

健身 App 双线融合推动体育健身高质量发展的 现实逻辑、协同机制及优化路径

张恩齐, 张强弓, 王传芳, 向凌志
(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

摘要: “双线融合”既是体育健身转型升级的现实需求, 也是对健康中国国家战略的积极响应, 更是满足广大民众体育健身诉求的重要保障。本研究运用文献资料法对健身App双线融合推动体育健身高质量发展的理论逻辑、协同机制及优化路径进行探讨。研究表明, 转型升级的现实需求、双线融合的协同优势、健身诉求的综合实现、国家政策的积极推进是健身App双线融合推动体育健身高质量发展的理论逻辑。健身App双线融合推动体育健身高质量发展的协调机制主要包含健身课程的协同机制、健身比赛的协同机制、健身商城的协同机制、健身社区的协同机制(健身App双线融合推动体育健身高质量发展的协调机制主要涉及课程、比赛、商场、社区等要素)。在此基础上, 提出促进市场资源整合, 提高系统运作效率; 推动健身社区建设, 拓展体育消费场景; 实现双线业务互通, 助力服务转型升级; 推进健身跨界融合, 提升行业发展潜力; 优化健身政策环境, 解除行业发展瓶颈等健身App双线融合推动体育健身高质量发展的优化路径。

关键词: 健身App; 高质量发展; 双线融合

The Practical Logic, Coordination Mechanism and Optimization Path of Fitness App Dual-line Integration to Promote the High-quality Development of Sports Fitness

ZHANG En-qi, ZHANG Qiang-gong, WANG Chuan-fang, XIANG Ling-zhi
(School of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China)

Abstract: “Dual-line integration” is not only the realistic demand for the transformation and upgrading of sports and fitness, but also a positive response to the national strategy of healthy China, and an important guarantee to meet the demands of the masses of sports and fitness. By using the method of literature, this paper discusses the theory logic, coordination mechanism and optimization path of fitness App dual-line integration to promote the high quality development of sports fitness. The research shows that the realistic needs of transformation and upgrading, the synergistic advantages of dual-line integration, the comprehensive realization of fitness demands, and the active promotion of national policies are the theoretical logic for the dual-line integration of fitness Apps to promote the high quality development of sports fitness. The coordination mechanism of fitness App dual-line integration to promote high-quality development of sports fitness mainly includes the coordination mechanism of fitness courses, fitness competitions, fitness mall, and fitness community (The coordination mechanism of fitness App dual-line integration to promote high-quality development of sports fitness mainly involves elements such as courses, competitions,

shopping malls, and communities). On this basis, it is proposed to promote the integration of market resources and improve the efficiency of system operation; Promote the construction of fitness community and expand the sports consumption scene; Realize the interworking of dual-line services to facilitate the transformation and upgrading of services; Promote cross-border integration of fitness and enhance the development potential of the industry; Optimize the fitness policy environment, lift the bottleneck of industry development and other fitness App dual-line integration to promote the optimization path of high quality development of sports fitness.

Key words: Fitness App; High quality development; Dual-line integration

1 前言

国务院办公厅在2021年颁布的《全民健身计划(2021—2025)》指出,到2025年经常参加体育锻炼的人口要达到38.5%。2019年颁布的《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》指出要改善产业结构,丰富产品供给,进而提升体育服务业比重。2015年颁布的《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》指出,加快推进“互联网+”发展,有利于重塑创新体系、激发创新活力、培育新兴业态和创新公共服务模式^[1]。在互联网+不断发展以及国家对全民健身、体育消费政策的支持下,民众对美好生活的需求增高,人们的健康意识逐渐增强,也对健身的内容和消费的形式提出更全面的要求。

健身App与线下健身房都有着各自的优势。因此,健身App双线融合有利于线上线下健身资源的优势互补,有利于满足广大民众多样化的健身诉求,也有利于推动健身行业高质量发展。新冠疫情爆发之初,虽然线上健身成为广大健身爱好者的“被动选择”,但是线上健身的优势和便利得到充分体现,当然其劣势也显而易见。消费者发现线下健身的环境、效果等方面的优势是线上健身无法替代的,因此,越来越多的健身爱好者又转向了线下,至此线上健身App的用户量渐渐减少,健身App的可持续发展受到冲击,进入发展瓶颈期,故拓展线下健身场景,实现健身App与线下健身场景的协同发展变得尤为重要。然而,目前学界对于健身App的理论与实践研究主要集中于参与意向、制约因素、用户体验及服务设计等方面。为缓解健身App可持续发展的现实困境,本文对健身App双线融合推动体育健身高质量发展的理论逻辑、协同机制及优化路径进行深入探讨,以期拓展体育健身发展路径选择,进而推进体育健身高质量发展。

2 双线融合的概念界定

通过对相关文献进行梳理分析可知,关于体育健身线上与线下融合这一内容,郑贺、钟丽萍、龙寰宇、张舒琪等人均曾做出过相关界定。

其中,郑贺(2021)^[2]认为,双线融合是把科技迅速融入老百姓的日常体育活动之中,由此增强了人们的健康意识,促使体育参与人数大幅增加,推动公共体育发展驶入前所未有的快车道。该论述清晰地阐述了双线融合是将科技与日常体育锻炼相结合的理念。然而,该定义过于宽泛,对于如何将新型技术融入体育活动并没有做详细阐述。

张舒琪(2023)^[3]在前者的基础上进一步定义了双线融合,其认为线上+线下融合发展体育健身服务平台的内涵是将现代网络技术与传统体育健身相结合,借助现代网络技术的优势来融合发展体育健身服务业,进而实现线上线下资源共享,为人们参与体育健身活动拓宽新渠道。这一概念是在钟丽萍相关研究的基础上对体育健身服务平台与传统体育的融合进行探讨,但并没有真正体现出双线融合的内在价值。

龙寰宇(2023)^[4]认为,双线融合是利用新兴网络技术对线上和线下的消费服务产品从供给侧进行结构升级优化,进而呈现出的一种全新的运营模式,且已成为行业未来新的发展方向。健身服务业与数字经济相融合所产生的“互联网+健身”模式,利用了互联网技术的优势,改变了传统的销售模式。该概念较好地从事消费的双线融合角度进行了定义,体现了体育消费在供给端与出口端双线融合的优势。

从上述学者对双线融合概念的界定以及相关阐述中不难发现,对于双线融合的以下本质内涵,学界已达成一定共识:其一,在双线融合过程中,融合的主体为线上线下的体育健身活动;其二,双线融合的目的是为了实现体育健身线上线下的业务互通、资源共享,进而实现互利共赢;其三,双线融合的核心在于促使线下体育健身与线上体育健身实现互通融合。

综上所述,本文认为,健身App双线融合的内涵是将健身App与线下健身驿站相融合,充分利用健身App的人工智能技术以及线下健身房的高专业性技术优势,实现线上线下资源共享、业务互通,促使流量共同增长。以此让体育健身人群能够更便利地参与体育健身活动,进而推动体育健身高质量发展。

3 健身 App 双线融合推动体育健身高质量发展的现实逻辑

3.1 转型升级的现实需求

2021年3月11日,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》着重强调,必须全面推动数字经济发展,建设全面信息化的数字中国。体育健身已然迈入新的发展阶段,在此情形下,互联网+经济正逐渐成为引领体育经济增长以及推动体育消费市场发展的新引擎^[5]。

体育的发展状况能够深刻反映一个国家的综合实力,大众健身作为对健康中国国家战略的积极响应,其转型升级有着重要的意义。伴随中国特色社会主义步入新时代,我国体育健身整体发展所存在的不充分、不平衡问题日益凸显。其中,体育健身的供给结构不合理问题尤为突出。我国是城乡二元结构,体育健身在城镇与乡村之间的发展极不对称。我国在体育健身产品供给、体育健身服务、体育健身文化等方面在发展过程中均出现了不合理的状况。体育健身线上线下融合是互联网+体育的缩影。双线融合可以推动线上线下消费实现深度融合,进而发展消费新业态与新模式。《政府工作报告》曾多次指出,要充分展现“数字技术与实体经济加速融合”的成果,着重强调“巩固壮大实体经济根基”,以此促进数字经济发展。

线下体育健身的整体市场环境呈现出下滑态势,体育消费者的健身需求难以得到有效满足。据相关数据显示,2022年线下付费健身会员人数下降了4.9%,健身俱乐部和健身工作室的数量分别下降了5.48%和12.34%。与之形成鲜明对比的是,居家健身人口有较大幅度的增长,且女性已然成为健身消费市场的主力军。在社交平台及直播平台的助力下,更多人加入到了居家运动健身的行列之中,参与线上体育健身的人口基数整体上大幅攀升。随着大众经济收益的不断提高,消费者对体育健身提出了更高质量的要求。然而,目前健身市场推出的产品与服务基本是以自我为中心进行设计与提供的。体育健身行业亟待改革,其产出的优质内容应当从客户的需求角度出发,契合客户需求,而非仅仅让客户被动接受。

体育健身企业的双线供给模式为产业发展注入了新的活力。长期以来,我国体育消费市场的发展一直受到大众消费需求疲软和受众基础不牢固等多重因素的制约。其中,健身服务与产品的“新质化”与“高端化”水平不足已然成为显著的发展瓶颈。在此背景下,以健身App为代表的互联网等信息技术的深度融合,对于增强健身企业的生产灵活性与市场应变能力具有显著的促进作用。因此,互联网等信息技术的融合不仅是提升健身

产业竞争力的关键举措,也是实现产业升级、迈向价值链高端的必由之路^[6]。在数字经济时代,体育健身双线融合以数字化、信息化为核心,以满足国家、社会、健身企业等多元主体的体育需求为目的,构建协同、共赢的发展关系,进而为我国体育健身发展提供坚实的理论支撑。

3.2 双线融合的协同优势

体育健身线上线下融合是实现线上和线下全渠道无缝对接、无边界融合的商业运营新模式,满足消费者追求高品质健身体验与健身便捷性需求的新业态。通过整合线上平台和线下实体门店,能够打造出一个全方位、多维度的健身体验空间。双线融合有利于弥补双方短板,发挥长板效应。

健身App相较于线下健身房的优势有:(1)消费水平低。App的盈利模式可大致分为两类:一类是以广告和服务为代表的健身App,例如Keep,消费者可在App上免费学习训练课程;另一类则是需开通会员才能享受精品课程。(2)不受时间限制。健身App可以让用户随时随地想练就练,可以充分利用碎片化时间进行健身。(3)记录健身数据。大部分健身App都具备记录运动健身数据的功能,这对于量化运动过程与结果、使大众了解自身各项身体指标,以及修正生活方式颇有帮助。(4)社交功能用户可以在App上与全国各地的健身人士交流健身心得、分享健身效果,是当下一种新型社交模式。

线下健身的优势同样不可替代:(1)满足个性化需求:线下教练可以根据用户的体测报告进行一对一深度交流,进而提供具有针对性的指导训练计划,以满足每一位用户各不相同的健身需求;(2)满足社交需求:通过参与运动健身活动,用户可以结交新朋友,从而满足社交方面的需求。

双线融合能够实现资源配置的最优化和经济效益的最大化。随着线上健身App市场的不断普及,体育健身产业在拓展线下市场时,应考虑融合健身App市场以满足消费者需求。首先,可以对线上线下客户资源进行市场调查,深入了解其需求,充分挖掘消费潜力,进而开展共同营销活动。其次,整合线上线下产品供给与销售渠道,实现健身消费产品从线上到线下的多元渠道供给与营销。最后,对新型健身产品线上与线下同步推广销售,以此扩大和普及产品的销售范围。

3.3 健身诉求的综合实现

近年来,我国健身人群的渗透率逐渐升高。经济水平的提升直接促使居民从基础的物质生理需求向更高层次进发。“健康意识的崛起”使得人们对于身体的改造有了更多方式,线下健身活动如举铁、瑜伽、

游泳等,可以直接刺激肌肉和心肺功能,进而达到塑造身材、提高体能以及增强心肺功能的目的。线上健身方面,通过观看健身视频、参加在线健身课程、使用健身App等方式,人们可以根据自己的时间和地点,以灵活、便捷的健身方式开展锻炼,同样也可以获取更多的健身知识和技巧。此外,线上健身还可以提供更多的个性化健身方案和指导,以满足不同人群的健身需求。

就心理改造而言,线下健身可以提供更多的社交和互动机会,有助于促进社交和交流,缓解压力和孤独感,进而增强自信心和自我认知。同时,通过体育锻炼可以释放身体内的内啡肽等化学物质,从而改善心情。线上健身可以带来更多的便利和灵活性,可以更好地适应人们的工作和生活节奏。对于部分特殊人群,如“社恐”“焦虑”“自闭”等人群而言,线上健身可为其提供一个私人的健身空间,缓解压力和焦虑,同时还可避免一些尴尬的社会现象,如“健身房对女性的凝视”。

总体来讲,线下健身更加直接,互动性更强,能够激发锻炼热情,排解孤独感;线上健身则更加灵活多变,可保护隐私,释放自我。两者相互融合后,客户可以根据自身的身体能力、情绪状态在线上和线下来回切换,从而满足个性化需求。

3.4 国家政策的积极推进

体育健身政策本质上是国家对全民健身活动的主动干预,其具有引领性作用^[7]。《全民健身计划(2016—2020)》指出,全民健身已成为促进体育产业发展、拉动内需和形成新的经济增长点的动力源。支撑国家发展目标、与全面建成小康社会相适应的全民健身公共服务体系日趋完善,政府主导、部门协同、全社会共同参与的全民健身事业发展格局更加明晰^[8]。

近年来,随着互联网技术和大数据等高新技术的迅猛发展,这些技术与健身服务业的深度融合已经成为一种不可逆转的趋势。这种深度融合不仅极大地推动了健身服务业的创新和发展,而且也受到了政策制定者们的高度重视,成为他们制定相关政策时的重要议题之一。同时,随着我国体育产业的整体性、系统性推进,体育产业已逐渐崭露头角,成为国民经济发展的新引擎、新动力。这一变化,充分体现了党和国家对体育产业的高度重视与深切期望,也预示着体育产业在未来国民经济中将扮演更加重要、更加积极的角色。因此,健身体闲产业的发展能够深度挖掘大众体育健身消费潜力,引导健康消费理念,加强特色健身体闲项目。

国家政策不断推进体育健身的改革,提升发展质量

和效益,壮大市场主体,丰富产品和服务供给,以满足大众层次多样的健身体闲需求。^[9]针对体育健身的发展现状和问题,各级体育行政部门积极加强职能建设,充实体育工作力量。体育健身深化改革,线上线下不断融合是未来工作的重点。

4 健身App双线融合推动体育健身高质量发展的协同机制

4.1 健身课程的协同机制

双线融合健身课程的制定需通过了解自身的身体状况,在时间和空间上选择最适合自己的训练计划。如图1所示为健身课程双线融合的协同机制图。协同的内容主要分为两个部分,即评估+健身课程设置。评估分为线上的系统评估和线下的专业仪器+教练评估,健身课程的设置包括健身App视频跟练课程以及线下专业教练实地指导课程。本图为双线融合健身课程设置提供了8种协同机制:(1)系统评估→线上课程:以Keep为例的健身App对用户各项指标进行系统评估,包括性别、身高体重、训练部位、伤病等。用户填写结束后,系统会推荐线上跟练视频课程。

(2)线上课程→系统评估:用户完成阶段性的训练课程后,将个人指标以及训练期望反馈给系统,系统再逐步安排进阶课程。(3)仪器+教练评估→线下课程:线下健身房以体测仪+教练评估体态为主要形式的评估手段。首先,体测仪评估的内容有体重、体脂、代谢、身体物质组成等;体态评估时,被测者站于体测图前拍照分析其体态问题。最后,教练会根据检测结果进行课程安排。(4)线下课程→仪器+教练评估:客户完成教练安排的周期性课程后,会通过重新评估来检验训练效果,通过反馈精准调整训练课程。

(5)仪器+教练评估→系统评估:学生、上班人群因健身时间不固定,在时间和空间上不能完成线下健身课程,需要适合自身情况的线上锻炼指导。可先在线下进行专业评估,然后将评估指标输入到系统评估中,让系统安排精准线上课程。(6)仪器+教练评估→线上课程:由于时空限制不能完成线下锻炼,可在线下进行评估后,让健身教练推荐线上健身课程。(7)线上课程→仪器+教练评估:锻炼者结束阶段性的线上课程锻炼后,可在线下通过仪器和教练的评估对自己的训练效果进行检验,分析身体状况,教练会推荐更合适的线上课程以及推荐线下进行专业健身的指导。

(8)线下课程→系统评估:客户完成线下的训练课程后,由于时空等各方面原因不能继续线下练习,可转向App进行线上锻炼,并先由系统进行评估反馈。

4.3 健身商城的协同机制

体育健身 App 商城与线下健身驿站商城相结合,以开发新的消费场景,契合年轻消费者的付费习惯。如图3所示为健身商城双线融合的协同机制图,协同内容分为两个部分,分别是供给端(线上电商和线下驿站商城)、消费端(线上购买和线下购买),为双线融合健身商城提供了6种协同机制:(1)驿站商城→线上电商:驿站商城的种类少于线上电商,其主要为客户提供一个线下体验健身产品的机会。如果客户有意向购买则可以在线上电商进行集中采购,价格依据线上电商的价格行情上下浮动,地域性客户在线上 App 下单后可从附近驿站

提货。(2)线上电商→驿站商城:线上电商可依据客户下单区域就近从驿站提货。(3)线上电商→线上购买:用户可在健身 App 商城进行了解,然后在线上购买商品。(4)线上电商→线下购买:消费者可通过线上电商了解产品,经由驿站商城实地体验后在线下购买。(5)驿站商城→线下购买:消费者可通过驿站商城线下选取购买健身商品。(6)驿站商城→线上购买:可在驿站商城中选中商品,根据其促销活动(例如618、双十一等),客户在线上购买可享受折扣。客户在选好产品后,若从线上购买,可将产品直接邮寄到想要送到的位置,如送朋友、搬家等情况。

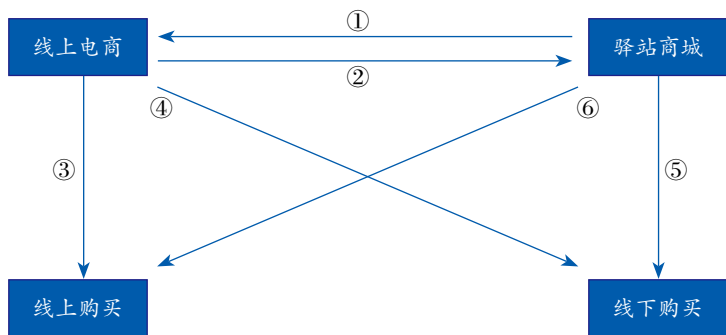


图3 健身商城协同机制

4.4 健身社区的协同机制

双线健身社区的融合使客户建立深度连接,增强了客户的社群认同感和归属感,从而增强了用户粘性。如图4所示为健身社区双向融合的协同机制图,协同的内容分为两个部分,即线上社区(亦即 App 社区,分为全国社区、圈子(话题)社区以及驿站社区)和健身驿站社区,为双线融合健身社区提供了6种协同机制:(1)线上社区→全国社区:精选用户的“晒运动”文章,并发布至平台,为健身群体搭建分享、交流、学习健身内容的平台。(2)线上社区→线上驿站社区:精选全国健身驿站、本市以及本店驿站用户的健身分享内容,以供社区成员进行线上分

享、交流、学习,从而为线下健身驿站引流。(3)线上社区→圈子(话题)社区:提炼不同运动项目、不同健身部位等热点话题,如“跑步爱好者”“帕梅拉女孩”“瘦腿联盟”等,以此进一步强化锻炼者的健身认同感与健身归属感。(4)线上驿站社区→健身驿站:用户通过线上社区交友,分享健身,到线下一起锻炼。(5)健身驿站→线上驿站社区:在同一健身驿站健身所产生的照片、文字、定位等内容,更容易引起线上驿站社区的认同感。(6)圈子(话题)社区→线上驿站社区、健身驿站:在热门圈子话题的引导下,线上驿站社区和健身驿站之间的交互内容及方式更加多样化。

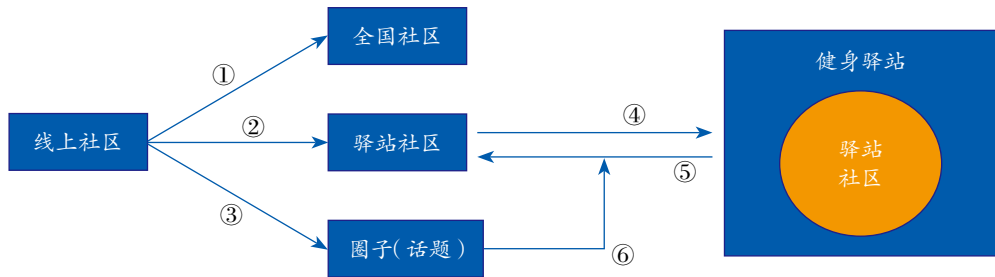


图4 健身社区协同机制

5 健身 App 双线融合推动体育健身高质量发展的实现路径

5.1 促进市场资源整合, 提高系统运作效率

为确保资源配置达到最优状态并实现经济效益的最大化, 必须坚持产业间协调发展的基本原则。通过细致地调整供给与需求的结构, 确保两者之间的平衡和协调。同时, 推动市场的重组与融合, 打破行业壁垒, 促进资源的自由流动和优化配置。相关产业的融合发展将逐步趋于合理化, 实现产业链的高效协同。

当前体育健身市场分为线上体育健身 App 市场和线下健身市场。为深入贯彻落实体育强国战略, 进一步推动体育健身 App 与线下市场的深度融合, 应集中精力重点突破以下关键领域, 将其作为推动发展的主要着力点:

(1) 线上课程与教练资源整合: 线上精心提炼精品课程, 线下安排金牌教练, 实现线上线下业务的互通; (2) 比赛资源整合: 将线上比赛信息发布到每个健身驿站, 由健身驿站通知每位健身会员, 推动线上线下比赛同步开展, 以激发训练热情; (3) 社区地域整合: 按区域划分出线上线下健身社区, 借助 App 可便捷地寻找健身“铁友”, 并通过热门话题“点燃”健身社区氛围; (4) 体育产品销售渠道整合: 旨在通过健身 App 与线下企业的深度合作, 达成新健身产品或服务的线上线下一体化销售推广战略。^[10]通过此种方式, 企业能够确保其所提供的产品与服务能够更全面地满足广大客户群体的多样化需求。

双线融合在各类专职人员的协同配合下实现系统优化, 达成 $1+1>2$ 的效果。各个部门作为子系统, 相互促进, 影响着内部的运行和变化, 推动双线融合的协同发展。

5.2 推动健身社区建设, 拓展体育消费场景

社区功能旨在满足用户的情感化需求, 为用户提供一个互动、分享、展示自我的平台。依据马斯洛需求层次理论的严谨分析, 个体在满足较低层次的需求后, 才会进而追求更高层次的需求, 而高层次需求往往通过在社交媒体上获得他人认可得以实现。

推动体育健身社区建设有利于探索多元体育消费场景。App 线上社区与线下社区在拓展建设并融合后, 使用户的消费认同得到进一步提升。第一, 提供双线互动平台。为运动健身爱好者提供一个沟通交流的平台, 用户可在社区内进行交流, 获得自己所需要的健身知识, 分享健身课程, 讨论健身产品和健身赛事。第二, 分享。用户在健身后, 满足自我需求的一种体现就是展示自己的运动成果。用户将运动后取得的成绩置于社区展示, 附带的 IP 属地信息可能会吸引就近同地域人群由线上社区转向线下社区, 借助地域认同感拓展相近人群在线下

健身驿站的消费场景。

5.3 实现双线业务互通, 助力服务转型升级

体育健身 App 与线下健身驿站实现业务互通, 有助于将原本分散的各类功能加以整合, 从而构建起一套高效的市场机制。此举旨在强化体育健身市场的资源配置效能, 拓宽交易空间, 并进一步提升市场竞争效率。具体而言, 线上线下盈利模式之间的相互借鉴与融合显得尤为关键: (1) 线下健身房可积极借鉴线上健身 App 的创新模式, 在传统年卡制度的基础上, 引入更为灵活的月卡制度, 以此吸引更多用户, 提升线下健身驿站的客流量。同时, 通过线上客户体验线下专业健身指导的方式, 实现线上用户向线下的有效引流, 促进双方市场的共同繁荣。(2) 此外, 应充分利用人工智能、物联网等先进技术手段, 实现对体育健身消费者偏好的精准预测与分析, 进而引导健身服务企业提前进行市场布局, 以更好地满足消费者的多元化需求。(3) 扩展健身服务行业产业链, 通过双线模式大力发展健身周边产品, 提升两端的盈利能力, 延伸行业产业链, 如向健身装备、营养补给等方向拓展产品内容。

针对当前的市场发展需求以及新技术的发展态势, 传统线下健身房要充分利用线上健身 App 的大数据与人工智能的推广优势。在健身课程评测、训练计划安排以及训练成果反馈等方面, 根据客户需求进行合理安排, 实现双线产品在体验、购买、售后服务等环节的一体化。通过双线健身比赛赋予用户归属感, 借助双线健身社区增强客户粘性。

5.4 推进健身跨界融合, 提升行业发展潜力

随着全球经济一体化进程的不断推进和深化, 体育产业已经不再是一个孤立的领域, 而是与教育、旅游、零售、金融等多个行业紧密相连, 形成了一个多元化的产业生态系统。这种跨界融合的趋势, 使得体育培训、体育旅游、体育零售、体育保险等一系列新兴业态应运而生并蓬勃发展。^[11]

体育健身是体育产业的子系统, “体育健身+”是体育健身元素、体育形态、体育健身资源与其他社会资源在更宽领域、更深程度、更多层次上的融合和创新, 能够激活体育健身产业结构的升级和优化生命力。一方面, 体育健身双线融合使其内部实现相互增值, 系统运作效率得以提升; 另一方面, 在与体育相关产业融合后, 教育产业、旅游产业、零售行业等相继发挥作用, 实现“ $1+1>2$ ”的融合效应。借助“体育健身+”, 产业融合后在体育健身领域实现了新的发展, 产业融合以引导需求为主导, 在特定的产业范围内形成体育产业相关业态组合。打造体育“健身+”线上线下共享平台、整合优

化专业技术资源、汇聚社会多渠道资金资源,为体育健身跨界融合提供有效的资源支撑。

5.5 优化健身政策环境,破除行业发展瓶颈

产业政策作为健身服务业崛起与发展的关键驱动力,同时对行业未来发展的导向与规范发挥着至关重要的作用。2016—2020年期间,国务院办公厅、国家体育总局等政府部门先后颁布了7项关于互联网与健身服务业融合发展的相关政策,这些政策的出台为我国“互联网+健身”的融合发展营造了良好的发展环境。

目前,尽管已有诸多政策在宏观层面进行引导与支持,但为进一步推动产业与行业的深入发展,尚需在“宏观引导”的基础上,细化相关配套政策,明确线上线下健身服务企业的具体发展方向。具体策略如下:

(1) 制定支持健身App与线下健身驿站在智能化信息改造方面的政策举措。依托政府的引导力量,促进陷入困境的健身企业实现线上线下双线融合,重振企业活力。(2) 为体育健身双线融合类企业营造优良的投资与融资环境,以推动新型业态的蓬勃发展。(3) 明确行业发展标准,制定行业发展规划。为促进健身服务业的线上线下融合发展,需营造一个有利的环境,这包括提供政策支持、加强基础设施建设以及推动技术创新等多方面的支持。

6 结论

在“互联网+体育”的战略框架下,体育健身应用程序与线下健身服务驿站深度融合发展,已逐渐成为我国健身服务业发展的主流趋势。此举旨在通过线上线下一体化服务模式的构建,促进健身资源的优化配置与高效利用,进而提升全民健康水平,加速体育产业的现代化进程。双线融合仍处于起步阶段,其进一步的良好发展能够满足国家、社会、企业三方的发展需求。因此,本文从促进市场资源整合、推动健身社区建设、实现双线业务互通、推进健身跨界融合、优化健身政策等角度,提出了健身App与线下健身驿站融合发展的路径,并详细阐述了二者融合的机制。后续研究可围绕健身App与线下健身驿站融合的具体内容进行探索,从其他角度切入以提升体育健身的产品与服务。此外,还可以针对双

线融合后的跨界融合剖析其运行机制以及发展路径,从而推动体育健身领域的深入研究。

参考文献

- [1] 陈洋,张玲燕,孔庆波.我国农村体育消费市场振兴的逻辑理路与行动方略[J].体育文化导刊,2023(4):94-101,110.
- [2] 郑贺.后疫情时代社区体育路径选择[J].体育文化导刊,2021,223(1):47-53.
- [3] 张舒琪,钟婷玉,张蕾,等.“线上+线下”融合健身服务平台的开发研究[J].互联网周刊,2023,778(4):16-18.
- [4] 龙寰宇,钟丽萍,张洁玉,等.基于SCP范式的健身服务业高质量发展:契机·实践·进路[J].福建体育科技,2023,42(2):51-55.
- [5] 吕仲涛.以金融科技赋能开启数字化转型新篇章——工商银行数字化转型的探索与实践[J].中国金融电脑,2021(S1):8-9.
- [6] 刘建武,钟丽萍,张凤彪.健身服务业线上线下融合发展的机遇、机理与路径[J].体育文化导刊,2021(9):86-92,104.
- [7] 任波,黄海燕.中国数字经济与体育产业融合的动力、机制与模式[J].体育学研究,2020,34(5):55-66.
- [8] 中国政府网.国务院关于印发全民健身计划(2016—2020年)的通知[EB/OL].(2016-06-15)[2024-04-28].https://www.gov.cn/gongbao/content/2016/content_5088765.htm.
- [9] 健身休闲产业瞄准三万亿[J].董事会,2017(1):128-129.
- [10] 刘建武,钟丽萍,范成文.数字经济背景下我国健身服务线上线下融合发展研究[J].体育教育学报,2022,38(6):43-49,99.
- [11] 付群,胡智婷,侯想.新时代中国体育产业高质量发展的现实逻辑、内生动力和实践探索[J].天津体育学院学报,2023,38(3):322-328.