

“小而美”挑战“大而全”，健身房谋变局

一节课240元至500元不等，一对一健身私教星城渐受热捧

隐身于高层商业写字楼之中，动辄上千平方米的健身俱乐部正面临着“小而精”的“一对一”健身工作室的挑战。

“家门口新开了一家健身工作室，体验了一把私教服务，这种针对我个人制定的训练计划还挺好的，虽然面积不大但很干净。”7月19日，家住长沙县的市民唐雅如是表示。

省内健身业内人士表示，过去讲究“大而全”的健身俱乐部正面临着“小而美”的健身工作室的挑战，“今年以来，面积在100至200平方米的健身工作室增速惊人，包括舞蹈、瑜伽等类型，预计增幅高达70%至80%。”

面积小环境好 一对一健身流行

7月19日，就职于Nest巢私教工作室的教练张勇介绍，“工作室主要是教练服务，根据每个会员不同的身体条件、体质和目标为他私人定制适合的训练方法。”

据了解，这是一家于今年2月才开业的健身工作室，面积不大，仅聘有5名教练，主打“一对一”针对性训练。该工作室的体验次卡销售记录显示，单次66元的体验卡已销售31份。一位名为“敏姐1111”的网友评价道，“环境不错，私教一对一，是针对性的训练。”

而权铭健身工作室工作人员也表示，“工作室虽然场地不大，但是环境比较私人，更安静，也会为每个学员制定适合他自己的健身计划。”据了解，该健身中心面积仅100平方米左右，仅雇有主教练2人。

在Sweet运动糖果健身工作室，记者就发现，因为主要针对女性用户，该工作室不仅环境干净整洁，连墙壁和部分健身器械都是粉色的。在这一工作室，仅有五台跑步机，并配有健身球、哑铃、吊环等不多的器械。

长期从事健身教练工作的刘刑红透露，“2017年以来，健身工作室在长沙的数量骤增，包括运动、舞蹈、瑜伽等不同类型的健身房增长幅度较大，这一年增长了百分之七八十。”

7月19日，记者通过美团平台输入关键词“健身工作室”进行检索，发现仅明确标有“私教工作室”字样的健身工作室超过50家。

一次收费三五百元 价格虽高仍受欢迎

体量完全无法与传统健身房相媲美的健身工作室为何在短短时间内迅速崛起？一健身行业资深人士认为，“这种健身模式涉及的潜在客群

较广，一是适合初学者，二是适合想短时间内达到健身目标的人，三是适合需要有人陪伴训练的人。”

在随机采访中，一些消费者就表示，健身工作室的私人训练环境相比健身房的群体锻炼环境更安静，训练更有针对性，这种模式在一定程度上满足了他们的需求。

事实上，健身工作室的消费并不算低。据了解，Nest巢健身工作室的单次卡售价为300元，年卡更高达3万元。而权铭健身工作室的双月卡售价也达3000元，并限制消费者每周最多健身五次。在超级袋鼠·大力水手健身工作室，一节课的收费则在240元到500元不等。

而据记者走访发现，目前，传统健身房的年卡售价仅在1999元至3000元左右，并不限制消费次数和时间。

“贵是贵了点，但是有效果。”市民郭爽表示，自己曾在健身房办了几年卡，但多数无法坚持，“健身工作室不一样。每天都有教练问我今天的食谱安排，有没有控制好自己的体重，还会为我量身定制训练计划。”

不过，也有人对这一新兴的消费模式并不买账。有3年健身经验的黄小姐就表示，“不会考虑去健身工作室，那里费用比较高，私教对能够按照网络健身教程进行训练的人而言也仅仅起监督作用，去健身房就足够了。”

面对挑战 传统健身房尝试转型

突然兴起的小健身工作室，也让过去依仗着“懒人养勤快人”，卖年卡回笼资金的老牌健身房们开始进行积极思考和转变。

7月19日，位于人民东路的健身队健身房的工作人员就告诉记者，除了传统的跑步机等一系列重机械之外，最近还新增了舞蹈操、康复工作室、功能训练区、有氧减肥区、滑雪机、拳击等其他新奇的训练课程。

“除了新增训练项目外，晚上还增加了DJ吧台与音乐表演，”健身队销售经理告诉记者，这种运动与休闲结合的方式，让工作日晚上来训练的顾客人数比周末还多。

一位已有三年经验的健身人士告诉记者，自从健身房推出更多的新项目以后，为了尝试不同的新器械和项目，自己去健身房的次数明显增多。

此外，记者还注意到，一些健身房为了增强消费体验，开始增设运动餐、沙拉等配餐以及舒缓等服务。

■记者 朱蓉 实习生 江巧涵 石璇



今年以来，面积在100平方米至200平方米的健身工作室风靡星城。不同于“大而全”的健身俱乐部，健身工作室凭借“一对一”的私人训练模式迅速占领市场。 记者 朱蓉 摄

观察

成本低，利润可观 口碑传播争取客户

没有健身房的大场地和多种器械，也没有健身房庞大的会员数，健身工作室究竟为何能够发展得如火如荼？市民郑江涛就很疑惑，“健身工作室场地小，人也不多，不知道是如何生存下去的？”

中体倍力健身俱乐部顾问、健身行业资深从业者刘晓文透露，“健身工作室不仅在长沙比较火，在全国也算得上是相对流行的趋势。”她认为，相对大型健身房而言，健身工作室的运营成本较低，需要的工作人员和器械不多，因此利润可观，也推动了这一模式的发展。

权铭健身工作室工作人员则表示，“与健身房相比，健身工作室的经营利润与其不相上下。但健身房是以推售时间卡为主，如果有一千个人办卡，坚持下来的也只有寥寥几个，这种属于眼前利益，而工作室做的是口碑，争取回头客的口碑传播，长久经营下去利润也不会差。”

在海南青健身俱乐部做了4年销售的金女士就透露，“健身消费属于典型的冲动型消费，在开业时，健身房会想尽一切法子来做预售，会给足消费者各种附加优惠，如赠送健身装备、特色课程等。预售顺利的话，初期装修费、场地费等投入成本大概就收回来了，更有甚者能小赚一笔。”这似乎部分印证了权铭健身工作室工作人员的判断。

这种突然兴起的健身模式后劲如何？刘晓文认为，健身工作室的存在时间不会很长，可能就火爆一到两年，它的会员基数不大，过了增长的饱和期就上不了太多课了。

记者手记

有“真材实料”才能火下去

在冯小刚的贺岁片推动下，“私人订制”的概念已经过了好多年。这种让消费者充满尊贵感的商业模式，因为能够更好地满足消费需求，越来越受到市场认可，并延伸至诸多行业。

营业面积不超过200平方米的健身工作室的兴起，与私人订制也有着密不可分的关系。与传统健身房“年卡+私教”的经营模式不同，健身工作室坚持只经营“一对一”私教训练，给人更专业的感觉。

随着个性化训练需求的不断增加，能够按照个人的喜好和目标让消费者选择健身方式不

失为一个好的方法。靠着私人订制概念火起来的健身工作室，是否如业内人士判断一般将是过眼云烟？如何避免成为下一个追热概念的炮灰？这恐怕还得在提升私人教练的综合素质、运动训练的综合体验等方面下功夫。想要长久经营下去，还得依靠真材实料。

而对于消费者而言，花钱购买私教的私人订制课程和随时监督固然好，但是自己也需抱有持之以恒的态度。主观能动性永远将是影响个人发展的推动器，这对于经营健身行业的商人和爱好健身的消费者同样适用。

中国福利彩票 3D 开奖信息			
2017年7月19日 第2017193期 开奖号码: ③ ⑤ ②			
湖南省中奖情况			
类别	中奖注数	单注奖金(元)	中奖金额(元)
单选	900	1040	936000
组选三	0	346	0
组选六	1544	173	267112

注：开奖信息以湖南省福利彩票发行中心正式公告为准！

中国福利彩票七乐彩开奖信息				
2017年7月19日 第2017083期 开奖号码				
① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧				
奖池累计金额: 0元				
奖级	中奖条件	中奖注数(全国)	中奖注数(湖南)	单注奖金(元)
一等奖	○○○○○○○	3	0	417786
二等奖	○○○○○○●	11	0	16277
三等奖	○○○○○○○	196	12	1827
四等奖	○○○○○●	596	21	200
五等奖	○○○○○	7364	227	50
六等奖	○○○○●	11788	362	10
七等奖	○○○○○	83886	2376	5

注：开奖信息以湖南省福利彩票发行中心正式公告为准！