

飞力士棒、瑜伽垫、哑铃等商品受到消费者青睐

如何避免健身小器械“吃灰”窘境

6月以来,新一轮电商销售热潮掀起,健身小器械再度成为消费热点,飞力士棒、瑜伽垫、哑铃等商品受到不少消费者青睐。然而记者采访发现,一些器械被买回家后并没有充分发挥作用,被丢在角落里“吃灰”,这其中不乏消费者冲动消费等自身原因,也存在产品质量、售后指导等方面的问题。从畅销到“热用”,健身小器械还有哪些进步空间?

► 健身小器械市场迎来爆发式增长

夏天到来,家住山西太原的刘惠开始频繁出入健身房。“天气热了,得把身体练好,穿衣服也好看。”她说,没空去健身房的时候会在家里和办公室放一些像弹力带、哑铃之类的健身小器械,便于随时练起来。

近年来,随着全民健身热潮兴起,健身场景、方式更加多元,健身小器械市场迎来快速发展,相关产品不断推陈出新。以跳绳为例,在京东和天猫两个网购平台上,在售跳绳品牌超过100个,销量高的跳绳产品月销量超过2万件,计数跳绳、无绳跳绳等新品类受

到消费者欢迎。

作为行业风向标的中国国际体育用品博览会专门设置了小器械展区,并且规模持续扩大,参展企业由2018年的110家增加至2023年的263家,展览面积也连续五年保持增长。在今年5月举办的第40届中国体博会上,小器械展区首次突破1万平方米,参展品类囊括蹦床、哑铃、瑜伽和普拉提产品、拉力带、弹力绳等十余个品类。

“小器械产品在我国的普及速度是哪个国家都无法比拟的。”中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰说,近年来国

内体育市场飞速发展,巨大的需求给健身器械产业创造了空间和动力,产品品类不断增加,企业研发能力、技术水平不断提升,逐渐在全球拥有话语权。

记者了解到,近几年健身小器械的发展呈现出精细化、数智化、娱乐化等新趋势。随着需求升级和多元化,小器械产品分类甚至精细到一个器械只练一块肌肉;数字技术和信息技术赋能产业,越来越多体育器械引入智能语音、AI、虚拟现实等元素;注重趣味性与体验性,一些器械配套有在线社区、运动竞赛、健身游戏等功能。

► 买来的小器械为何会沦为“摆设”

记者调查发现,与热销形成对比的是,不少健身小器械在到达买家手里后使用率并不高。“瑜伽球已经几乎不用了,逐渐沦为家里的软装”“被弹力带绷到过不止一次,很疼,就弃用了”……在网络上和记者走访过程中,使用者的这类反馈不在少数。

专家指出,受到居家健身热潮和社交平台“种草”等影响,近几年健身小器械市场迎来爆发式增长,但消费者冲动消费的情况也时有发生,导致一些器械买回家后被丢在角落里沦为“摆设”。此外,部分健身器械缺少运动指导、质量不过关、存在安全隐患等问题也日益显

现,加剧了这种闲置现象。

记者发现,近年来飞力士棒、凯尔格训练器、健身滑行垫等新型健身器械受到买家欢迎。这些器械或带来新的运动方式,或注重精细化、专业化锻炼,但网购平台上关于这些新产品的介绍往往比较简单,有的甚至只有几张图片说明,缺少具体细致的使用指导,不少消费者反映“不会用”,一些人表示“没有人指导或一起锻炼,一个人很难坚持下来”。

在电商平台上一些热销小器械的页面,不少消费者留言反映器械的质量问题。“哑铃到货,做工太粗糙了,好几个划痕,有一个橡胶还鼓泡了,把手

还有锈……”

记者了解到,部分小器械对使用的专业性要求相对较高,消费者因为使用不当而出现过度训练,甚至运动损伤的情况,而一些器械设计本身就在存在一定风险。去年5月,浙江杭州一女童在使用引体向上杆过程中,杆子突然掉落砸在孩子头上导致其额骨凹陷性骨折,一度引发舆论热议。

此外有人反映,一些健身小器械广告存在夸大使用效果的问题,用了以后“有被忽悠的感觉”;部分健身器械如健腹轮、杠铃等,对锻炼者自身素质有一定要求,存在一定使用门槛。

► 让健身小器械真正成为“助动器”

专家及业内人士建议,让健身小器械用起来,一方面要进一步推动全民健身,提高群众的健身意愿,培养群众的运动习惯,倡导科学、理性的健身风潮;另一方面应加强对健身器械市场的监管与规范,推动行业健康有序发展,为群众健身提供更好的服务与环境。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示,针对虚假广告、生产销售伪劣产品等明显违法违规行为,相关监管部门应当加大对健身器械市场的监管力度,增加检查频次,设立举报制度,发现问题及时处理,并将违法违规行为记录在案,建立长

效监管机制,促进行业持续健康发展。

罗杰表示,目前国内健身器械领域标准较为缺失,仅有固定式健身器材一项强制国标,很多产品品类难以套用,快速发展的市场呼唤着行业标准。“近年来协会也在持续推进相关团体标准的出台,应当充分调动行业协会、企业、电商平台等各方力量,进一步加快推进行业标准的建立。”

多家受访企业表示,行业内已经关注到新器械缺乏使用指导的问题,为此不少企业开办了自媒体公众号,并加大投入开发器械相关教程。但仅靠企业来

开展社会体育指导还远远不够,还需充分发挥学校教育、政府购买、商业机构培训等多种渠道作用,丰富全社会健身指导方面的供给,推动形成更好的健身环境与文化。

此外专家提醒,消费者在购买健身小器械时,应充分考虑自身情况和产品特性,坚持理性消费。购物过程中如遭遇产品质量等问题,要及时反馈、维权,保护自身权益的同时推动市场良性发展。在使用健身器械前,也应充分了解其正确用法、注意事项,确保锻炼科学、安全、有效。

新华社记者 刘扬涛

新片竞艳 量质齐升

——从上海国际电影节看我国电影市场回暖趋势

为期9天的第25届上海国际电影节17日晚揭晓金爵奖,主竞赛单元三部国产影片《不虚此行》《八个嫌疑人》《寻她》均斩获奖项,展现银幕上的“中国力量”。与此同时,今年电影节期间,国产片剧组竞相走上红毯,举办首映或试映活动,为“端午档”“暑期档”预热,也为即将开启的下半年全国影市注入活力。

“端午档”冲刺,“暑期档”热身

本届上海国际电影节,成为国产新片亮相的重要舞台。已经定档“端午档”的影片中,韩延导演、聚焦都市老人情感生活的《我爱你!》成为电影节开幕影片。同样瞄准该档期的还有《消失的她》、香港与内地合拍片《别叫我“赌神”》等。

瞄准今年“暑期档”的影片同样纷纷“登陆”上海国际电影节。比如王宝强导演并主演的《八角笼中》、大鹏导演的《热烈》等,后者还成为电影节的闭幕影片。

值得一提的是,今年上海国际电影节金爵奖主竞赛单元中的三部国产片均在电影节获奖,并且积累了不错的口碑,影片制片人及发行公司已在预测后续市场反应。其中,获最佳导演奖及最佳男演员奖的《不虚此行》,在电影节闭幕之际宣布将于9月上映。

今年的亚洲新人单元中亮相的多部华语新片,同样进入院线经理们的视野。这些作品有的突出方言特色和地域特点,有的充满创作者的奇思妙想。上海国际电影节中心主任何文权说,更多参赛片也在展望今后进入院线公映,这说明电影节这个大平台,有助于发现、推荐更多新鲜而优质的片源,对丰富国内电影市场供给具有促进作用。

供给为先,“周末档”蓄势待发

“好产品与‘周末档’相辅相成,有望带领中国电影市场更快复苏。”电影节期间,《2023中国电影产业研究报告》撰写人之一、行业分析专

家刘嘉提出,近年来,国产头部影片对传统节假日,特别是春节档的依赖度较高。未来若能进一步开拓“周末档”,对制片方和发行公司来说将是“很好的机会”。

前不久,有关部门明确表示,近期要全力恢复、做好“周末档”。

按电影行业惯例,“周末档”主要是指“周五至周日”的3天档期。本届上海国际电影节恰巧横跨两个较完整的“周末档”,从预售启动以来,票房一路走高。电影节主会场上海影城焕新“回归”后,一度领跑全国票房,也印证了“周末档”的重要价值。

电影节期间,更多电影人开始聚焦“周末档”热度如何稳步抬升。刘嘉认为,电影产品的优质供给,是做好做强任何一个档期的基础,这样才能满足人民日益增长的观影需求。

挖掘产业潜力,激发市场活力

今年上海国际电影节期间,国产新片频频出现预售阶段即“满座”的火热场景,反映出广大观众对电影的热情。

此外,过往主竞赛单元以外的评奖关注度较低。但在今年的亚洲新人单元中,中外影片亮点纷呈,其中不少国产影片都受到业内人士和广大观众的关注。

今年以来,我国电影生产量质齐升,市场正在回暖。

中国电影家协会副主席、清华大学教授尹鸿在电影节上表示,为了更好满足人民群众对高质量电影作品的需求,我们还需要继续提升国产优秀影片产能,用高质量作品带动更多观众走进影院,丰富大家的精神文化生活。

在有关专家看来,推动电影市场更好发展,首先要从生产源头端着手,通过影片投资、产业引导、制作、宣发等产业链各环节的共同进步,“孵化”更多高质量影片;其次是要引导片方把每一个“周末档”都用好,积极挖掘产业潜力、激发活力,这样电影市场有望在今年下半年更快升温。

新华社记者许晓青