

在丽水，“体育+”创造消费新空间

特约记者 沈 隼

“

“享受大汗淋漓的畅快”“让运动成为一种生活方式”“见人不如健身”……近年来，影视作品、奥运赛事不断激发着大众的运动意愿，新兴的运动项目也逐渐在丽水年轻人中风靡。从传统的跑步、登山、徒步，到最近几年兴起的飞盘、骑行、网球、综合体能训练等，在人们日益注重健康和生活质量的趋势下，活跃在各个运动场馆的运动爱好者以及这股热浪背后迅速蓬勃的“体育+”产业，正不断开启体育消费的新场景。

在今日丽水，体育已不仅是一种运动，更是一种生活态度、一个文化符号，一片波澜壮阔、潜力无限的消费市场。在这片浩瀚的蓝海里，“有颜值、有价值、有个性”的体育经济新生态，正悄然崛起。

”



◆“小众”运动走向大众

夜幕降临，在位于丽水体育中心的黑马网球俱乐部的室内室外场地上，不少小网球手与教练一同挥汗如雨。俱乐部合伙人之一谢雨洋介绍，今年夏天，他真切感受到了奥运会上中国健儿在网球项目取得的佳绩，给网球运动带来的热浪。

谢雨洋说，作为商业化程度较高的运动之一，网球掀起的这波热潮，少不了明星运动员的带动，“致电询问培训事宜的咨询量也明显增加，其中六成以上关于少儿培训。”

黑马网球俱乐部是丽水第一家成规模的、公司化管理的网球培训机构，也是丽水唯一一家和PTR中国合作的赛事机构。如今，俱乐部的训练基地，也是丽水少体校网球训练基地。在丽水创业之前，谢雨洋曾在上海从事网球教练工作，“上海、北京等一线城市对网球这项运动的认知、培训体系已经相当成熟，无论是网球运动爱好者或是少儿会员的家长，对网球都有一定的了解。相比之下，丽水市场还有广阔的发展潜力。”

据谢雨洋介绍，由于早期在丽水参与网球培训的人并不多，教练团队

也不太稳定，俱乐部多以订场教学为主。随着学球爱好者的逐渐积累，在培训场地供不应求的情况下，去年5月开始，俱乐部在体育中心长期租了场地，拥有了3片室内空调场和5片室外场，俱乐部公司化运营模式也逐渐步入正轨。今年，随着奥运会、中国网球公开赛等赛事效应，丽水掀起了新一轮网球热。

“以前夏天，考虑到气温高，暑假的培训课程都是下午四五点开课。今年暑假，正午时间球场内依旧热闹非凡，这股热潮一直延续到开学之后，孩子们学习网球的热情也丝毫没有减退，许多孩子每天一放学就来球场打球。今年还出现了另一个新现象，我们多了许多亲子课，很多家长因为孩子学网球，自己也爱上了这项运动，比起暑假，我们现在反而更忙了。”

前些年，丽水人提到运动，想到的可能更多是跑步、健身等常规锻炼方式，而现在，年轻人的运动更加多元化，随着他们逐渐成为运动健身市场的主力军，昔日的小众运动得以更快地进入丽水人的视野中。

◆掀起多元城市运动潮流

去健身工作室“燃烧卡路里”，是很多丽水年轻人的运动首选。走访丽水各个健身工作室时记者发现，“95后”“00后”已成为健身市场的主力军。

“现在，会员对于个性化和专业化健身服务的需求不断增长，健身的方式正变得日益多元，不再仅局限于减脂瘦身，而是开始追求力量训练和体能训练。越来越多年轻人希望通过这些训练提高身体的爆发力、耐力和敏捷性，增强综合素质。”位于丽水市区中东路“飞致轻健身”是以团课、私教为主的健身工作室，不断更新团操课程是不可或缺的内容。工作室负责人张多尼透露，大部分健身新手不敢立即走进力量训练区，又不想只是枯燥地在跑步机上奔跑，于是倾向于选

择体验不同项目的团操课，从中找到自己真正中意的运动项目、培养运动习惯，“而对于对体能、力量以及身材有更高要求的健身人群来说，则可以根据自身能力在团课中分配体能运动，得到更高的运动回馈。”

在位于宇雷路的重塑健身工作室里，从2.5公斤到50公斤的哑铃再到94公斤的壶

铃，各种极限力训重量应有尽有。用负责人魏挺的话说，“能够想象得到的力训器械，在工作室里都能找到”。

“我们从最早的功能性训练调整为现在以力训为主，课程上也不再以传统模式售课，而是采用小课时售课。”魏挺告诉记者，现在健身工作室普遍在做转型，致力于做出自身优势和特色，“消费者可以根据自己的运动偏好选择工作室、制定训练周期，而我们则提供量身定制的训练方案、疲劳监测，找到与其相匹配

的运动价值。”

不难发现，当代运动健身爱好者不再追求单一目标，而是向着更全面、更多元的发展方向，这也倒逼着健身市场从业者的专业性调整。“工作室的价值体现在多个层面，不仅要为多元需求的健身爱好者提供优质课程内容，还要通过持续的培训资源帮助他们提升、进步，更重要的是营造出一种积极、快乐的健身运动氛围，参与形成城市运动风尚，让更多人真正爱上运动、不断壮大运动消费群体。”张多尼说。

◆“体育+”激发消费新场景

越来越多的小众、新兴运动“破圈”，对于激发体育消费活力和潜力的影响无疑是具有前瞻性的。在体育产业繁荣的背后，是无数人对健康生活的向往与追求，由此也让“体育+”经济不断打开消费新场景。

俗话说“三分练七分吃”，运动爱好者对于健康饮食需求的改变首当其冲。打开外卖平台，搜索“轻食餐”“健身餐”“简餐”字样发现，仅市区就有近百家轻食外卖餐厅，月售1000份以上的商家也有10余家，很多商家还在餐品上标注出了卡路里数值。

无独有偶，在重塑和飞致健身工作室里，记者看到，工作室的一边是健身运动区块，另一边则分为饮食休闲区块。两家工作室都有各自轻食餐饮供应，不同的是一个是中式轻食健身餐为主，另一家则主打的是西式轻食健身餐。

当下，以低热量、低脂、低糖为标签的“轻食”逐渐俘获了一批健身人士和年轻人的心。贴着低脂、低卡、健康

等标签的“轻食”悄然兴起，逐渐成为丽水年轻人的新宠。

早在2014年就开始做轻食健身餐的重塑工作室，是丽水最早一批轻食餐饮从业者。如今，重塑不仅在丽水有一批固定的餐饮人群，还在湖北黄石开了轻食餐饮，占据着颇为稳定的市场份额。

“最早做的是西式餐食，在第二年改为中式轻食餐品，价位调整到20元上下，逐渐积累出稳定的消费人群。”魏挺告诉记者，现在餐品的日出单量约160份，主要以外卖为主，“最多的一天超过了200单”。

“露营热”带动了露营装备、户外食品热销；“骑行热”持续升温让骑行爱好者们为装备“买单”的同时也带动装备产业发展；注重减脂、瘦身的年轻消费主力军则不断打开轻食餐饮的消费市场……近年来，随着人们消费能力和体育消费需求的日益提升，“体育+”经济持续火爆。

已经在丽水从事10年轻食餐饮的魏挺也明显感受到丽水年轻人逐年增长的轻食餐饮需求，他告诉记者，为了满足消费需求，他正准备联合有需求的健身机构构建中央厨房，同时针对消费新需求推出包周包月的个人定制产品。

在业内人士创新尝试的推波助澜下，诸多新兴运动方式也让“体育+”经济模式迎来发展新局面。多元化的“体育+”消费新模式，正在解锁庞大的市场可能性与发展潜力。

