

移动互联网对全民健身的影响

邓兆怡 苏继鹏 | 文

全民健身已上升为我国的国家战略，疫情后，政府与人民群众更加重视国民的身体健康状况。移动互联网技术给体育行业带来新的发展机遇，通过研究移动互联网与全民健身融合的发展现状，探讨移动互联网对全民健身的积极作用与存在问题，并提出相应对策，有利于全民健身体系的完善与发展。

2016年6月23日，国务院印发的《全民健身计划（2016-2020年）》中，明确指出要借助移动互联网、云计算、大数据、物联网等现代技术手段，建设好全民健身管理资源库、服务资源库与公共服务信息平台^[1]。近几年随着移动互联网的应用与普及，智能手机的用户也逐步增多，根据艾媒数据显示，2019年我国手机用户数量为108680万，智能手机已成为大众娱乐、学习、工作的重要工具之一。基于移动互联网技术的发展与各城市体育基础设施的完善，“移动互联网+体育”模式得到快速发展。各类不同功能的健身APP爆发式呈现在大众手机中，带给大众在体育健身与休闲娱乐方面的深度体验与便利。随着2020年互联网5G技术与物联网的推广普及，“移动互联网+体育”将会迎来新的发展机遇。

一、“移动互联网+全民健身”应用现状

移动互联网时代下，随着众多媒体的广泛应用，传播成本不断降低与传播速度不断加快，导致各类APP喷涌式出现，运动类的手机应用也不断涌现。凭借可视化数据、智能化引导与专业化教学带给大众较深的用户体验，得到用户群体的一致好评与社会的认可。这些健身APP为全民健身提供了较完善的服务体系，促进了全民健身事业的发展。

经查阅，最早的健身APP是2013年广州市推出的“群体通”，2014年，湖北省体育局联合荆楚网推出了“去运动”APP，以及微博运营中心的“奔跑2015”。移动端凭借消息即时性、范围广泛性、互动便捷性等优势，推动了全民健身的快速发展。如微博的“奔跑2015”，一个月累计用户便达120万。2015年是健身APP的井喷式发展元年，许多健身类应用的出现把健身APP引起市场热潮。健身APP根据提供的服务可分为三类：运动纪录

类、视频教学类、信息管理类。据统计，中国跑步健身类APP的用户已高达2.9亿。在众多的健身APP中，运动纪录类的数量最多，例如：悦动圈、keep、咕咚、乐动力、薄荷等，这些APP将用户的运动轨迹、运动时长、运动路程、运动速度等数据记录下来的应用深受健身人士的喜爱，能够满足最基本的健身记录需求。

相对用户数量庞大的运动纪录类应用，信息管理类的服务平台更显实用。例如上海的“我要运动”服务平台，通过微信公众号、小程序搭建了一站式运动健身服务平台，为广大运动健身爱好者提供在线场馆预订、赛事活动报名、课程培训及周边健身场地设施查询等服务。这类APP能解决信息不对称、资源利用不合理等问题，更好的完善了全民健身服务机制。

今年年初，疫情催化了大众的健身需求，宅家健身成了多数人首选的运动方式。据QuestMobile发布报告显示，2020年2月，运动健身App行业活跃用户规模快速上涨至8928万，同比增长了93.3%。互联网技术的发展与疫情给全民健身带来了新的契机，由不断增长的数据可看出大众参与运动健身的意愿，也说明了“互联网+健身”具有极佳的发展前景。

二、移动互联网对全民健身的积极影响

以悦动圈、咕咚运动为代表的运动纪录类APP依托手机中的GPS定位的跟踪监测记录，凭借可移动、便携可交互、智能性强、数据可视化等特点，可让大众利用好碎片时间进行锻炼，记录自身的运动健身信息，形成数据并显示在手机上，还可以图文或视频的方式分享到朋友圈。极大的满足了用户自我实现、健身社交等个性化需求。随着小米手环、Apple Watch等穿戴设备的迭代与普及、互联网技术的不断发展、各大健身类APP的更新完善，移动端与设备端实现信息无缝对接，即时记录运动量并分析

出用户的心率与卡路里消耗情况等，还可将以往的运动记录进行对比分析，给出合理专业的健身方案。

以 keep、Feel 为代表的视频教学类软件，针对细分客群推出主打的健身课程视频，比如增肌、减肥、塑形等。在 Keep 软件中推出有：家庭增肌特训、Tabata 4 分钟燃脂、弹力带塑形、身形改善、徒手胸肌训练等健身课程服务，针对各个人群和需求分别划分不同的教学视频。用户可以根据自身不同的需求，选择感兴趣的视频，遵循视频中演示者的动作和话语指引进行直观、科学和自主进行锻炼，这节省了健身群体的不少的时间与金钱成本。

以“我要运动”、我奥篮球为代表 O2O 信息管理类平台，通过利用“互联网”的特性和技术的优势，打破了信息传播的壁垒。把体育场馆、教练、居民、管理者等不同角色整合到了一个平台，实现了信息和资源在所有角色间的共享。最大化整合和利用社会资源，平台可开放社会场馆和教练加盟模式，把体育场馆、社会体育指导员和专业教练等资源进行有效利用，实现资源的共享。信息管理类平台能节省健身群体的时间与精力，增强了健身用户的体验，很好的满足了健身群体的需求。

三、移动互联网在全民健身应用中存在的不足

受制于手机自身记录功能健身 APP 的不精准与不稳定。智能手机可以利用 GPS 传感器去发出信号，记录运动轨迹，例如人们喜欢利用健身 APP 记录慢跑与自行车的运动轨迹与运动时间。但这有可能会受限于移动互联网网速或者手机硬件例如内存不足等本身存在的问题，导致数据记录不精准。再比如一些无位移或位移不明显的体育运动，例如平板支撑、仰卧起床、跳绳等，健身 APP 可能无法完成精确的记录。再例如网球、羽毛球、乒乓球等运动，仅仅靠记录步数来计算消耗的卡路里也是不准确的，这与专业的设备记录的数据相差甚远。

过多的广告植入导致用户体验感下降。用户选择下载健身 APP，主要的目的就是学习基本健身方法、记录打卡、健身交友等，但应用的最终目的是盈利，健身 APP 除了本身固有的功能以外还有许多拓展的功能，例如依据用户的偏爱为用户推荐需要收费的健身教程或者一些与健身运动有关的服装器具等。但如果是糟糕的商品或者是未达体验感的课程反而会对应用造成负面影响，过多的广告植入也容易让用户的使用感下降。

移动互联网数据下的安全问题。在互联网时代，大数据普遍应用的当下，数据无疑是个个人最重要的资产之一，信息被透明化问题和隐私安全问题越显得重要。然而，一

些窃取和泄露个人信息的交易开始在移动互联网衍生，有些商家利用移动互联网所得数据而采用打电话的方式询问手机户主是否需要办理一些业务，这已经严重打扰到人们的日常生活。在移动互联网渗透人们生活的同时，数据的安全问题尤为值得关注。

四、总结与建议

一场疫情使得大众对身体健康更为关注，加之钟南山院士呼吁全民健身，宅健身、云健身等词也热极一时。疫情过后，大众对健身的需求依旧呈上升趋势，各类移动互联网 + 全民健身的服务平台百花齐放的同时，也导致各类健身平台的质量与体验度参差不齐。我国的移动互联网 + 全民健身的融合目前仍处于起步阶段，受限于设备终端的灵敏性与行业机制的不完善等问题，各类体育资源与信息资源无法实现最优配置。

要实现移动互联网 + 全民健身的深度融合，仍需要移动互联技术的发展与穿戴设备的创新完善，需要政府相关职能部门针对大众需求进行科学的规划与积极引导，并对进行各项资源的进一步整合。同时也需要各大健身平台应提高课程品质与服务质量，扩大客群覆盖面，加快球馆数字信息化，增强用户使用体验，从而使用户达到轻松学习、深度体验的效果。当大众自发的养成健身的习惯，将全民健身的观念渗透到日常生活中，才可推动全民健身的持续发展，实现“健康中国”的战略目标。

参考文献

- [1] 国务院，全民健身计划（2016-2020 年）[EB/OL]. [2016-06-23].http://www.gov.cn/xinwen/2016-06/23/content_5084638.htm.
- [2] 卫国凯.“互联网+”背景下全民健身公共服务平台的发展——以“群体通”为例. 体育成人教育学报, 2019, 35(06): 19-22.
- [3] 刘艺, 李骅.“互联网+”背景下运动 APP 与全民健身融合的思考. 体育世界(学术版), 2019(06): 35-26.
- [4] 衣海永, 田钰佳. 媒介融合背景下运动健身 APP 的现状与趋势研究. 当代体育科技, 2018, 8(04): 198-200.
- [5] 李敏. 互联网时代移动端在全民健身服务中的发展研究. 精品运动, 2018(10): 63-66.

基金项目：广西高校大学生创新创业计划项目，项目名称：移动互联网对全民健身的影响研究，项目编号：201913638073。

作者简介：邓兆怡，广西大学行健文理学院；
苏继鹏，广西大学行健文理学院。