

瑜伽消费市场现状及发展趋势分析

郭丹丹

(西安欧亚学院 陕西省西安市 710068)

摘要: 随着经济的快速发展,人民的物质生活已经基本得到了满足,在这种基础上,人们对自己的心理和身体的健康越来越重视。瑜伽是一种健康的运动,对身体的心理健康、心肺功能、身体形态、肥胖等都有很好的锻炼作用。现代女性越来越重视形体的塑造,而瑜伽作为健康的第一选择,产业化趋向明显。本文从实践出发,对瑜伽健身的重要性和产业化发展现状和发展趋势进行了详尽的剖析,希望能为以后的实践工作提供一定的参考和参考。

关键词: 瑜伽;健身;价值;产业化;发展

在当今社会,瑜伽早已被大众所熟知,瑜伽也逐渐成为一种健康时尚的代名词。经过漫长的发展,它已发展出一套完整的健身方法,通过体位法、呼吸法等,促进身心的健康发展,是一种比较特殊的健身方式。目前,国内瑜伽运动人群以妇女居多,但总体来说,瑜伽行业还不够成熟,还需要更多的关注。结合实践,对瑜伽健身的重要意义和产业化发展进行了深入的探讨。

1 瑜伽概述

现在我们所说的瑜伽,主要是印度的瑜伽,早在公元前300年,《瑜伽经》就是印度伟大的圣人瑜伽始祖帕坦伽利所著,印度瑜伽也是在此基础上发展起来的。在实践中,瑜伽是一种比较传统的、易于掌握的技术,它从生理、心理、情绪、精神等各个方面来提高自己的身体素质,达到身体、精神、精神的和谐,其具体的动作有调身的体位法、调息的呼吸法、调心的冥想等,从而达到身心的和谐。在实践中,由于经常很难靠自我学习而完全掌握,所以大部分人都会选择去瑜伽教室学习。

2 瑜伽健身的重要价值

2.1 心理健康

瑜伽练习要求在相对平静的心态下进行,要求全神贯注于动作的延展和完成,以缓解紧张的心情。同时,瑜伽的原理和渐进性的肌肉松弛有异曲同工之妙,科学地进行瑜伽练习,可以让身体和精神得到充分的放松,提高精神状态,从而达到稳定练习者的心境。

2.2 肥胖控制

瑜伽健身结合连续体式运动可以增加身体热量的消耗,促进脂肪的调动,并能抑制脂肪的合成,增加新陈代谢速度,从而使体脂重量降低的幅度比体重降低的幅度要大得多。所以,瑜伽的形体锻炼对减肥效果更显著。

3 国内瑜伽产业创意期发展模式考察

(1) 发展环境。首先,30多年的改革开放,不但丰富了我们的物质生活,而且还大大地解放了我们的心灵。其次,中国政府和有关行业政策在2011年起的间接支持。2011年,国家体育总局将瑜伽列为新的专业类别,中国人力资源部也启动了瑜伽教练的工作训练计划。2012年10月22日,国家体育总局金融中心李敦厚局长、国家体育总局体育产业发展中心主任卞光明到中国瑜伽节组委会进行调研,并就国家体育总局近几年来对瑜伽运动的认识,并就未来的发展方向提出了建议,表示将支持、协助举办中国瑜伽节。2016年1月19-21日,全国瑜伽工作研讨会在九华山健身瑜伽训练营举行,2016年7月21日-24日,国家体育总局体育中心将与云南民族大学、云南省体育局共同主办2016昆明健身瑜伽锦标赛。

(3) 发展规模。中国瑜伽行业从1985年开始,历经三十多年的探索,不但促进了中华瑜伽文化的交流与融合,同时也为提升国民素质、促进中华文化融入国际主流、促进生态、社会文明等做出

了贡献。2013年,中国内地注册的瑜伽馆数达到了五万多个,其中有将近200,000个注册教练,每年的增长率有望达到15%-25%,中国瑜伽行业的市场规模已经达到了400亿元。广西南宁壹壹文化艺术有限公司于2015年6月23号登陆深圳,打破了国内瑜伽行业单一经营的传统模式,标志着中国瑜伽行业正式步入资本市场的一个新里程碑。

(4) 发展模式。中国内地的瑜伽工业,特别是在国内拥有大量的瑜伽爱好者,以及五万多家瑜伽健身中心,以传媒、体育界、教育界、出版界、学术界、旅游界、商界等多个领域为依托,形成一种跨界合作的发展模式。

(5) 全民健身背景下瑜伽运动发展的动力。在全民健身的大环境下,瑜伽得到了长期的发展,并且很快就成为一种主要的健身形式。首先是最基本的力量。基本动力是促进瑜伽迅速发展和普及的重要动力。在实施全民健身方针的过程中,人们普遍认同了我国的体育发展模式,并为其国内发展提供了支撑和媒体。《全民健身条例》、《体育法》对群众体育的各项规定、要求、方案、标准等进行了阐述。其次是外部因素。瑜伽作为一项全民健身运动,无论男女,不论老少,都能根据自身的状况和需求进行锻炼,能够有效地缓解自身的消极情绪,治疗慢性疼痛、抑郁、心肺疾病,提高身体素质。

4 瑜伽运动项目的历史发展脉络

1981-2000是瑜伽发展的一个重要阶段,印度瑜伽和中国的气功有密切的关系和相似之处,因此中国的练习者、教练和学者将其称为印度气功。电视节目,联系场馆也在中国扎根。2001-2010是瑜伽运动发展的一个缓慢阶段,瑜伽练习的人数有了很大的提高,但是仍然限于都市妇女。相关的培训市场也逐步成型,增加了国外的交流力度,同时也增加了课程的多样性,可以与中国的市场相适应,从而发展出一套全新的培训系统。但仍有一部分人对瑜伽缺乏信心,而且一些瑜伽场馆的发展能力和生存能力相对较弱。而从2010到现在是一个迅速发展的阶段,这一阶段的主要特征就是瑜伽项目的多样性。如高温瑜伽,阴瑜伽,力量瑜伽,亲子瑜伽,塑形,按摩,养生等。而在全民健身运动的大力支持和推动下,瑜伽运动的竞争已经进入了白热化阶段,比如西安瑜伽舞蹈比赛。自2016年后,瑜伽进入中国本土化飞速发展阶段,开展了健身瑜伽比赛,健身瑜伽馆、工作室经营管理研讨会和健身瑜伽产业经营发展专题培训服务活动等。但在市场化进程中,瑜伽在市场运作、组织管理、师资建设、课程体系等方面都存在着许多问题与障碍。

5 瑜伽健身产业化发展所面对的主要问题

新时代,人们在追求物质和精神上的同时,更多地注意着自己的身体,瑜伽是一种比较有效的健身方式,它已经被越来越多的人所重视,并逐步走向工业化。但是,从当前瑜伽运动的产业化发展

现状来看,还存在着许多问题,影响着它的可持续发展。首先,市场的管理机制不太有效,目前市面上的瑜伽馆大多以短期利润为主,整体收费比较高,且提供的瑜伽课程质量有待提升,培训成本比较高,远远超过了普通人的消费能力。相对于街舞、健美操等运动项目来说,瑜伽的价格比较高,主要是因为瑜伽会所经常会引进很多相关的设备,对瑜伽健身行业的发展产生了一定的负面影响;最后,瑜伽馆的广告宣传太多,很多人都是靠自学,对运动医学、运动生理等方面的知识缺乏深入的研究,对瑜伽健身行业的发展也会产生一定的负面影响。

6 瑜伽健身产业化发展策略

6.1 完善瑜伽产业市场管理

瑜伽行业的市场经营是维持其可持续发展的最基本的驱动力,如果不能在这段时间内对市场的各种影响因素进行适当的分析,很可能会导致经营效率低下,市场秩序混乱。因此,在发展的同时,要加强对行业的市场管理,以避免许多可能出现的问题。从市场环境上看,瑜伽行业是个人企业,其运作全凭市场需求自行调整,因此,如何保障市场体系的健康发展,是当前强化市场管理的当务之急。这就需要加强行业的法制建设,规范市场主体,维护市场秩序,营造良好的市场竞争环境,促进瑜伽健身行业的健康发展。此外,瑜伽行业也要成立一个专门的统计指标,帮助瑜伽馆和个体商户规范自己的行为,尽量降低潜在的问题,完善市场管理机制,为企业的可持续发展提供充分的保障。

6.2 合理制定健身费用

当前,健身花费已成为行业发展的一大障碍,而我国居民收入普遍低于5000元,加之生活成本居高不下,使得一部分人很难负担起昂贵的瑜伽。随着时间的推移,瑜伽馆的功能和服务也越来越多,为了保持竞争力,必须引入更多的器材。如果定价太低,很难保证健身房的正常运营,反而会导致亏损。因此,瑜伽馆可以采取差异化的市场定位和定价策略,以满足低端人群的学习欲望和需要,而不会影响到他们的收入,并进一步扩大顾客群,是市场开拓的一个重要途径。比如,在保证基本的训练环境和设备的基础上,将会按照会员的等级,发放相应的会员卡,这样才能确保真正的利润。政府也要考虑到法律的问题,制定一个基本的收费标准,这样才能为瑜伽馆的收费提供依据,同时也能给顾客提供一些参考,从而推动行业的健康发展。

6.3 正确宣传瑜伽健身作用

瑜伽馆宣传时,要注重宣传的规模和真实性,让大众都能正确认识瑜伽的作用,不能夸大宣传,不能夸大,不能误导大众,这样才能真正地吸引更多的顾客,拓展训练群体。一方面,通过新媒体网络、电视、报刊和杂志等多种形式的宣传,将瑜伽的作用、健身原理等进行正面宣传,并确保宣传的重点是年轻人的健身减肥的效果,老年人的健身效果、简单的做法、对身体有益等。另外,为了更好地挖掘瑜伽的潜力,针对不同的人群,开设不同的瑜伽班,如产妇瑜伽、夫妻瑜伽、社区瑜伽等。

6.4 提高瑜伽教练员的综合水平

瑜伽的一些动作比较困难,如果没有专门的训练,很容易造成损伤,所以教练的要求也比较高。瑜伽馆要意识到这一问题,重视教练的培训,以提升教练的整体素质,从而达到瑜伽馆训练、开课的基本需求。首先,要将瑜伽教练的考核纳入正式的训练和训练体系,就像是体育指导员等职业,让教练们都能通过正式的训练,拿到证书,从而保证合格的教练能够进入社会。其次,只有通过培训,才能聘请合格的瑜伽教练,定期进行培训和交换,以提升教练的能

力。

6.5 优化组织管理体系

首先,完善瑜伽协会的组织与管理制,明确其职能与权限,并以责任制的形式,明确其管理权限,拓展其管理权限。比如瑜伽宣传,瑜伽管理,瑜伽研究等等。其次是产业的定位与规范。体育总局及有关体育机构应当明确瑜伽在大众健身中的功能及功能,另外,在组织管理方面,要建立各级瑜伽委员会,如省、市、区,各机构承担的职责也各不相同。比如,省理事会负责推广瑜伽运动,镇(区)委员会则负责执行相关的政策和文件。

6.6 强化市场化运营

目前,我国瑜伽市场经营存在着一些问题,如广告宣传误导、过度开发、恶性竞争等。但是,在全民健身的大环境下,国家有关部门应该结合发展动力,重新构建行业发展模式,健全市场运作机制,促进瑜伽市场的快速发展。加强对场地设施的投入,以弥补不足。同时还要创造一个良好的竞争环境,要制订相关的规范,规范和规范,才能让瑜伽场馆在竞争中得到更好的发展。最后,要在培育行业龙头的同时,建立行业风向标,并以其为榜样,促进国内瑜伽场馆的市场推广。

6.7 加大师资建设力度

教师队伍是促进瑜伽运动健康发展的关键,也是提高瑜伽市场竞争力的关键。但是,面对目前瑜伽队伍数量不足、专业化程度低的问题,国内有关部门应该以瑜伽学院为切入点,建立一支高素质的瑜伽师资队伍,把培训和师资队伍建设作为基础。在师资建设方面,要立足于现实,结合行业需要,提升我国瑜伽企业、场馆及培训机构的专业化程度。同时,在教师队伍建设方面,要加强与各大高校的联系与交流,以顶岗实践形式为瑜伽企业提供优质的服务,从而在高校的支持下,提升自身的服务质量。另外,在教师资格认证方面,国家有关部门要加强教师资格的认定,让教师资格证书成为促进我国瑜伽市场发展的重要力量。

结语

总之,就目前的瑜伽来说,其价值在于其对身体健康、心肺功能、身体形态、肥胖等方面的作用,能够改善身体的功能,达到减肥的效果。当前,我国瑜伽健身产业的产业化发展仍存在很多问题,急需从市场管理、合理制定健身费用、正确宣传瑜伽健身功效、提高健身教练的综合素质等方面进行优化,为瑜伽健身产业的健康发展奠定良好的基础。

参考文献:

- [1]肖欢欢.健康中国视域下健身瑜伽的市场化研究[J].当代体育科技,2019,(09)
- [2]马广卫,池斌.武汉市瑜伽消费市场现状及发展趋势研究[J].湖南医科大学学报(社会科学版),2010,(12)
- [3]陈华.休闲体育消费的特征与功能[J].武汉体育学院学报.2008(03)
- [4]王超英,刘胜,曹卫星,周军.武汉市城镇居民体育消费现状的调查与分析[J].武汉体育学院学报.2007(03)
- [5]何国民.武汉市居民家庭体育消费需求结构定量分析[J].武汉体育学院学报.2006(06)
- [6]陈宏.城镇居民不同职业群体的体育消费现状研究[J].北京体育大学学报.2005(07)

课题信息:陕西省体育局常规课题;“健康中国”背景下陕西省健身瑜伽项目发展模式的探索研究(2021183)