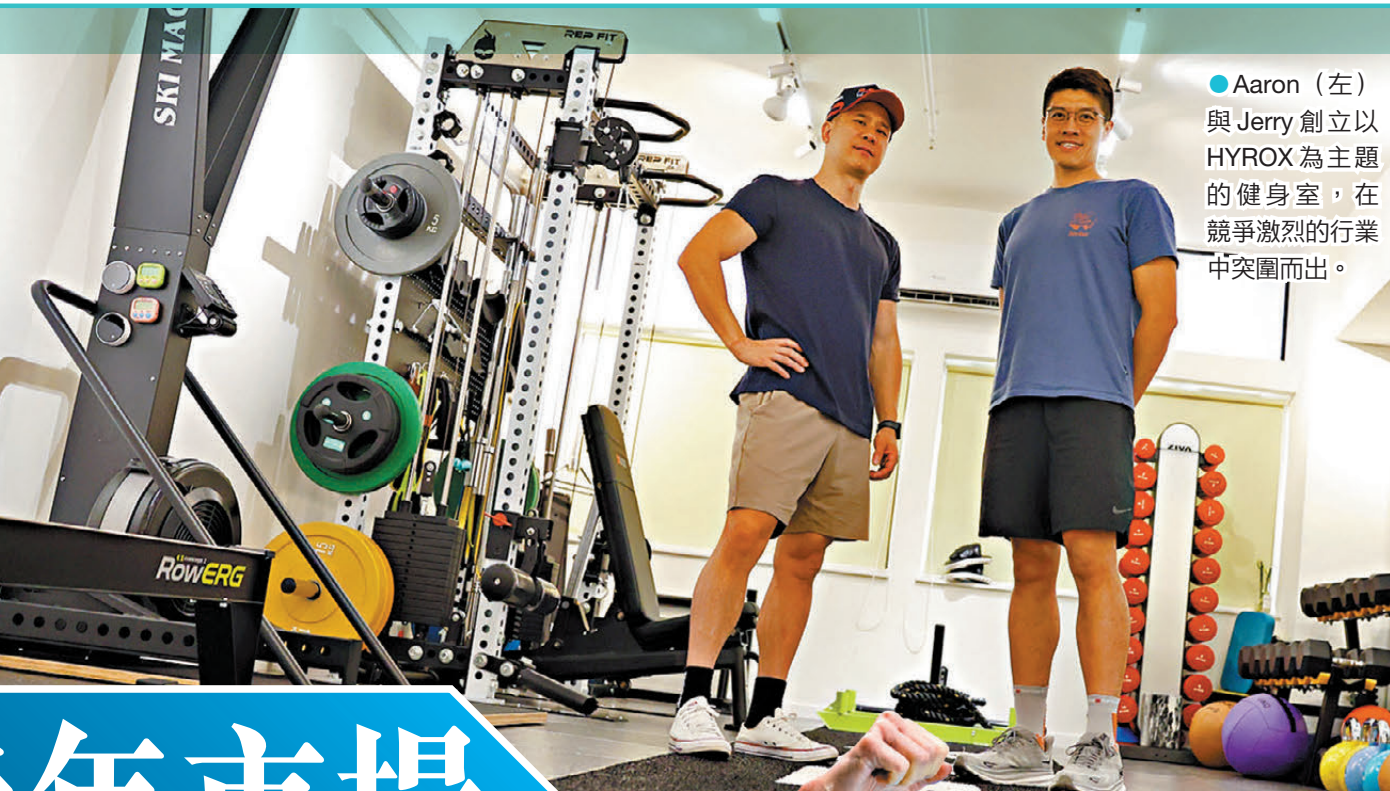


香港體育產業突圍路 系列之二



● Aaron (左) 與 Jerry 創立以 HYROX 為主題的健身室，在競爭激烈的行業中突圍而出。

藉盛事拓中老年市場 小健身室捉大商機

健身比賽HYROX近年全球爆紅，香港站四年間參賽人數暴增16倍至近兩萬人，去年全球營收高達1.3億美元，成為近年成長最快的體育盛事之一，不僅比賽本身體現出龐大的商業價值，亦為健身室行業注入新活力，有本地小型健身室看準HYROX高流量、門檻低及包容性高的特點吸客，成功打入中老年健身市場，藉盛事效應覓得生存空間。

Jerry 及 Aaron 是健身室 Aeroc 創辦人，兩人曾經一起在大型連鎖健身室擔任健身教練，看到健身比賽HYROX近年多以來的火爆現象後，決定合資開設一間以HYROX為主題的健身室，成功在競爭激烈的健身場地行業站穩陣腳。

2017年創立的HYROX發展至今，已成為一個吸引過百萬參賽者的國際體壇盛事，今年香港站參賽人數亦激增一倍接近二萬人，由一開始的一日完成到今年要分三日作賽，成為今年最受追捧的體育盛事之一。Jerry和Aaron認為賽事明星效應、低技術門檻以及包容度高的特點，是HYROX發展蓬勃的原因：「首先是明星效應，近一兩年見到好多明星或運動員都會玩HYROX，並將照片和影片放上社交媒體，令賽事知名度大增；第二是相比起其他健身比賽如Crossfit或Spartan Race，HYROX的技術門檻相對低，項目內容都是一些基礎動作，對新手比較友好；而第三是包容度高，無論你是想挑戰排名、志在參與、甚至只是娛樂性質「扮鬼扮馬」去參賽，都可以在HYROX找到目標及樂趣。」

HYROX 熱潮擴大健身人口

政府近年大力推廣「盛事經濟」，在連結體育盛事與旅遊經濟上頗有成效，但要真正將盛事效應轉化為本地體育產業的長遠發展動能，相比單純觀賞性高的體育盛事，群眾能參與的大賽可能更具成效，HYROX為廣大健身愛好者提供了一張運動員「體驗卡」，有助擴大本地健身人口，達到「做大個餅」的效果，Aaron表示：「無論做任何運動，設定一個目標好重要，HYROX的興起讓很多健身人士看到一個可追求的目標，相比起純跑步或負重，多了一些新挑戰和新鮮感，推動更多人保持運動習慣，對健身行業來說就有更多機會。」當健身不再是埋在健身室裏孤芳自賞，HYROX不僅提供了一個可追逐的目標，更是一個能讓努力被看見的平台：「Social

Media起到一個好大作用，無論任何年齡層的人現在都想去追求健康形象，沒什麼比放一張健康、正面、好看的照片上IG來得有效，有很多人因此會去健身室，甚至找教練幫自己。」

根據2025年《香港健身Guide》運動產業化調查報告公布，截至去年7月香港運動及健身場地多達1,411間創歷史新高，不過閉門或暫停營業的健身場地亦有167間，顯示香港健身市場的潛力和競爭同樣巨大，Jerry和Aaron笑稱香港人出名轉變快及適應力強，對商機特別敏感，雖然健身行業競爭激烈，但認為超過700萬人口的香港，仍有足夠生存空間：「競爭激烈大家都知，但依然有這麼多人在做而且做到成果，證明是有生存空間，重要的是你能不能做出差異化，有自己的特點。」

HYROX、馬拉松及匹克球被戲稱為「中年危機三寶」，意指中年人士希望從這類門檻相對較低的社交型運動中找回自信，對於Jerry和Aaron而言，這個「危機」卻是機遇：「好多人年紀大



● 健身室創辦人之一 Jerry 指出，本地市場仍有增長潛力。

了，見到身邊人身體開始出現問題，他們會有一個想法是與其將來花一大筆錢治療，不如現在嘗試練好身體，以後還可以行得走得去旅行去玩。不僅是為了健康着想，很多中年人亦從運動中重拾自信和成就感，他們多數都不習慣運動時有其他人到場，喜歡安靜獨處，小型健身室會比較切合他們的需要。」Jerry表示，現在雖然多了長者接觸跑步、健身，但仍有很大部分持抗拒態度，認為這個市場仍有很大的發展空間。

陪練陪賽提升會員黏性

人到中老年才開始運動，起步固然比年輕人難，堅持更是不易，HYROX亦解決了健身室會員容易流失的問題，無論是新手以完賽為目標，或老手希望追逐更好成績，都意味著他們會花更多時間在健身室之中，Aaron和Jerry更會親身上陣和學員參賽，讓HYROX成為健身教練和學員建立緊密連結的平台，提升會員黏性：「我有個50幾歲的學生，本身很討厭跑步又不會控制飲食，我就陪着他一起跑，最初跑100米、300米他已經跑到要講粗口，到他慢慢發現自己可以完成、有成就感，到今年他更提議參加HYROX，成為了我的拍檔。我想很多人不是不喜歡運動，而是不知道該怎麼辦，陪着他們一起運動、甚至參賽是一個很有效的辦法，亦是我們這些小健身室的優勢。」

Jerry表示，開健身室最大的成功感是可以感染到更多人投身運動行列：「我們本身很喜歡運動，開這間健身室的初衷也是想自己和學生有個空間可以一起玩。香港運動員近年有成績，加上愈來愈多大型比賽在港舉行，我們都看到香港的運動氣氛愈來愈好，香港市場看上去不是很大，但正正是因為地少人多，其實對運動空間需求更大，所以我覺得發展前景是樂觀的。」

HYROX 亞太區總經理：港站兩優勢展國際吸引力



● HYROX 亞太區總經理尹俊堯指香港站吸引海外選手參與。受訪者供圖

香港文匯報訊（記者 郭正謙）今年HYROX香港站盛況空前，HYROX亞太區總經理尹俊堯（Gary）接受本報訪問時表示香港擁有兩大明顯優勢，一方面有成熟且充滿熱誠的健身社群，另一方面則具備完善的國際交通網絡，今屆賽事接近三成參賽者來自海外，反映香港作為區內健身盛事中心的吸引力。他又預計明年參賽人數將突破三萬人，並計劃

動整個健身行業生態發展。海外參賽者及支持者的到來，能帶動酒店、餐飲、交通及零售等消費，同時刺激專業教練、健身會籍、運動營養及健身用品等需求，賽事本身亦有助提升香港的國際形象。」

計劃增設兒童賽

他預計明年香港站參賽人數將突破三萬，並透露HYROX未來會引入更多賽事來港，逐步擴大規模：「亞太區對HYROX的需求依然殷切，

預計明年香港參賽人數將突破三萬。由於HYROX採用室內賽制，擴展規模更具彈性。無論是加開比賽日數，或進一步提升現場流程與配套，我們都能逐步實現。我們更希望將專為兒童而設的HYROX Youngstars引入香港，讓小朋友也能參與其中。」Gary強調在擴大規模的同時，亦要保持賽事高質素，將香港站打造成既符合國際標準、又能展現「香港味道」的世界級盛事。



● HYROX House 首度登場，為賽事注入港味。

受訪者供圖



● HYROX在港爆紅，帶動中老年人投身運動。大會供圖

兩年參賽45場 狂熱港將因嘉年華氣氛「入坑」

香港文匯報訊（記者 郭正謙）香港三鐵運動員兼健身教練羅晉業（Clayton）近年醉心HYROX，「入坑」兩年已參加45場賽事，今次香港站更玩足八場，並將出戰在瑞典舉辦、HYROX最高級別的世界賽。他認為HYROX獨特的現場氣氛、參與感及觀賞性，是賽事能夠在短時間內冒起的主要原因，一旦成功入選奧運甚至奧運，相信受歡迎程度會更加誇張。

短短兩年間已參加45場HYROX賽事，羅晉業坦言這個近年爆紅的賽事有令人「上癮」的魔力：「我覺得現場氣氛是HYROX這麼受歡迎的主要原因，無論是選手或是觀眾都會十分投入，場面又『墟區』，作為一個普通人，很難在其他運動體驗到這份興奮感。」今年香港站有破紀錄的近兩萬人參賽，成為亞太區規模最大的一站，Clayton笑稱未料到亞洲國際博覽館已感受到大賽氣氛：「坐機鐵的時候，車廂內的人都不是去機場，全都是參賽者，未入場已經很有氣氛。」

Clayton為參賽不惜自掏腰包到處參賽，足跡遍及大阪、曼谷、武漢及台北等地，接下來更會遠赴瑞典參加最高級別的HYROX世界賽，只有在該年齡組別名列第一的選手才有參賽資格。雖然花費不菲，但他依然認為物有所值：「現在有個新詞叫『Raccation』，即寓比賽於旅遊，現在去旅行都會考慮一下順便去比賽，的確HYROX的嘉年華氣氛本身就有些旅行Feel。」

料賽事入奧更火爆

第三次參加香港站賽事的Clayton，亦讚揚賽事氣氛和組織比上年好，尤其是新加入的HYROX House：「恢復區、餐飲及補給區都比上年大多好，餐飲選擇明顯更多，而且佈置有很多香港元素，能營造出香港站的特色。」不過他亦表示亞博地點偏遠，如果賽事更靠近市區舉行，相信會更受歡迎。

有專家曾表示HYROX有成為奧運項目的潛力，Clayton認為如果真的成功入奧，HYROX的受歡迎程度將更加誇張，相信這股熱潮在亞洲只是起步階段，未來仍有很大發展潛力。



● 三鐵運動員羅晉業（右）今年出戰HYROX香港站，大讚賽事氛圍極佳。香港文匯報記者郭正謙攝