

# 基于家庭智能运动健身发展的机遇、问题与路径

孔诗淇 任海巍

(湖南涉外经济学院体育学院, 湖南 长沙 410205)

**摘要:**随着全国口罩问题反复无常,居家健身作为体育参与的一种形式,在传统与现代、技术与社会等互构下逐渐成为当代社会大众体育参与的趋势之一。现象及健身博主“刘先生”因其专业又富有趣味性的直播氛围获得受众喜爱并跟随其健身。它拓宽了全民健身的时空边界、突破场地限制、时间约束以及融入百姓的生活方式,为全民健身提供了新方式、新选择、新思路。同时该现象极易让人联想到“全民健身”战略背景体育产业数字化转型、发展全民健身智慧化服务,特别是家庭智能运动的快速发展为推动运动健身行业数字化、全民健身普及化注入了新的动力。

**关键词:**家庭智能运动;云健身;居家健身

国家体育总局在《“十四五”体育发展规划》中明确指出,鼓励发展“互联网+健身”模式,优化线上线下健身互动一体化发展。因此,在国家政策、互联网普及率提高及健身行业数字化的推动下,我国的线上健身市场得到快速发展,居家健身正在逐渐成为百姓健身的又一重要选择,受众对线上健身的各类需求也在急速增长。在疫情防控常态下“居家隔离”“心理孤独”和“健康焦虑”等问题日益凸显,倒逼居家健身内容和方式进行调整和改善。2022年4月,趁着风口,娱乐明星兼健身达人刘畊宏自创的本草纲目健身操火爆全网,成功掀起了一股新的全家居家健身风潮,众多“刘畊宏女孩”“刘畊宏男孩”出现,其在抖音短视频的粉丝数量在一个月内从300万突破到了7000万,成为了2022年上半年当之无愧的网红顶流。虽然后期随着口罩问题得到了有效控制,居民生活恢复常态化,居家健身潮呈现部分回落,但不容否认的是隔离期间所出现的居家健身潮作为新媒体时代体育参与的一种潮流已呈现出其内在必然性。鉴于“潮流作为客观的、能动的存在,既不是‘随大流’,也不是外在于人的‘自在之物’。它是特定时代运动变化规律的客观反映,不以人的意志为转移,是参与其中所有人的活动,是社会实践的产物”,因此居家健身潮作为一种潮流,同样表现出客观、能动特征,并在满足一定的主客观条件、文化等情境下兴起并发展起来。

## 一、智能运动健身进入3.0时代,居家健身场景开发兴起

### (一)智能运动健身1.0、2.0时代

智能运动健身是一种以科技为依托,智能化健身软件为载体,可以根据用户不同的需求,获取用户的个人信息从而加以分析,反馈给用户以满足个性化、高效健身需求为目标的新型健身方式。目前,我国运动健身在社会不断进步、政策支持、赛事和科技的多重驱动下,经历大众自发休闲运动1.0时代、专业服务化2.0时代,现在已上升到了大众运动智能化3.0时代。

### (二)智能运动健身3.0时代

在口罩因素的影响下,智能运动健身3.0时代呈现出以居家智能健身场景开发为主要增长极的整体趋势。在“刘先生”现象的带动下,引发了一波声势浩大的居家健身场景开发热潮。其智能运动健身3.0时代有以下特点:

1. 即时性与互动性。即时性与互动性是由直播的特性而决定

的,是媒介技术发展的结果,这一特点也体现在其他类型的直播中,如卖货直播、美食直播等,受众可以实时发表评论与主播互动,主播可以及时反馈给受众,随时调整直播内容,更具有灵活性与亲近性。在“刘先生”的直播中,主播需要长时间持续运动,不能通过剪辑等方式造假,更能体现其专业度与身体素质,使得“刘先生”以自身实力获得更多关注。另外,即时的评论互动也可以提高线上健身的可操作性与科学性,受众可以随时进行提问,主播也可以及时回答问题,并作出必要的提醒,防止过度运动导致的身体损伤。

2. 音乐的律动感与熟悉感。“刘先生”健身直播中的歌单是吸引受众的一大亮点。一方面,这些歌曲的欢快旋律与运动的频率一致,极具律动感,音乐节奏感强,搭配毽子操具有记忆点,使健身操具有动感与感染力,有助于提升直播的效果;另一方面,周杰伦的歌曲在观众群体中具有集体记忆,在年轻一代人的心中有特殊的地位与熟悉感,能够引发受众强烈的认同。

3. 充满趣味的直播氛围感。“刘先生”的直播注重氛围感,用趣味性的口号和魔性的动作、激动的语气鼓励粉丝坚持;在运动的过程中还会提醒新来的粉丝不要急于做动作、可以适当休息等;除此之外,“刘先生”与家人之间的温馨互动也加强了直播的氛围感,很多受众不仅是为了健身而观看,还会被刘先生与家人的甜蜜互动所吸引,让受众能感觉到他对健身、对家庭的热爱,以及对观众的诚意。直播中独特的氛围感是吸引观众的一个亮点,使观众获得陪伴感与归属感,并保持长久的观看与运动兴趣。

4. 动作简单易学。在刘先生的直播中,简单重复的毽子操传播最广泛。简单易学的动作提高了受众参与的兴趣,同时具备全民性的特点,适用于所有年龄阶段的人群;另外,很多线上健身运动除了动作较难,有些还需要使用器材,而“刘先生”的健身运动就克服了这些问题,徒手运动不需器材,减少负担;不会设立特定的目标,没有压力;健身难度不高,普通人也可以跟进。在直播间里没有攀比和身材焦虑,这种轻量化、自由化的方式,正适应了当下的生活节奏。

## 二、基于家庭智能运动健身发展的机遇

家庭智能运动健身以拓宽全民健身的时空边界、突破场地限制、时间约束以及融入百姓的生活方式,为全民健身提供了新方式、新选择、新思路。同时它极易让人联想到“全民健身”战略背景体育产业数字化转型、发展全民健身智慧化服务,特别是在持续口罩问题加速和家庭智能运动快速发展为推动运动健身行业数字化、全民健身普及化注入了新的动力。

### (一)家庭智能健身产品领域大有可为

基于家庭智能健身的兴起,势必会诞生一大批家庭智能健身产品,如健身镜等等,继而开创出一个全新的智能产品领域,充满着无数的机遇和挑战。因此,在家庭智能健身产品的领域大有可为。

### (二)开创以互联网技术为中心的居家健身潮

基于互联网技术实现的线上互动表现得更加的专业化,才使

得多元化的健身指导能够得以实现,极大地增强了居家健身对用户的吸引力。随着线上健身的兴起,大众通过网络检索便能获得多元化,专业化的健身知识,为居家健身提供了必要指导的同时,增强了居家健身的吸引力。鉴于互联网技术发展的系列支撑,线上线下模式交融的健身模式常态化,并使新媒体时代居家健身潮的兴起成为了可能。

### 三、基于家庭智能运动健身面临的问题

运动智能健身是一个具有多方面的市场,具体到家庭环境所受的限制也更多,作为网络短视频直播时代下独具特色的健康传播,不同人群、不同个体有不同的偏好,也难免存在一些衍生的问题。

#### (一) 盲目跟风下的娱乐化

“刘先生”直播间的“毽子舞”和《本草纲目》的飓风式传播形成了“网络迷因”的传播,即信息经过网络平台进行复制、加工、异化等的传播。如“刘先生”直播健身爆火一周后就开始有“女孩因跳毽子舞导致腿抽筋下不成楼梯”等消息在网络上流传。一些网友深受“狂欢后遗症”的影响,推动变异的“网络迷因”传播。健身和购物不同,购物中所购买的商品属性是一样的,但是健身却因个人体质、动作的规范性及强度的差异对每个个体产生的效果各不相同。之后,“刘先生”夫妇便在直播间提醒粉丝健身要量力而行,防止身体扭伤,但是娱乐的效果会使一些人麻痹大脑并做出非常规行为。此时,跟风者的动机已经不是健身减脂了,而是盲目从众,简单来讲就是“一切为了快乐”疯狂跟风下的行为异化。

#### (二) 创作者内容趋同下的同质化

直播健身这种形式在2020年年初开始风靡,而2022年爆火的“刘先生”直播健身无疑是一个突破圈层的范本。“刘先生”直播健身爆红的背后是有属于他个人的独特性的,也就是说,他的火是不可复制的。在破圈的过程中,“刘先生”的明星光环绝对是加分项。他让粉丝看到了明星后台的前置效果,在健身的间隙与妻女、岳母的亲昵互动能拉近和观众的情感距离,前台和后台的界限逐渐消融,满足了大众的窥私欲和好奇心。当下健身教练、健身领域网红和机构甚至是明星都开始模仿“刘先生”的路子,连著名的国外健身主播帕梅拉也在“刘先生”爆火后的五一假期开始做直播。在抖音上以“健身直播”为题能搜索到上万条相关视频内容和相关主播。但结果我们不得而知,流量就那么多,蛋糕就那么大,与其哄抢分割,不如继续做大,创新升级。

#### (三) MCN 机构流量裹挟下的商业化

“刘先生”健身直播的蹿红让MCN机构嗅到了健身主播的无限可能性,其商业价值也会随着流量陡增而加速上涨。在直播健身广阔的“红海市场”里,如何不被异化的商业性吞没,提供何种产品和服务才能满足市场需求,是下一步需要思考的问题。毕竟互联网造神瞬息万变,抖音等短视频平台的标杆打法也会随着热度的增减向流量靠拢,造星的速度如割韭菜般一波接着一波。流量至上的背后,有多少个“刘先生”正蓄势待发,就有多少个“拉面哥”在被吞没后被遗忘。“被裹挟与求裹挟”的流量场上从来不缺红人,不缺泡沫性的短暂繁荣,真正缺少的是如何在发挥流量最大化后依然常青的人。

### 四、基于家庭智能运动健身发展的路径

家庭智能运动健身旗下的运营商深耕智慧家庭多年,拥有

IPTV 客厅中枢大屏、双千兆网络及海量套餐用户优势,且前期已经开发了较为丰富的包括运动健康在内的泛家庭数字生活新场景、新体验,有利于在家庭智能运动健身领域构筑基建能力,打造开放生态,降低行业玩家及用户两侧的参与门槛,推动行业跨越式发展。

(一) 家庭智能运动健身的运营商可发挥智能电视或智慧屏的大屏优势

借助 OpenHarmony 生态的大小屏协同、视频流转等能力,赋能普通智能健身硬件“无屏变有屏,小屏变大屏”,普遍降低设备可视化改造的成本,并让用户可以更好地看到自己的健身动作。

(二) 家庭智能运动健身的运营商充分布局自身在市场的优势

运营商充分发挥特有的千兆网络、云与边缘计算的优势,积极布局 XR/ 元宇宙运动健身,无限扩充场景,打造沉浸、自由的极致体验,可抢占智能健身的下一个风口。

### 五、结语

口罩问题终将过去,但问题造就的新型消费模式将会延续下去,如果家庭智能健身行业想要扩张,并引领智能运动健身3.0时代发展方向,推动传统健身体验向娱乐化、竞技化体验方向延展,必将有助于在家庭智能健身市场构建类似于“智能手机+APP”的最普惠、最繁荣的“硬件+内容+服务”开放生态,推动家庭智能健身行业迈入发展新纪元。

### 参考文献:

- [1] 刘雷,史小强.刘畊宏现象的背后:明星直播健身对受众健身行为意向的影响机制[J].武汉体育学院学报,2022,56(11):37-44+60.
- [2] 季周宇,刘英杰.迷因理论视域下舆论存在形态的新表征与风险规避——以“刘畊宏健身操”现象级出圈为例[J].传媒论坛,2022,5(21):24-27.
- [3] 春潮.新媒体时代居家健身潮与健身品牌的营销策略——基于刘畊宏现象的分析[J].体育与科学,2022(05):19-25.
- [4] 孔江宏.“使用与满足”理论视野下对刘畊宏现象的研究[J].新闻传播,2022(16):17-19.
- [5] 范靖.狂欢理论视域下网络直播健身的全民化现象研究——以刘畊宏直播健身为例[J].视听,2022(07):147-150.
- [6] 赵小亮.用“智能”促进“体能”——全民健身背景下智能体育的研究论述[J].文体用品与科技,2023(2):3.
- [7] 王洁,吴迪.健康中国视域下冰雪运动带动全民健康的发展研究[J].文体用品与科技,2023(1):3.
- [8] 汪明华,马文友.后疫情时期健身气功发展的现实困境及解决路径[J].南京体育学院学报,2021,20(6):4.

基金项目:2022年湖南省大学生创新训练项目《“畊宏现象”引发的思考:家庭智能运动健身发展的机遇、挑战与路径》(项目编号:S202212303078)

### 作者简介:

孔诗淇(2001-),男,湖南长沙人,湖南涉外经济学院社会体育指导与管理专业学生

任海巍(1990-),男,河南焦作人,讲师,主要从事体育教育教学研究。