

疫下居家齊健身「馬甲線課程」紅火 藝人抖音教燒脂 一日吸粉千萬

網羅萬象

近日，因在上海疫情期間進行健身直播，一直「不溫不火」的中國台灣藝人劉畊宏正式走紅，一天抖音漲粉100萬，每天百萬「劉畊宏女孩／男孩」跟他打卡跳操燃脂，期待練出馬甲線。一夜之間，人們之間的問候語突然就變成了「今天你做劉畊宏女孩了嗎？」受疫情影響，一直重視線下體驗服務的健身行業也開始向線上轉移，「直播＋健身」正逐漸成為新流行趨勢。

大公報記者 曾萍



▲網友全家上陣，跟着直播跳操。

網絡圖片



►「大白」也跟着跳操。

網絡圖片



▲在內地疫情期間進行健身直播的中國台灣藝人劉畊宏和妻子王婉霏，火爆全網。

網絡圖片



▲劉畊宏直播跳操。

視頻截圖

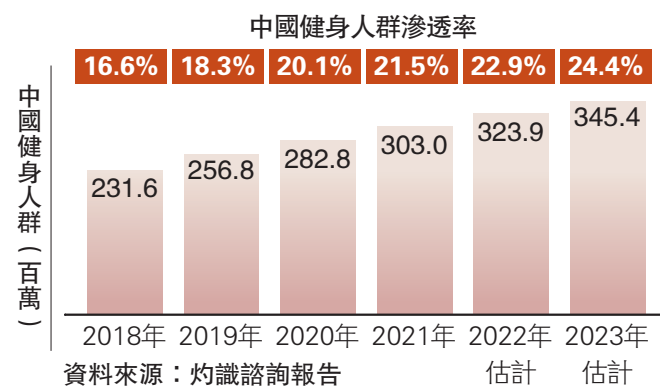
「人魚線、馬甲線，練起來！」《本草綱目》版毆子操、升級版《龍拳》減脂操、馬甲線教程……在上海居家隔離的中國台灣藝人劉畊宏帶着自己的妻子王婉霏，每周5天進行健身直播，耳熟能詳的周杰倫歌曲配上動感的燃脂健身操，在手機屏幕前吃力跟着節奏跳操的不僅是年輕女孩、男孩，各地的「藍朋友」消防員、「60後」的廣場舞阿姨也都加入行列，讓周杰倫的歌曲有了新的詮釋。

「劉畊宏效應」正快速風靡。在微博上，「劉畊宏燃脂操別亂練」登上話題榜第一名，閱讀量快速突破6億。4月20日，劉畊宏直播共收穫了2億點讚，抖音粉絲量突破2000萬；4月21日其抖音粉絲量破3000萬，1天漲粉1000萬；截至23日，劉畊宏抖音粉絲已逾4000萬；在小紅書上，劉畊宏的粉絲也超過300萬。從他開始進行健身直播後，他的每一條視頻就從數千個「點讚」直接躍升到十萬甚至是數十萬的「點讚」。

線上健身流量爆增

疫情的反覆，對於原本就處於下滑狀態的中國健身行業來說，可謂是雪上加霜。根據《2020中國健身行業數據報告》公布的數據顯示，截至2020年12月，中國健身俱樂部門店數量約44305家（不含港澳台地區，不含所有類型的工作室），比2019年的49860

億萬國人愛上健身



家下滑了11.1%。但是在線下健身行業競爭激烈、生存空間受擠壓的同時，疫情卻激發了人們的運動健身熱情。在B站、小紅書、抖音、快手和微博等平台上，與健身相關的內容呈現爆發式增長，「直播＋健身」從「被迫轉型」變成了一種新常態。

去年2月，超級猩猩推出「14天線上訓練營課程」，每班30人，設有2位教練，售價399元，上線1小時即售罄，其抖音賬號開設的直播在高峰時期約有19萬人在線觀看；今年初，Keep直播課聯合健身達人帕梅拉，進行了在中國的首場健身直播，在兩天的課程裏逾4萬人跟練、2.5萬人同時在線，3月28日起，B站健身區在10天內開展30場直

播，樂刻運動、萊美中國2家健身機構和14名UP主參與其中。《抖音運動健身報告》顯示，截至2021年12月7日，粉絲過萬的運動健身創作者超6萬名，健身類直播2021年直播收入同比增長141%。

無論是疫情初期各大線上健身平台親身體會到的流量增長，還是眼下劉畊宏的走紅霸屏引發的社會關注，都顯示了以直播為主的線上健身正迎來發展春天。但是業內人士分析，持續更新內容套路、中國地區更為流行的音樂加持，還有教練對用戶吸引力等，要在這些方面持續投入運營，為用戶提供運動動力，才是健身直播在國內走得更为長久的因素。

醫生提醒

1. 在家健身要有一個相對開闊、安全的環境
2. 健身器械應當配備保護措施
3. 健身前要了解自身身體狀況
4. 訓練負荷要適當
5. 最好接受專業教練指導

資料來源：新華社

潮玩「雲健身」宅家也快樂

2021年，運動健身視頻數量同比增長134%



2021年運動健身創作者數同比增長39%



2021年，健身類直播漲粉同比增長208%



2021年，健身類直播收入同比增加141%



資料來源：《抖音運動健身報告》



周六野Zoey

B站2020百大UP主，909萬B站粉絲，最受歡迎視頻播放量近4000萬

短腿小蘿蔔

知名運動博主，中國最年輕IFBB PRO職業健體運動員



鄭凌-Yoga

知名瑜伽運動博主，Keep瑜伽示範模特，在Keep擁有139.9萬粉絲



「劉畊宏女孩們」在線等批作業



▲不少网友上传自己的跟跳片段，期待劉畊宏在線上「批作業」。

網絡圖片

「劉畊宏女孩們，今天你們腿還在嗎？」今年，劉畊宏成功打敗了瑜伽、尊巴等運動，成為了直播間裏最熱門的健身教練。下班回家剛吃完飯，藍嵐便把瑜伽墊鋪好在電視機前面，然後將手機投屏到電視上，為接下來的直播健身做好準備。「我平時還會跑步鍛煉，但是跟着劉畊宏直播練完下來，第二天手都酸到抬不起來。」藍嵐說着一邊齜牙咧嘴地抬手喝水，一邊發信息到閨密群裏，問候同樣跟練的閨密，是否也有「劉畊宏後遺症」。「《本草綱目》一首歌不是才三四分鐘嗎，怎麼能跳2小時，把腿都跳廢了呢？」看了同事發來的疑問，迪迪一邊笑一邊手指飛快地向朋友「安利」劉畊宏直播。在抖音看到不少網友發出的片段，迪

迪感覺動作簡單易學，於是加入直播間運動大軍。

「劉畊宏女孩們」不僅跟着劉畊宏一起跳操，而且還期待劉畊宏為她們「在線批作業」。在小紅書上，不少劉畊宏女孩晒出了自己跟着跳健身操的成果：跟跳半個月，腰部側邊的贅肉緊實了很多；體重沒變，體脂掉了3.1%；打卡一周瘦了5斤……「健身是努力了就一定看到成果的事，看到自己一天天變健康，那種開心無法言喻。」迪迪說，劉畊宏的魅力是讓她看到堅持能讓自己變更好，也讓她「痛並快樂着」。

大公報記者 曾萍

微言

Net語

王孫云鶴

直播健身 全民狂歡

近日，劉畊宏的健身直播使他在1天內漲粉一千萬，成為現象級博主。但網絡上的健身博主可謂百花齊放，劉畊宏為何能脫穎而出？除了明星光環、內容專業接地氣等，還與直播形式有關，網上發布Vlog的健身博主很多，但是親自直播互動教學的非常有限。

文藝理論家巴赫金的狂歡理論提出「全民性是狂歡節的本質特徵」，人們生活在狂歡節之中，是一種全民性的演出，沒有表演者和觀賞者之分。劉畊宏的健身直播，一來觀眾可以發表評論

實時參與到直播內容中，弱化觀賞者的身份定位，增強觀眾與屏幕之間的互動感；二來跟隨直播一起健身的觀眾實際也是表演者。可以說，網絡直播的開放性、互動性為網民樂在其中提供了狂歡廣場。

當下，健身已成為中產階級的符號，但在健身房進行一對一私教，不僅有被迫辦卡的困境，還可能因在健身房「被監視」而強化自我規訓。而直播健身給出了一種無壓力的解決方案，觀眾體力不支時可以適度放鬆，也不必在意動作是不是雅觀。劉畊宏的健身直播，呈現了一種建立在互聯網基礎上低門檻的嘗試。健身走進日常生活，甚至可以演變成老少咸宜、全民健身的趨勢。

網友熱評

@鶯鶯鶯露

教練，我真的有瘦，雖然體重比較大，但還是效果滿滿，之前繫不上扣子的褲子能穿進去了。

@謝謝的喵喵

跟練一個多星期，腰間的贅肉真的掉了一圈，人魚線馬甲線要定了！

@天天起早貪黑刷微博

畊宏哥，健身時你就是我們的神！

@人生能有多少個三次

今晚本來沒時間了，看到直播還是忍不住創造條件跟了半小時！原來運動會上癮的。

@端木清芷

今天消耗這麼多！但是一點都沒覺得時間漫長，一眨眼就過完全程了！