

男性和老人也捧场，瑜伽馆异军突起

夏季消费旺，课程预约要靠“抢” 收费高、老师速成、“洋气”课程作噱头等问题凸显

在体育健身的诸多细分领域，瑜伽这种外来运动的普及度日渐提高。三湘都市报记者调查发现，夏天处于消费旺季的长沙瑜伽市场，不仅出现了男性、老年人消费群体，还出现了肩颈理疗、孕妇瑜伽、产后修复瑜伽等更具针对性的课程。

在瑜伽馆的快速扩张中，也出现教练水平参差不齐、居民区瑜伽馆曝光度低等问题。瑜伽馆在“野蛮生长”的同时能否找到恰当的盈利模式？瑜伽馆的未来又如何发展？

■见习记者 黄亚苹 陈柯妤 记者 朱蓉

【现象】

星城瑜伽馆两年内翻两番，课程预约靠“抢”

7月24日下午，记者在璞卡瑜伽店看到，虽然是工作日，但瑜伽馆内依然不缺人气，40平方米的大教室内12名学员正在上课，另外2个小教室里也有私教老师正在授课。据该店工作人员朱小姐介绍，若遇上周五、周六，学员预约上课常常靠“抢”。

在长沙，驻扎在办公楼或居民楼里的瑜伽馆还有不少。采访中，记者发现，仅在新世界百货供销大楼内，就开设有璞卡瑜伽、预见瑜伽生活馆、Co Co瑜伽3个瑜伽场馆。7月24日，记者以“瑜伽馆”为关键词在美团上搜索，得到372个结果，其中，在记者定位地址的周边3公里内就有瑜伽馆多达42家。

“若算上工作室、私教馆等不同类型的瑜伽场馆，目前

长沙瑜伽馆数量已超过1000家，较2015年已翻两番。”业内人士向记者透露。

近年来火爆异常的瑜伽馆，消费并不算低。据统计，梵想瑜伽的年卡售价为3999元，并限制普卡会员预约球瑜伽、空中瑜伽、倒立瑜伽等课程。而优·瑜伽的年卡售价更是高达8800元。在璞卡瑜伽，1节75分钟私教课收费在400元至1000元不等，这一价格是健身私教课程的2至5倍。

除了主打瑜伽训练项目，还有瑜伽馆增设了一些周边服务，以吸引更多的学员。以在多个商场设有分店的隐瑜伽为例，记者了解到，该品牌会馆除瑜伽教室外，还配套休息室、茶吧等休闲区域。该品牌位于长沙海信广场的场馆入口处还有运动私教区。

【变化】

男性与银发族也加入，个性化课程增多

随着瑜伽的普及，这一曾被贴上女性化标签的运动也迎来了更多男性消费者。在记者的走访调查中，多家瑜伽馆均表示，男性会员比例已超过5%。

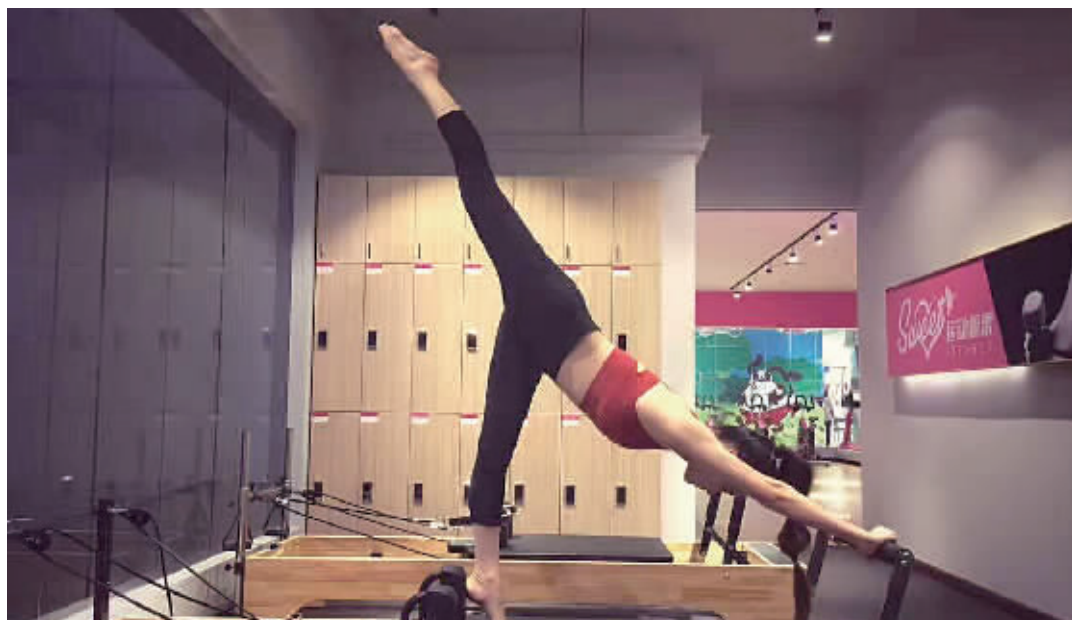
“因不存在生理期、孕期等时段，男性可进行更加系统的瑜伽训练，国际上有名的瑜伽大师也多以男性为主。”璞卡瑜伽朱小姐认为，瑜伽作为一项延年益寿的运动，如今也成为不少老年人运动新方式。

从事电气自动化方面工作的张先生也表示，练习瑜伽不仅能缓解紧张的工作压力，睡眠质量也有所改善，“以前总觉得男人练瑜伽丢面子，如今通过练瑜伽也结识了不少

同道中人。”

而在课程设置上，除舞蹈瑜伽、流瑜伽等基本课程外，一些瑜伽馆也在进行市场调查后编排个性化课程。这其中，就包括了针对办公一族的肩颈瑜伽、针对女性的生理期修复瑜伽等。

如，Eightwei瑜伽就针对青少年成长期出现的高低肩、脖颈过度前伸等体型问题，在暑期特别开设青少年脊柱修复瑜伽班，帮助青少年保持正确的体态，收费为21天1280元。隐瑜伽开设的孕产瑜伽，授课模式则一般以私教或者2-3人小团课为主，根据个性化定制，课时费为500元至800元一节。



随着瑜伽的快速普及，星城瑜伽馆的数量也激增至千家以上，不少课程更是需要“抢”才能预约到。 记者 朱蓉 摄

【电商】

APP受资本青睐 瑜伽博主“玩”内容创业

随着热度的不断增加，全国范围内涌现出不少“互联网+瑜伽”的创业公司，而且多个以分享瑜伽体式视频为主的微博博主越来越受关注。2016年12月22日，瑜伽教学内容分享平台Wake宣布完成2000万元A轮融资。自2016年以来，瑜舍瑜伽、每日瑜伽等瑜伽教学APP获得1000万元及以上Pre-A轮融资。据Wake创始人熊明俊透露，目前，Wake瑜伽注册用户已超过500万，日活跃用户已超过30万，并计划在2018年底达到10家直营店的规模。

瑜伽教学软件因练习场地不受限、费用较低等因素也受到消费者的追捧。“每天在寝室就可以练习瑜伽，既免于奔波，也节省报名费用。”长沙理工大学研究生王珊表示，由于校区远、学业紧，之前报名的瑜伽馆课程总是三天打鱼两天晒网，现在通过软件已坚持半年。

此外，2016年以来，以分享瑜伽动作而成为“网红”的内容微博博主也有不少。其中，以分享瑜伽体式视频为主的微博博主“母其弥雅”目前已有355万粉丝。在分享瑜伽体式并获得较高人气后，微博博主“咚起大起”也开始了自己的创业之路，目前她的淘宝2皇冠店铺已经累计2.7万粉丝。

【问题】

年卡收费上万遭吐槽，部分教练缺乏专业资质

今年6月，中国保健协会等单位发布了《瑜伽蓝皮书：中国瑜伽业发展报告》。该报告指出，目前，我国专业瑜伽教练较为缺乏，从业人员水平参差不齐，难以有效地实施瑜伽教学，学员课后满意度也不容乐观。

“很多健身房的瑜伽教练并没有经过正规、系统的训练，有的甚至从健美操、芭蕾等学科转行后直接上课，缺乏专业知识。”一位业内人士向记者透露，长沙有不少瑜伽馆开设瑜伽老师速成班，只需练习一个月就可从瑜伽小白“蜕变”成瑜伽教练。

此外，练习瑜伽6年有余的市民邓兰英也表示，如今不少瑜伽

馆都把空中瑜伽、高温瑜伽等“洋气”的课程作为卖点，但实际上有季节和人群限制，盲目练习可能导致运动系统受损。

“尽管社区瑜伽馆在房租、人力成本上存在竞争优势，但也存在曝光率低、会员少等问题。”瑜伽教练张萍认为，当城市精英成为主力客群，他们对环境与配套设施的高要求，会进一步增加运营成本。

除教师水平参差不齐外，年卡价格过高也是引发消费者吐槽的另一个原因。传媒工作者杨慧就认为：“只需要一张瑜伽垫、一个瑜伽视频就可练习的瑜伽，为什么一些瑜伽馆的收费却高达1万元？”

趋势

专业化或成发展方向

一方面是瑜伽受到市场认可，另一面却是瑜伽馆存在的种种问题。瑜伽馆的未来该如何发展？

“未来瑜伽会馆将向专业化、品牌化、规模化方向发展。”隐瑜伽集团品牌运营官毛鑫认为，“作为瑜伽品牌首先要确定自己的客群定位，而良好的品牌效应不仅能增强用户黏性，也能打造行业口碑。”

他认为，现在越来越多的男性与老年朋友成为瑜伽馆的新面孔，这是一个庞大的潜在消费人群，也会成为瑜伽馆会员重点发

展方向之一，“未来，隐瑜伽也会开设男会员小班课、老年人养生讲堂等特色课程以满足会员需求。”

Eightwei创始人魏军在接受三湘都市报记者采访时也表示：“尽管长沙瑜伽市场仍处于培养消费群体阶段，但未来消费潜力巨大。瑜伽作为健身运动的‘支流’之一，也划分为不同的流派、类别，能从更大程度上挖掘消费者潜在需求。”

他认为，瑜伽场馆在完善配套设施的同时，也更注重老师的培养，用口碑做宣传。

记者手记

瑜伽可慢，行业规范不能慢

从《欢乐颂》“五美”中的王子文、刘涛，到王珞丹、刘亦菲，瑜伽正在成为不少明星、名人乐于分享的运动。这种于多年前进入中国的女性健身方式，越来越受到更多人群的认可。

跟随音乐的节奏，缓慢进行动作练习，不必“大动干戈”却能够达到健身的目的，让瑜伽成为“慢运

动”的代表。不过，随着人们对瑜伽这一运动认可度的提高，这一产业爆发式的增长也带来师资参差不齐、缺乏行业监管等诸多问题。

瑜伽虽然崇尚慢节奏，但这一行业的规范却绝不能慢。只有更好的监管和规范，才能推动这一产业的健康发展，从而真正帮助人们实现健身的目的。

湖南省广播电视微波总站关于敦促停薪留职人员办理上班或离职手续的通知

王庆、杨翔、杜明明：

为落实省委第一巡视组“回头看”反馈意见和整改要求，我站于2017年6月14日在“停薪留职”人员整改协商会议上向你们下达了《湖南省广播电视微波总站关于停薪留职问题整改的通知》，并要求你们于7月10日前提交上班申请或辞职报告，逾期将视为自动离职。此后，总站与你们不断反复电话、短信沟通无果。

鉴于整改工作最终期限已至，因你们逾期仍未正式递交上班或辞职申请，经微波总站整改工作小组研究决定并通知如下：

1.限你们本通知登报之日起5日内，回总站正常报到上班或者递交书面的辞职报告并办理相关辞职手续(联系人:郭亚欣,电话 84802556,地址:湖南省长沙市省广电中心金鹰大楼29楼);

2.如7月31日之前,你们仍未回总站正常上班或递交书面的辞职报告,将你们作自动离职处理并按照规定办理解除劳动人事关系手续。由此产生的一切法律后果由你们自行承担。

特此通知

湖南省广播电视微波总站
2017年7月24日