

## 抖音健身短视频发展现状分析及提升策略研究

张学武 毛旭艳 苏晓红

广州大学, 广东 广州 510006

**[摘要]**随着移动互联网技术的飞速发展,短视频已成为人们日常生活中不可或缺的一部分,特别是在健身领域,近年来抖音短视频平台用户规模持续增长、健身内容创作者涌现以及健身短视频内容形式多样化,迅速成为推动全民健身的重要力量。在快速发展的同时,健身短视频行业也暴露出诸多问题,如部分内容低俗化、缺乏创新且同质化严重、碎片化及过度娱乐化、传播主体专业性不足,导致用户认知偏差的现状,影响了行业的健康发展。便提出抖音健身短视频发展的提升策略:加强政策监管与引导、提升创作者专业素养、优化平台运营策略、加强版权保护与创新激励和用户教育与引导,以期推动健身短视频行业由粗放式的快速增长阶段向专业化、精致化的高质量发展阶段迈进。

**[关键词]**抖音健身短视频;健身短视频现状;提升策略

DOI: 10.33142/jscs.v4i6.14830

中图分类号: G252

文献标识码: A

### Development Status Analysis and Promotion Strategy Research of Tiktok Fitness Short Video

ZHANG Xuewu, MAO Xuyan, SU Xiaohong

Guangzhou University, Guangzhou, Guangdong, 510006, China

**Abstract:** With the rapid development of mobile Internet technology, short video has become an indispensable part of people's daily life, especially in the field of fitness. In recent years, the continuous growth of users of Tiktok short video platform, the emergence of fitness content creators and the diversification of fitness short video content have rapidly become an important force to promote national fitness. At the same time as rapid development, the fitness short video industry has also exposed many problems, such as vulgar content, lack of innovation and serious homogenization, fragmentation and excessive entertainment, and insufficient professionalism of communication subjects, leading to cognitive biases among users and affecting the healthy development of the industry. The promotion strategy for the development of Tiktok fitness short video was proposed: strengthening policy supervision and guidance, improving the professional quality of creators, optimizing the platform operation strategy, strengthening copyright protection and innovation incentives, and user education and guidance, in order to promote the fitness short video industry from the extensive rapid growth stage to the professional and refined high-quality development stage.

**Keywords:** Tiktok fitness short video; current situation of fitness short videos; promotion strategy

### 引言

近年来,全民健身成为国家战略的重要组成部分<sup>[1]</sup>,抖音短视频头部平台积极响应国家全民健身战略,打造抖音健身房栏目并且积极扶持健身达人等方式,吸引了大量健身达人和用户参与,极大地推动了健身短视频的普及与发展,因此,本文选取抖音健身短视频研究是具有代表性的。当前,健身短视频作为一股不可忽视的力量,正潜移默化改变着人们的健身方式和生活习惯。然而,随着健身短视频行业规模的扩大,逐渐也暴露出诸多问题。本文旨在通过深入分析抖音健身短视频的发展现状,提出当前健身短视频的提升策略,以推动健身短视频行业的健康发展。

#### 1 研究对象

本文以抖音健身短视频为研究对象,对当前抖音健身短视频的发展现状进行分析,指出抖音健身短视频发展中存在的问题,提出健身短视频发展提升策略。

#### 2 研究方法

本文主要采用文献资料法和案例分析法,通过中国知

网、学校图书馆、百度网页等搜索引擎,以“抖音健身短视频”“短视频发展现状”为关键词进行查找本文需要的资料。再结合案例分析法对当前抖音健身短视频比较热门的案例进行分析,将为健身短视频的健康发展提出切实可行的策略。

#### 3 抖音健身短视频发展现状

##### 3.1 健身短视频用户规模持续增长催生较大的市场潜力

随着5G技术的广泛应用和移动智能手机的全面普及,短视频用户规模持续扩大。据第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2024年6月,我国网民规模近11亿人(10.9967亿人),较2023年12月增长742万人,互联网普及率达78.0%,短视频成为新增网民“触网”重要应用,短视频用户占网民整体的95.5%<sup>[2]</sup>。在此背景下,抖音作为头部短视频平台之一,其中健身短视频内容板块更是吸引了大量用户关注,抖音健身短视频凭借其庞大的用户基础,展现出巨大的市场潜力,成为推动全

民健身的重要力量。

### 3.2 优质健身内容创作者涌现

在抖音平台上,近年来涌现出了一大批才华横溢且极具影响力的健身达人,如“刘畊宏”“帕梅拉 pamelareif”“大师兄 MB”等,他们凭借专业的健身技能和独特的个人魅力以及不懈地努力创作,成为了健身短视频行业的头部网红,赢得了大量粉丝的喜爱和追捧。他们每一次更新都能引发用户的广泛讨论和模仿,有效推动了健身文化的普及与深入,激励更多专业人士加入健身短视频内容创作的行列,不仅带动了健身短视频的创作热潮,也提升了整个行业的专业水平和影响力,形成了一个良性循环。他们不仅是个人健身品牌的塑造者,更是健身文化传播的使者,为推广健康生活方式做出了积极贡献。

这些优质内容创作者的涌现,丰富了抖音平台的内容生态,为观众提供了更加多元化的选择,极大地推动了健身文化的普及和发展。他们通过短视频这一新媒体形式,打破了传统健身行业的界限,让健身变得更加便捷、高效和有趣。他们也用自己的实际行动诠释了健康生活的理念,激励着更多人加入到健身的行列中来,共同追求更加健康、美好的生活方式。

### 3.3 健身短视频内容形式多样化

近年来,健身短视频在抖音等平台上迅速崛起,其内容形式呈现多样化趋势。健身短视频不仅涵盖了健身知识科普、日常健身分享、训练技巧、饮食建议、健身操、健身舞、户外健身、家庭健身、健身励志激励等方面,还通过情景短剧、挑战 PK 活动等创意策划,拥有多种风格的风格和题材。这些多样化的内容形式满足了不同用户的健身需求,增强了内容的吸引力和趣味性,也促进了健身短视频的多元化发展,为全民健身的推广营造良好氛围。

## 4 抖音健身短视频存在的问题

### 4.1 部分健身短视频内容低俗化

部分健身短视频为了吸引眼球和流量,采用低俗化的表现手法,如各种健身摆拍、展示身材、暴露腿肩背胸腰腹部,突出训练痕迹等擦边健身短视频较为常见,在算法推荐下用户长期观看该类视频往往会形成信息茧房,放大个体对自身体型的不满,扩大现实与理想之间的差距,并引发身体不满和羞耻感<sup>[3]</sup>。这些内容与优质健身短视频的文明发展理念背道而驰,破坏了健身短视频行业的风气,违背了社会的基本道德准则,有悖于我们共同追求的文明社会建设目标。

### 4.2 健身短视频内容普遍缺乏创新,且同质化严重

5G 时代用户在场和沉浸式体验带来信息传播便捷性的同时,也会导致技术繁华之下呈现内容缺乏创新的弊端<sup>[4]</sup>。目前短视频的创作门槛较低,拍摄剪辑制作传播的过程较为简单,习惯了将目光聚焦追求热度和流量、套用固定模板的思路。众多健身短视频创作者倾向于选取热门话题和

热点事件进行简单快速的加工处理,导致大量内容在文案的呈现上高度雷同,使得健身短视频的内容呈现单一化、同质化现象<sup>[5]</sup>。在抖音平台上一个话题标签便可搜罗出大批主题、内容及形式极为相似的视频。这种同质化现象缺乏新颖独特的创意和个性化表达,内容单调乏味,易导致用户审美疲劳,吸引力逐渐减弱,将难以满足用户日益多样化和差异化的需求。而且由于缺乏有效的创新激励惩治措施,当前抖音平台上的健身短视频同质化问题显得尤为突出。

### 4.3 健身短视频内容碎片化和过度娱乐化

健身短视频虽以其时效性和直观性见长,但内容呈现往往趋于碎片化,缺乏深度与内涵。部分用户在观看后虽进行点赞或收藏,却未真正参与锻炼,以及没有专业人员指导动作,质量大打折扣和运动强度不足的情况,进而影响健身成效。健身短视频传播的门槛相对较低,传播主体多元,这导致创作者专业水平参差不齐,难以将专业、系统的运动知识和指导有效传达给公众。长此以往,可能削弱公众对健身短视频的期待与参与热情。

健身短视频因其蕴含的娱乐性而广受欢迎,有效帮助人们减轻生活与工作的重压,达到放松身心、缓解紧张情绪的效果。然而,部分健身短视频创作者为博取眼球、增加流量,过度追求娱乐性,不惜在健身视频中以娱乐的形式隐秘地掺杂负面内容和虚假信息,并肆意传播这些健身短视频,从而对网络空间的健康生态造成了严重破坏<sup>[6]</sup>。用户长期观看此类视频在潜移默化中会形成不良的价值观,陷入享乐主义、功利主义、虚无主义等危机当中,这些现象严重偏离了健身短视频传播全民健身运动的实质价值。

### 4.4 传播主体专业性不足,导致用户认知偏差

在信息化时代背景下,普通大众往往缺乏专业视角来准确鉴别健身理论知识的真伪与适用性<sup>[7]</sup>。受利益驱动,一些健身短视频制作者为追求点击播放量和关注度,可能会采取不够严谨的表达方式,具体表现为文案内容脱离客观实际、夸大其词、表述失范,这些做法虽能短暂吸引用户的视听注意力、迎合其兴趣偏好并争取更多关注,但却可能误导用户对健身知识形成错误的认知<sup>[8]</sup>。例如:一些视频声称通过某个动作或方法可以快速减肥或塑形,但实际上并不符合科学原理和健康原则。比如进行某些动作锻炼,达到怎样的效果,如“几天瘦几斤的”“一个动作瘦全身”“脂肪最害怕的动作”“最强瘦手臂”“一招搞定哪里”等诸如此类表述不当的文案,根本没有考虑到减肥瘦身要遵循能量守恒定律,想要减肥就得消耗大于摄入,才能达到减肥减脂目的,单凭健身是有助于促进新陈代谢,提高身体的能量消耗,而瘦下来是要管住嘴,让能量摄入小于消耗,并没有认识到减肥瘦身是一个整体系统性工程,目前有关研究表明局部瘦身存在较大的争议。此外,2023年电影《热辣滚烫》讲述贾玲自律健身减肥一年瘦 100

斤走火,成功的背后可能会盲目导致减肥人士跟风,殊不知这种急速的减肥方式是不妥的,正常人一年瘦30斤是相对健康的速度,明星为了短期内的一个工作角色,要采用各种各样的方法去减肥,甚至是用极端的方法,但事实上这种掉秤速度根本不利于健康减肥,并且普通人完全没有必要去效仿。许多健身短视频为了追逐热点和流量,往往牺牲了专业性,转而采用吸引眼球的手法来博取用户关注,这种做法容易误导用户的健身认知,还阻止了健身短视频行业的健康发展。

### 5 抖音健身短视频发展的提升策略

健身短视频在推动全民健身运动方面发挥着举足轻重的作用,应当持续发掘并利用健身短视频的独特优势,以更高效的方式促进全民健身运动的普及与发展,旨在全面提升人们体质健康水平。因此,必须正视健身短视频传播过程中伴随的问题,采取积极措施不断优化健身短视频的传播效能,构筑好健身短视频发展新生态,对于整个视听产业同样至关重要。

#### 5.1 加强政策监管与引导

政府和相关部门应加强对健身短视频行业的监管力度,制定和完善相关法律法规和政策措施,进一步细化、落实《网络短视频平台管理规范》《网络信息内容生态治理规定》《网络短视频内容审核标准细则》等条例规定,明确健身短视频内容创作标准和底线要求。加强版权保护和隐私保护,进一步完善相关法规和条例,通过立法、监管、平台治理和引导等多方联动,促进健身短视频行业在政策监管下实现健康发展。此外,加大对健身短视频建设投入,引导突出的健身短视频品牌展示,增强示范作用。通过政策引导和激励机制,鼓励健身短视频创作者创作高质量、正能量的内容作品。

#### 5.2 提升创作者专业素养

健身短视频创作者要注重价值传播,走高质量、专业化的道路,在健身领域垂直深耕,建立属于自己的健身短视频品牌,打造具有影响力和辨识度的健身品牌符号<sup>[9]</sup>。应不断学习提升自身的健身专业素养和媒体素养,提高健身短视频运营能力,应注重作品的科学性、专业性、实用性和趣味性,以及增强用户的自我效能感与感知有用性<sup>[10]</sup>,努力提升用户的健身参与度和效果。在创作过程中要遵循科学原理和健康原则,宣传真善美,避免夸大其词、误导用户的行为发生。积极学习先进的创作理念和技术手段,摒弃“内容数量为王”的理念,坚持“内容质量”为王的思维迭代,在做好用户服务的同时也做好内容<sup>[11]</sup>。提升作品的艺术性和观赏性,以及关注健身短视频内容的整合性与内涵深度,减少碎片化与过度娱乐化倾向,采用多元化的表达手法和创新叙事结构,积极引入新技术和新形式<sup>[12]</sup>,不断优化以增强健身短视频的吸引力,改善同质化现象,以优质的健身短视频助力全民健身。

#### 5.3 优化平台运营策略

抖音等短视频平台应优化自身的运营策略和管理机制,加强对健身短视频内容的审核和把关力度,提高用户对健身短视频的可信度。可通过技术手段和人工审核相结合的方式,及时发现并处理低俗化、同质化的内容,对低俗和同质化的内容采取仅限好友观看和限流方式。在不断完善内容审核的同时,平台的监管部门应当进一步完善违规处罚体系,细化针对不同程度低俗化、同质化内容的惩处条例,确保每一项违规行为都能得到相应且有效的制裁,而非仅仅依赖于诸如关闭商品推广功能、限制流量和下架购物车等较为温和的处罚手段,要建立起一个更为严格和全面的惩罚机制,真正做到有错必纠、违规必罚。不断加强对优质健身短视频的推广和宣传力度,打造专属健身短视频模块,用户可根据自身需要选择相应内容,建立用户与博主的交流平台,设置用户反馈机制,提升用户的使用体验和满意度。此外,平台应当致力于改进其算法推荐机制,以确保内容推广更加侧重于主流价值观和积极正面的信息。通过精准调整算法逻辑,平台可以有效减少用户因长期接触低俗、同质化内容的风险,这种内容往往会导致信息茧房效应,限制用户的视野和认知。平台要加大正能量内容的传播力度,旨在丰富人们的精神文化世界,并促进积极健康的社会风尚形成与发展。

#### 5.4 加强版权保护与创新激励

加强版权保护是维护健身短视频行业健康发展的重要保障。抖音短视频平台及相关部门应建立健全网络作品著作权保护机制和技术手段,加强版权意识和法律教育和普及,严厉打击侵权盗版行为,增加举报机制。还可以通过设立创作基金,对优秀健身短视频作品实施奖励分红等,举办健身短视频创意大赛等方式激励创作者创新创优,推动健身短视频行业的繁荣发展。

#### 5.5 加强用户教育与引导

在提倡全民健身建设体育强国的同时,有必要提升用户的媒介素养和健身审美素养,加强对用户的教育和引导是提升用户媒介素养和健身审美素养的重要途径,让用户学会甄别作品质量的优劣,积极拥护并推广优质作品,对遇到的低质内容及时举报并提供反馈,逐渐承担起监督责任,共同维护良好的健身内容生态。抖音平台通过评论区设置提示语:“善语结善缘,恶言伤人心”就是一个很好的教育引导,以及发布科普文章和视频中添加提示语等方式提醒用户理性观看和对待健身短视频内容。同时鼓励用户积极参与健身活动,促进用户参与健身锻炼的热情。

### 6 结语

当前健身短视频的兴起,实则是人们健康意识增强的直接反映,这一趋势不仅体现了人们对健康生活的向往,也促进了线上线下健身活动的有机融合。线上健身短视频以其便捷性、直观性成为激发线下健身热情的催化剂,而

线下健身实践的广泛开展又反过来为线上内容提供了更丰富的素材和更广阔的市场,两者相辅相成,共同推动了健身文化的普及与发展。此外,我们应保持警觉,审慎对待那些缺乏专业性、内容细分不明确以及倾向于过度追求娱乐性的健身短视频。这些视频可能会对用户的健身理念和行为产生误导,甚至可能带来潜在的健康风险。因此,有必要对这些健身短视频进行剖析,辨别真伪,去伪存真。展望未来,我们应积极推动健身短视频行业从当前的粗放式的快速增长阶段向专业化、精致化的高质量发展阶段转型。让健身短视频真正成为传播健康知识、引领健身潮流的有力工具。

#### [参考文献]

- [1] 中央政府门户网站. 我国将全民健身上升为国家战略 [EB/OL]. (2014-10-20) [2024-12-10]. [https://www.gov.cn/Xinwen/2014-10/20/content\\_2767904.htm](https://www.gov.cn/Xinwen/2014-10/20/content_2767904.htm).
- [2] 第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》 [EB/OL]. (2024-08-29) [2024-12-10]. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2024-08/29/c88-11065.html>.
- [3] 张露丹. 健身 APP 使用对女性用户身体不满的影响 [D]. 重庆: 西南大学, 2021.
- [4] 王福秋. 5G 时代体育短视频生产传播的媒介趋向与引导机制研究 [J]. 体育与科学, 2020, 41 (6): 55-59.
- [5] 佟鹤. 抖音减肥类短视频传播研究 [D]. 吉林: 吉林大学, 2023.
- [6] 叶林峰. 加强短视频舆论引导力建设探析 [J]. 电视研究, 2023 (5): 70-71.
- [7] 吴琪. 短视频平台中优质创作者健身知识传播的组态路径研究 [D]. 湖北: 武汉体育学院, 2024.
- [8] 常馨月. 泛娱乐主义思潮对大学生价值观的消极影响及对策研究 [D]. 山西: 太原科技大学, 2024.
- [9] 曹通. 健身类短视频的传播效果形成机制研究 [D]. 湖北: 武汉体育学院, 2024.
- [10] 司若, 肖倩, 庞胜楠. 短视频对大学生健身塑形行为意图的影响研究 [J/OL]. 北京航空航天大学学报 (社会科学版), 1-11 [2024-11-30]. <https://doi.org/10.13766/j.bhsk.1008-2204.2024.0078>.
- [11] 黎斌. 媒体融合新思维: 从“内容为王”到“内容+为王” [J]. 中国广播电视学刊, 2017 (1): 27-30.
- [12] 黄涛. 融媒体时代主流媒体短视频建设现状与创新路径探析 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14 (23): 83-85.
- 作者简介: 张学武 (1994—), 男, 汉族, 广东湛江人, 硕士在读, 广州大学, 研究方向: 体育教育训练学。