

本报记者 王琼 李颖 文/摄

疫情之下,转战线上,成了众多健身房的选择。

从春节开始,各种直播平台上,只要你随手一划,就能找到海量的免费健身直播课资源,“宅家健身”一下子成为热词,但随着疫情逐渐平稳,全行业复工复产,线上健身课程是逐渐萎缩还是成为常态?线上健身网课能否真正实现流量变现?有人看衰,有人观望。

在杭州就有一家健身机构,不光推出了收费线上健身课,而且课程卖得相当不错:两个月,积累付费用户3万,还有赞助商直接找上门来谈直播赞助。

近日,记者探访了这个位于城西商场里的乐刻运动直播间。



沈月琴在上直播健身课中。图片由受访者提供

3个月卖出3万张,7成都是新会员 健身房复工创新升级尝到甜头

免费健身视频那么多 这里的付费直播课为啥还能热卖

线上课程七成都是新用户 四五线城市的用户跟着杭州教练

乐刻运动合伙人、直播项目负责人兴荣介绍说,2月28日起,乐刻推出了直播间健身课程,年卡99元、月卡28元,付费用户可以在直播间观看所有课程直播,并能根据需要点击回放。

和各种直播平台上零散、良莠不齐的健身课程不同,直播间里,每天有7-8节各种类型的直播课程,一个月大概有200多节课,课程内容以瑜伽、舞蹈、搏击、体能训练等徒手运动为主的居家运动项目。上课的教练汇集了北京、上海、深圳、杭州最大牌的教练培训师。

那么,这家“云上健身房”试水收费两个月,效果到底怎么样。

兴荣晒出了这样一张成绩单:“线上收费到现在刚好两个月的时间,付费用户已经达到3万人。”兴荣还分享了这3万人背后的一组数字:“我们统计了一下,有40%~50%的付费用户每天都会观看直播课程,平均每个用户一周会看三次直播课程。一堂60分钟的课,每个用户的观看时间达到了30分钟。”

目前,乐刻在全国开了500家线下健身房,但线上开课,还是让他们打开了另一个世界,“这3万人中,有70%是新客户,这之中有大量的四线、五线城市用户。”而这些城市里,很多都没有乐刻线下健身房。

上课方式改变了 一堂线上课准备三五天

周四下午两点到四点,是尊巴教练沈月琴的直播课,和其他直播不同,健身教练的直播,全由一个

人包办。

一到场地里,沈月琴熟练地放下超大的双肩背包,打开直播间电源,接音箱、带耳麦、手机架上直播架、开直播……两点一到,响彻全场的音乐声中,她开始上起直播课。

在空荡荡的直播间里,沈月琴始终情绪饱满,声音高亢,跳了整整一个小时,一堂课下来,身上的衣服早已经湿透了。

沈月琴说,要上一堂尊巴网课并不简单,“尊巴是唯一一个在线下课堂上没有语言的运动项目,老师不带麦,学员根据老师的身体语言、表情、手势来怎么做。但线下的尊巴课搬到线上就不同了,你需要带上麦,进行语言上的讲解。”

为了适应新的上课流程,沈月琴在家里提前进行演练,“在家里备课,以前只要把动作记在脑海里就行了,但现在我要一边记动作,还要加上语言,模仿整个直播过程来进行。”最开始,1堂一小时的课,沈月琴要准备3-5天的时间。

为了增加线上课的趣味性,沈月琴还设计了一些小花样,她会给一些动作取一些有趣的名词,比如:啃鸡腿,擦玻璃,有时她还会让会员直播点歌,现场播放跟着音乐跳。

线上课给6万人上 教练主动要“加课”

线上直播课,对健身教练来说,是一种全新的体验,也有着巨大的吸引力。

沈月琴说,以前她一节线下课最多会有45人跟着她一起跳,那已经是整个健身房容量最大的教室了。但在直播间里,沈月琴的一次免费直播课,一下子涌入了6万多人,“当时会有点害怕,有点小羞涩,这么多人跟着我一起跳,那种感觉真的太开心了,6万呀!”沈月琴掩饰不住地笑出声来。

同样对上直播课上瘾的还有Crossfit教练赵思思,这个被学员称为小可爱的教练,在直播间里上的是综合体能训练课。

“在直播间,我有不少固定的粉丝,虽然我不知道他们是谁,长什么样,但我大概知道他们跟着我练习了多久,水平大概怎样。”赵思思说,现在每堂课都会有100多个人跟着她练,而线下一堂团课最多只有12人,给超过10倍的人上课,这是一种完全不同的体验。

那么,上直播课赚钱吗?

一堂线上健身课,平均下来教练只能赚120块

钱左右,但思思反而要求自己加开直播课,从原来的每周一节,增加到了每周两节,“原来,我没有接触过直播课,不敢去露脸,感觉很尴尬,但直播课上多了,你需要面对各种情况,人慢慢变得开朗起来。”

虽然线上健身网课比她线下课程的收入低了不少,但思思却说,“没关系,我更想锻炼一下自己,这是很好的锻炼机会。”

居家健身找对了方向 创新升级的复工才是出路

“其实,居家健身的需求一直都在,但这次疫情催化了居家运动的快速发展。”兴荣说,身为健身行业者,最大的感动来自每一个用户的评价。

“我们为线上用户建了微信群来交流沟通,收到了很多用户的反馈,印象很深的是,有一位四川广元的用户在群里给我们发了感谢信,因为直播课让她能跟着一线城市的大牌教练上课。”这些感谢也让他觉得这个方向可以坚定地走下去。

对很多人来说,花钱买一张线上健身年卡,是头一次。58岁的霍虹,今年4月份买了线上课程年卡,现在她每天都习惯打开手机跟着教练上课。

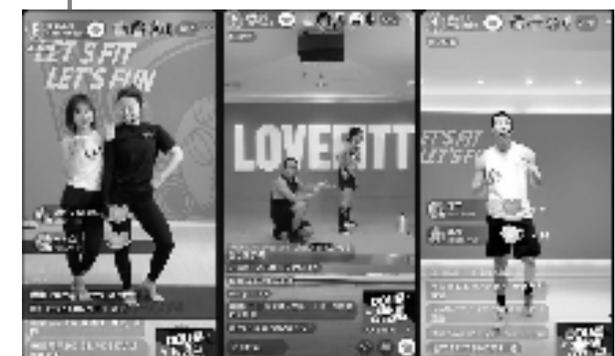
“退休后,我从内蒙古到(江苏)泰州帮着带外孙。今年因为疫情,人都在家,我就跟着手机里的视频锻炼。每次练习,我都拉着老伴一起,练着练着已经习惯了,所以看到有健身卡,还这么便宜我就办了一张。每天早上直播9点半开始,只要看到合适的课程我就跟着练,有时候错过了,我就看回放,继续练。”因为太方便了,霍虹不是一天一练,而是一天会练上两三次,“只要开一下手机和电视就能上课,门都不用出”。

经历了疫情,普通人感受到了健康的珍贵,健身成为越来越多人的需要;经历了疫情,经历过停摆的健身房,感受到了产业创新升级的必要性,迫切性,在危机中寻求转机,成为行业中每一个人不得不思考的问题。

疫情渐渐平稳,而线上健身的热潮也许才刚刚启动,兴荣说,线上健身这把火还会越烧越旺,“我们的目标是,预计今年年底达到20万会员。”



扫一扫
看健身教练直播上课视频



线上健身直播课截图。