠定了一些基础。

新年伊始，中国足协关于职业俱乐部政策调整的文件引爆中国足坛，对此次政策调整各项条款的分析、辩论声音也一直不休。其中，大部分声音对于重新开放俱乐部对球队冠名这一条款尤为关注。

近几年来，中国职业足球俱乐部生存状况不佳，各级联赛共近50家俱乐部从职业足球版图上消失，“活下去”成为不少职业俱乐部之间的共识。球队可获得冠名合作后，不少俱乐部能得以缓解资金困难，进一步改善生存状况，保证联赛的健康推进。

不过，关于冠名新政中，一条细则引起热议，即俱乐部所属球队不得接受俱乐部股东的字号、商号或品牌（包括与其相似的汉字或词语）的冠名。“球队冠名不能出现股东名字，那股东为什么要投资足球。”成为主要争议点。

实际上，中国足球现如今的定位，处于救市，而非发展。仔细梳理此番足协冠名新政，“股东不可冠名”的规定，可以看作是足协在倡导各俱乐部，还是要力求在自身股东方之外，寻求与其他企业的合作，争取实现“强强联合”。如此便不难发现，新政策不仅聚焦俱乐部“活下去”这一主要矛盾，还为俱乐部未来“活得好”提供两点期待。

一方面，开放冠名必然给各俱乐部带来一笔收益，对于一些大俱乐部而言，开放球队冠名，实际上等同于提供了与大赞助商进一步深度合作的一个桥梁。不光是球队名称，在队服广告、主场广告等露出点，俱乐部或赞助商可以实现“打包买卖”。

另一方面，像诸如梅州客家、南通支云，乃至一些中甲、中乙俱乐部，开放冠名也让这些俱乐部多了一条谋生之路。这些俱乐部可以通过吸引一些其当地相对体量不大的民营资本，在现阶段无力注资收购俱乐部的情况下，通过购买球队冠名的方式，从而介入职业足球。对于企业来说，一来投入金额不大，并且可借助足球实现品牌宣传，二来可以通过球队冠名方式，以一个过渡期的状态，提前摸底职业联赛。而俱乐部也可以通过冠名商到股东的流转，形成良性循环

对于当前的中国足球来说，让俱乐部先“活下来”，是谈论一系列重大命题的先决条件。此次足协关于冠名权的相关政策，不仅给困境中的俱乐部注入生机和希望，也给一些俱乐部的未来发展提供更多可能。

（谢嘉伟）

外援权重降低是持续向好的信号

雨出惊人

竞争愈发激烈、国内棋手整体实力提升，导致围甲联赛韩国外援权重降至低点。背后反映了国内优秀少年棋手的不断涌现，让棋队有了更大的用人余地。

当前，2023年围甲联赛常规赛三分之二的赛程已过。本赛季一共有10名韩国外援和2名日本外援出现在围甲联赛参赛阵容中，十轮过后共有9名韩援和1名日本外援出战，9名韩国外援胜率均未过半。从当前联赛形式来看，不少人都认为，相较于围甲联赛初期，外援对于如今围甲联赛起到的作用正在不断淡化，如此发展，未来外援的高价市场土壤也将不复存在。

实际上，随着联赛日趋成熟，内部棋手的竞争也在逐渐变得激烈，尤其是国内选手的水平正在逐年提升。作为联赛中的多数群体，国内棋手对比赛的影响增强，相应的外援的影响就会逐渐减弱。

通过22年的职业化运作，围甲联赛对国内年轻棋手来说，一方面可以提供一年500多盘对局，获得良好的实战机会；另一方面也可为棋手提供较为稳定的收入。从事围棋运动的人口也越来越多，颇有潜质的小棋手也随之多了起来。

以上几点因素相加，今年出战联赛外援只剩下10人也就成为情理之中的事了。当前，韩援对排位形势的影响也在减弱，申真谞本赛季仅出场7次，3次担当主将，也未影响苏泊尔杭州位居榜首；朴廷桓胜率未过半，深圳龙华依然排名第三。

不难看出，当前对于围甲联赛来说，外援的权重已然降至低点，这背后，不仅是外援的战绩在下降，对棋队成绩的贡献在逐渐减少，同时也反映出目前中国优秀少年棋手的不断涌现，让棋队有了更大的用人余地。如此现象，正在为中国围棋运动的未来发展，奠定新的基础。

（李雨童）