

# 特殊时期居家健身的可持续发展路径研究

谢仕莲 徐吉 夏亦昕

上海财经大学浙江学院, 浙江 金华 321000

[摘要] 在近几年特殊时期社会背景下, 阐述居家健身发展现状及梳理其运行特征, 指出目前居家健身面临的现实困境, 探索居家健身在该时期可持续发展的路径, 为全国范围内优化居家健身的发展提供借鉴, 并为全民健身事业提供帮助。

[关键词] 居家健身; 可持续发展; 全民健身

DOI: 10.33142/fme.v3i4.6659

中图分类号: G80

文献标识码: A

## Research on the Sustainable Development Path of Home Fitness in Special Period

XIE Shilian, XU Ji, XIA Yixin

Shanghai University of Finance and Economics Zhejiang College, Jinhua, Zhejiang, 321000, China

**Abstract:** Under the social background of the special period in recent years, this paper expounds the development status of home-based fitness and combs its operating characteristics, points out the practical difficulties faced by home-based fitness at present, explores the path of sustainable development of home-based fitness in this period, provides reference for optimizing the development of home-based fitness nationwide, and provides help for the cause of national fitness.

**Keywords:** home fitness; sustainable development; national fitness

### 引言

居家健身在特殊社会背景时期, 成为活络于人民日常生活中的“高频词”<sup>[1]</sup>, 更是在电视、广播、报纸、互联网、自媒体等模块掀起运动健身热潮。同时, 国家也越来越鼓励人们居家锻炼或进行虚拟运动, 使全国人民居家监测期间, 利用较小的运动空间获取健身技能, 消除压抑情绪, 调整心态<sup>[2]</sup>。于素梅研究员也指出: “居家体育是足不出户在自家庭院中锻炼。”它更是由学校体育和家庭体育在有限的时空中连接、重叠创生而出<sup>[3]</sup>。但随着人们生活空间变大, 休闲娱乐的选择也慢慢多元化, 致使人们对线上的居家健身关注度和持续实践行为逐渐降低<sup>[4-5]</sup>。

如由北京学校体育联合会精心创编的居家锻炼方案上传互联网后跟练者便达到十万, 而随后的阅读者越来越少。这和社会大众长期以来对运动健康的态度密切相关<sup>[6]</sup>。所以在特殊时期如何实现居家健身在社会民众中由初始的热情接受向持久投入转化, 并实现居家健身的可持续发展, 对今后的全民健身事业有着重要意义。

### 1 特殊社会背景: 居家健身发展现状及运行特征阐述

#### 1.1 居家健身参与人群情况

在本国处于线性爆发时期时, 国家体育总局快速下发了《关于大力推广居家科学健身方法的通知》, 各省市体育部门在当地党委、政府和防控指挥部的统一领导下<sup>[7]</sup>, 辐射式地将创编健身方案推出。

从居家健身内容的创编参与人群来说, 万炳军等(2020)初步统计出世界冠军及运动健将(200 余人次)、

国家体育总局工作人员(120 余人次)、体育学专家学者(120 余人次)、体育教师及学生(1000 余人次)等专业人士作为主体进行了居家健身内容的创编, 加上拍摄、编辑、审核、推送各环节需要投入的人力, 至少有 2000 余人次参与其中<sup>[5]</sup>。这为居家健身激增性推广奠定了专业群体基础, 而这仅仅只是此研究中关注到的体育从业人员。近年来稳健发展的体育产业实体店在特殊情况影响下首当其冲, 诸如健身俱乐部、武馆、体能训练馆等以运动锻炼增强“客户”体质为目标的实体产业, 也积极借助自媒体平台, 鼓励身边的“客户”居家运动健身, 为调动民众养成体育锻炼行为献出力量。

从居家健身受众人群来说, 因特殊时期爆发于我国春节期间, 大多数家庭成员齐全, 因此, 从事于居家健身内容推广活动的工作者既注重居家元素, 也着重涵盖全年龄段人群。万炳军等对追踪关注的 117 个微信订阅号的“健身抗疫推文”内容梳理, 概括了居家健身覆盖人群类别(如表 1 所示)。但通过中国知网、百度学术、超星等数据库, 以“居家健身”“居家锻炼”为主题词搜索发现, 在疫情期间, 对我国 14 亿人口中经常性、偶尔或短期进行居家健身人群的数据统计, 目前尚未有文章公布。

值得注意的是, 浙江城乡居民居家运动健身情况报告在中央人民政府网站发布, 调查结果表明百分之八十一.5 的网民开展了家庭健身活动; 百分之八十二.5 的网民认同了居家体育锻炼的重要性; 百分之七十.2 的网民愿意与家庭成员共同体育锻炼, 这对融洽家庭关系发挥了很大作用, 高比例的数据表明浙江省城乡居民的健身意

识较高,与家人的共同参与,也有利于培养家庭体育氛围,形成家庭体育文化<sup>[12]</sup>。而居家健身情况详细的数据统计需要全国各省市的协同调研,才能为后续的居家健身可持续发展奠定研究基础。

同时,在搜狐网中查看到1月27日,乐刻发起“共克时艰,宅家也爱做运动”全网公益话题,发动全平台教练线上“教学”。截至2月7日,快手和抖音两个短视频平台累计2.7亿播放量<sup>[8]</sup>。这是典型的由知名品牌牵引的健身推广效果,以“体育人”的角色承担着社会责任。但在这2.7亿播放量中有多少是有效播放(即全程跟随,定时定量完成健身任务)有待考究。若将居家健身比作商品,那在了解商品占有的市场情况和使用者感受状况下,将较难保持商品的热度。

表1 微信订阅号推送“健身推文”所覆盖人群一览表

未注 明适 用人 群	婴幼 儿及 儿童	青少 年	中年 人	老年 人	亲子	医务 人员	涉及 孕 妇	所有 人 群 累 计 出 现 篇 次
单一 人 群 注 明 篇 次 百 分 比	605	119	135	33	25	110	1	6
	58.45	11.50	13.04	3.19	2.42	10.63	0.1	0.1
								1035

### 1.2 居家健身活动内容

在特殊社会背景时期,居家健身内容如雨后春笋般大量涌现出来,丰富多样的健身内容满足了不同群体的健身需求。由于居家健身内容的多样性,大致将其分成了传统健身项目、操类、体能训练、球类、体育游戏五个种类(如表2所示)。其中在国家体育总局官网中主要以传统体育项目为主要推广内容。相对于网球、篮球等对场地需要更多的运动项目而言,传统体育活动则受到了更多人的重视和积极参与。由此可见,传统体育活动在中国全民运动健身项目中也一直是重点活动内容,并占有着重要地位<sup>[1]</sup>。

但为了引导更多的家庭成员居家锻炼,体能训练、操类内容在居家健身活动中占据更广泛的篇幅。这也是由项目自身的特性所决定的,受具体空间区域约束较小、没有非常高标准运动技术技巧和装备需求的项目更适于在居家期间开展,而有明确年龄段、性别约束以及对场地器材设施要求较大的运动项目则不宜在居家期间进行<sup>[12]</sup>。同时,将儿童、青少年、青年、中年群体串联,借助家庭这一唯一活动时空场景和关系纽带,鼓励其他个体的体育实践行为,可有效营造良好居家锻炼氛围。

此外,各种球类技术动作的练习,虽然受到场地及空间的限制,难以按照标准场地进行锻炼,但在小空间、小场地中更加需要练习者对球的控制,因此,对于经常性借助球类参与体育锻炼的群体来说,居家练习球类技术动作可帮助提高球感。但由于该类活动内容需要较好的球类技

术基础,因此只适应于球类锻炼者,而不具有普遍性。

表2 居家健身活动内容汇总

项目种 类	活动内容	资料来源
传统体 育项目	太极拳、八段锦、五禽戏、武术 居家健身动作、八极拳、易经筋	国家体育总局官网、南京体育学院微信订阅号、科教司、吉林省体育局
操类	轻器械 篮球健身操、羽毛球拍 健身操 健身操	国家体育总局官网、新华体 育
体能训 练	徒手健 身操 广播体操、瑜伽健身 操、原地走有氧锻炼 操、爱眼体操、健身花 键操	南京体育学院微信订阅号、 金华市东苑小学微信订 阅号、社会体育指导中心
球类	徒手体 能练习 HIIT、沙发练习、双人 素质练习、拉伸综合练 习、亲子互动练习、台 阶练习等等	科教司、新华体育
体育游 戏	持器械 体能练 习 弹力绳综合练习、家庭 小物件(米袋、水瓶等) 力量练习、篮球体能练 习	新华体育、人民体育出版社 先锋微信公众号、KDL 体育 与健康课程微信订阅号
	居家网球、排球、羽毛球、足球、 乒乓球、篮球技术动作练习	KDL 体育与健康课程微信 订阅号
	足球游戏(亲子运控球挑战、足 球保龄球等)	

### 1.3 居家健身运行特征:以海量微信订阅号健身推文为主

微信公众平台的出现,极大的方便了个人、组织、企业、政府等将各自想要传达的信息、资讯等充斥在微信用户的日常生活中。微信用户的广泛性及活跃度奠定了“居家健身”爆发式涌现的群众基础,而居家健身也较早出现在微信订阅号中,并受到广泛使用<sup>[5]</sup>。微信公众平台的强大功能和庞大的用户群体,使之成为居家健身传播的主流工具之一。

无论是由国家体育总局统一征收的体育专业人士改编或提供的居家健身电子书籍,由各中小学、高校等体育教研室推出的健身视频,还是由各体育学会组织、民间组织等构想出的居家健身活动计划,都借助着拥有11.51亿用户的微信公众平台向全国推广。这也是为什么在特殊时期,各自的“朋友圈”充斥着居家健身话题的原因。而这些推文基本是在国家体育总局下达《关于大力推广居家科学健身方法的通知》文件时,以及在国家体育总局组织专家研究推出了多种居家健身方法,并已通过新媒体宣传推广后出现的。表明政府机构的相关引导非常重要。

### 2 居家健身可持续发展面临的现实困境

经过一段时间的努力,我国防控形势逐渐向好,在此过程中,体育发挥了独有的功能,居家健身、针对患病患者的运动康复成了众人瞩目的“运动处方”<sup>[10]</sup>。我国也逐渐进入复工复产复学时期,此时,居家健身热潮不可避免的渐入低谷。

#### 2.1 大众极易退出锻炼模式

随着特殊时期情况的常态化,民众除了不建议进入国

内中高风险地区 and 出境以外,在安全防控措施下,基本不限制人民群众的出行。这也意味着人民的行为逐渐与非特殊时期靠拢,并有可能因为长期的居家行为出现“报复式”的玩乐与享受,使本有集中性的锻炼时间受到缩减,而不具有长期锻炼习惯的群体则会选择退出锻炼<sup>[11]</sup>。

目前全民体育锻炼多以群体锻炼方式呈现,并能有效增加锻炼氛围和起督促作用。由于居家监测期间,居家健身受到广泛宣传,锻炼群体也多以家庭为单位参与居家健身活动。但居家监测结束后,民众对线上居家健身的关注度持续下降,甚至影响其参与行为。在没有锻炼氛围和他人的监督下,体育锻炼意识薄弱的群体也极难继续坚持体育实践活动。

## 2.2 繁杂多样的健身内容易消磨锻炼者热情

面对丰富多样的健身内容,虽然大多数人具备一定的体育常识,但在科学健身方面的知识仍然缺乏。同时,由于短时间内推出的健身视频、电子版居家健身书籍等难免存在内容的交叉与重复,这也使得民众面对庞杂的健身活动时,难以选择出适合自己情况的运动项目,并计划合理的运动强度和运动量。也可能会造成锻炼者盲目跟风,且没有正确的体育锻炼指导和运动量、运动强度的控制,而引发运动损伤,打击运动者锻炼积极性、降低持续性锻炼频率,并破坏体育锻炼习惯的养成。

## 2.3 居家健身锻炼效果欠佳和不具替代性

特殊时期期间各网络平台推出的居家健身活动,如趣味性的活动是否科学,是否具有有良好的健身效果有待商榷。对浙江省城乡居民居家健身效果的自我评价数据指出:“44.77%的居民认为其居家健身行为的科学性一般,41.90%认为较科学,10.18%认为非常科学,3.15%认为不科学或很不科学<sup>[13]</sup>。”代表大约半数的群体对居家健身行为的科学性持中立态度,虽然有41.9%的居民认可居家健身的科学性,但在健身效果上64.9%的居民认为其居家体育健身没有平常体育锻炼效果好,54.73%认为居家体育健身无法取代平常体育锻炼<sup>[13]</sup>。锻炼效果是当代人参与体育锻炼时必然追求的结果。若花费了大量的时间而无成效,居家健身最终只会面临遗弃。

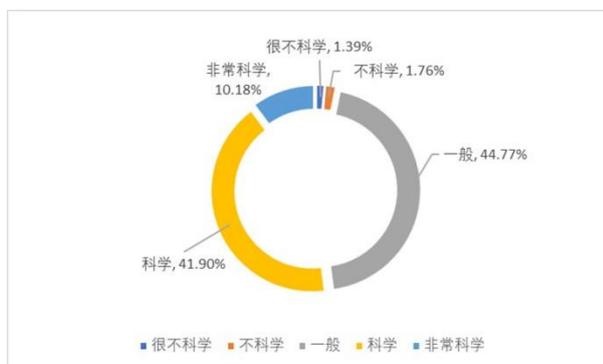


图1 浙江省城乡居民居家健身效果自我评价之科学性

## 3 我国居家健身可持续发展的路径选择

### 3.1 加大居家健身的正向宣传,激发民众体育锻炼意识和需求

从当前开始,政府组织、社会、个人机器商业性健身机构等应积极利用新闻媒体、互联网、自媒体平台,加大对居家健身的宣传和报道。将居家健身理念、方法、案例等融入居民的生活中,将居家健身作为非常时期,甚至日常健康生活方式的重要构成要素予以大力宣传,促进居民养成健康生活方式<sup>[13]</sup>。合理利用体育锻炼的优势,深刻建立居民对体育促进健康的认知。

同时,常态化特殊时期仍然借鉴特殊时期“互联网+世界冠军”居家健身视频推送组合,持续营造居家锻炼氛围,借助运动明星效应,激发居民体育锻炼意识,扩大居民健身需求,推进居家健身习惯养成。

### 3.2 政府、社会组织和社区应加大居家健身的倡导和科学引导

各省、市政府、社会组织和社区,应由上至下的建立体育公共服务平台,为当地居民提供居家健身指导。在公共服务平台中建立健全居家健身分类指导体系,为不同年龄段、不同健康状况、有无运动习惯等提出指导指南,科学引导居民健身。同时,依据不同运动项目,推荐给不同情况的人,并研究开发锻炼效果佳、功能性强的健身组合,降低因单一动作引起居民健身疲劳感和健身不全面的风险,最大化的增加居家健身参与群体。

### 3.3 以家庭为中心,开展线上居家健身赛事活动

在提高居民体育健身意识水平的同时,以家庭成员为主要结构参与线上居家健身活动,在政策扶持、市场化投入以及志愿人员的参与下,降低参赛人员的参与费用,并给予一定的奖品(奖金)鼓励。同时举办单位要尽量保证所在区的每个家庭都有参与居家健身赛事活动的机会,对于单亲家庭、留守儿童家庭、残疾人家庭等,所在社区、社会公益组织等要多关怀,并鼓励他们参与居家健身活动。

为了居家健身的可持续发展,更要咨询各以家庭为单位的居家健身参赛者需要得到什么样的优惠和服务,以及期望如何给予这些优惠和服务等内容。同时,尽可能的进行联动赛事活动,如前期以某一县城为单位举办赛事,之后一步一步的扩大至地级市、省级、全国等,不断扩大赛事活动的参与面积,将常态化居家健身进行到底,且是以家庭为单位进行,即丰富了居民的健身生活,也提供了展示平台。

## 4 结语

我国正处于推动全民健身的上升期,实现居家健身可持续发展,在既满足当代人健身需求的同时,又能对后代人满足健身需求的能力进行培养,形成体育锻炼的社会、生态、经济的可持续发展。居家健身作为体育锻炼行为中的一种,将为全民健身事业做出有效贡献。

## [参考文献]

- [1] 王灿. 让居家健身可持续发展 [N]. 中国体育报, 2020-04-07 (06).
- [2] 廖蔚. 居家隔离克服不良情绪侵扰 [N]. 解放军报, 2020-02-09 (07).
- [3] 孙科, 郇昌店, 任慧涛, 等. 危机与应对: 新型冠状病毒肺炎疫情下的中国体育叙事 [J]. 上海体育学院学报, 2020, 44 (5): 1-15.
- [4] 刘东锋, 傅钢强. 新型冠状病毒肺炎疫情期间在线健身服务用户持续使用意愿的影响因素研究 [J]. 体育学研究, 2020, 34 (2): 41-50.
- [5] 万炳军, 郭晨, 张钊, 等. 疫情期间微信“健身抗疫推文”的特征及风险反思 [J]. 西安体育学院学报, 2020, 37 (3): 267-275.
- [6] 体育学评论. 张文宏: 别被疫情吓倒, 是恢复体育的时候了 [EB/OL]. (2020-6-27). <https://mp.weixin.qq.com/s/fSikTn5PNSI3ct9rwIeo8Q>.
- [7] 国家体育总局. 关于大力推广居家科学健身方法的通知 [EB/OL]. [2020 - 01 - 30]. [www.sport.gov.cn/n4/n15204/n15205/c941798/content.html](http://www.sport.gov.cn/n4/n15204/n15205/c941798/content.html).
- [8] 搜狐网. 乐刻运动发起“宅家运动共克时艰”全网参与量突破 2 亿 [EB/OL]. (2020-02-08). [https://www.sohu.com/a/371530652\\_482792](https://www.sohu.com/a/371530652_482792).
- [9] 国家体育总局. 江西南昌居家锻炼系列活动受欢迎 [EB/OL]. (2020-03-24). <http://www.sport.gov.cn/n317/n346/c945872/content.html>.
- [10] 林剑. 常态化疫情防控对全民健身提出新要求 [N]. 中国体育报, 2020-05-20 (07).
- [11] 李王杰, 刘喜山. 以新冠肺炎之殇触发体育锻炼机遇 [J]. 沈阳体育学院学报, 2020, 39 (3): 18-22.
- [12] 中华人民共和国中央人民政府. 浙江省城乡居民居家健身状况报告 [EB/OL]. (2020-07-06). [http://www.gov.cn/xinwen/2020-07/06/content\\_5524365.htm](http://www.gov.cn/xinwen/2020-07/06/content_5524365.htm).
- [13] 国家体育总局. 新冠肺炎疫情期间浙江省城乡居民居家健身状况调研报告 [EB/OL]. (2020-07-08). <http://www.sport.gov.cn/n317/n344/c954631/content.html>.

作者简介: 谢仕莲 (1995-), 女, 汉族, 四川内江, 硕士, 助教, 上海财经大学浙江学院, 研究方向: 全民健身。