



一周体育观察



往日火热的健身行业正在恢复当中。

山东体育

山东桥牌女将
国际对抗赛展风姿

近日,中美青年桥牌网络交流赛鏖战正酣。据了解,本次网络交流赛一共分为儿童组、少年组、青年女子组、青年公开组4个组别,中国队和美国队各派4支队伍参加。山东青年女子桥牌队作为2020年全国桥牌青年团体锦标赛U25女子组冠军,代表中国出战青年女子组的比赛。最终,邵雅琪、张晨歌、刘俊彤、马若菲、张歆雅5位山东姑娘以2比0击败对手,帮助中国队拿下积分。据悉,山东女子桥牌队自2017年成立,近年来发展势头迅猛。

(吴迪)

山东(临沂)体博会
筹备进展顺利

作为今年山东省体育产业工作的重头戏,首届山东(临沂)体育用品博览会,将于8月22日至24日在临沂国际博览中心举办。自6月29日正式宣告体博会启动以来,围绕“打造永不落幕的山东体博会”目标,在组委会的统筹协调、策划组织下,其开闭幕式、展厅规划、招展招商、亮点打造、新闻宣传、接待保障等工作均稳步推进。尤其值得一提的是,招展工作目前已经完成90%份额,为本届体博会的成功举办打下了良好基础。

(体讯)

我省首家市级
体育产业研究院揭牌

近日,淄博市体育局、山东理工大学共建淄博市体育产业研究院签约、揭牌仪式举行。这标志着我省首家市级体育产业研究院正式成立。会上,与会部门、单位负责人等为研究院院长、副院长颁发了聘书。据了解,研究院成立后将依托山东理工大学的人才资源和科研创新优势,为淄博市体育事业和体育产业科学决策与发展提供智力支撑,协助政府或体育部门编制中长期体育产业发展规划。

(芦媛)

首届王者荣耀
全国大赛落幕

王者荣耀全国大赛日前在山东青岛进行,这是王者荣耀大众赛事升级后的全新赛事,也是大众赛事的最高荣誉舞台,共有14支队伍参加本次全国大赛,分别来自城市联赛、高校联赛和合作赛三大阵营,其中也包括东道主山东鲁能泰山SC战队。经过3天的激烈角逐,武汉BFG战队和斗鱼·折战队会师决赛,最终斗鱼·折战队更胜一筹捧起属于荣耀的冠军奖杯。

本次全国大赛由山东省委宣传部指导,青岛市委宣传部、腾讯公司主办,山东太空文化传播有限公司、山东仁丁体育科技有限公司承办。

(体讯)

“阔”也是它,“穷”也是它

健身行业现金如流,贵在持续

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 石念军 夏铭睿

一“阔”到底

健身房很阔。出现在城市主要街巷、大型商圈的健身房,一出生就打着“时尚”的标签。

“非典”后的第一届春晚——2004年,当红明星林依轮、马跃等一段快乐欢快的歌舞表演《阳光健身房》,让“健身房”这一阳光、时尚的健康生活概念,通过春晚的舞台快速传及大江南北。一时间,“健身房”在各大城市核心地段犹如雨后春笋般涌现。

付维新就是在这一年从音像销售行业,转身投入健身行业,第一家店就是现在的涪源大街银座店——在很多人看来,健身房的选址首先就是要“阔”。要把健身房开在最好的商圈、最好的社区、最高档的写字楼。

健身房属于典型的消费升级类行业。健身行业的发展与社会经济发展水平,健身房的盈利能力与它周围的社群层次,皆成正比。只有选择好地段、瞄准好客群,才能实现盈利。这也决定了开在繁华地段的健身房,装修也要“阔”,即使比不上星级酒店,至少也要窗明几净时尚舒适。

好地段、好装修、好器材,意味着数额较高的一次性投入。但在“阔气”的健身行业里,这都不是事儿。因为,健身房的现金流也是很阔气的。

“一般,装修一进场,预售就开始。装修一两个月,预售额度早就超出了投资额。”付维新直言,“疯狂的时候,很多老板选择投资300万元以内开店,预售收回几百万元,基本上可以收回投资。”自2015年开始,中健健身就选择投资1000万元,只做高端健身。

这时候的健身房,可以说是“现金如流”“一‘阔’到底”。

一“贫”如洗

“现金如流”的健身行业,在疫情期间,普遍遇到资金短缺的难题。

在疫情闭店期间,健身房几乎没有任何现金流入账,普遍呈现纯现金开支态

突如其来疫情,让健身房一度遭遇了长达3个月的“史上最长闭店期”,更让一些健身行业的投资人和创业者深切感受到了现金流的重要。身为知名健身机构中健集团的创始人,付维新更是感受深刻,几经辗转腾挪,才度过了疫情期间的“资金荒”。

想想曾经那些风光无限的日子,“现金如流”的健身行业,是怎么整的?“疯狂的时候,国内有很多案例投资300万元开店,预售收回1000多万元,立马就有几百万元的净现金流,怎能不被诱惑?”在业内人士看来,很大程度上就是被“诱惑”闹的,被诱惑误导下的短期盈利模式闹的。

势。单单是房租+工资两项基本开支,就让孩子苦不堪言。中健集团门店多,人员多,受到的资金影响程度也就更高。

“正常运营期间,整个集团单单是人员工资这一块,每月就要好几千万。即便是闭店停工期间,只发基本工资,每月也要小两千万。”付维新在健身行业打拼16年,把企业打造成了行业前三的品牌,自认为企业发展不错,“正常经营期间,一个月营收一个多亿”。但想不到的是,一旦现金的流转状态暂时停滞了下来,自己才发现“健身行业太穷了”。

疫情期间因短时资金短缺,付维新尝试向银行机构申请贷款,银行说:贷款可以,拿什么抵押?

企业经营性银行贷款普遍需要抵押物。可健身房有什么抵押物呢?店面是租来的,产权是人家的;器材倒是自己的,但器材算抵押物吗?付维新这才发现,与其他一些行业相比,从银行贷款抵押物的层面上看,健身房几乎“穷得什么都没有”。还好,早前他未雨绸缪,购买了价值数亿元的房产开店,为自己赢得了转机。

那么,之前高效回笼的现金流,都流到哪里去了呢?

流到新的门店里去了。由于缺少银行贷款等融资渠道,健身行业普遍是拿自有资金拓展新店。理论上,只要不断开新店就能不断聚拢出投资所需的现金流,只要门店正常经营就能聚拢日常经营所需的现金流。但行业的发展就如同防雨防旱,谁知道哪一会儿下雨哪一会儿干旱?

缺少现金流储备的发展模式,在疫情突如其来导致长时间闭店的特殊时期,高速扩张的健身房行业被市场狠狠地教育了一把。

模式问题

为什么阔也是它,穷也是它?在付维新看来,健身行业发展呈现的状态、遇到的问题,根本原因在于自身的商业模式。

“第一代商业模式,大概2010年前的阶段,就是卖健身卡。单单是靠客群的冲动式消费,就能聚拢高额现金流。”

“第二代,2010年到2018年,卖健身卡+私教课。”

“这两个阶段的健身房,经营理念就是销售、销售、销售,只重销售,不重服务。甚至有人会觉得,‘只要办了卡,一次也不来’才好呢。”付维新认为国内的健身行业现在正在进入第三个阶段。那就是以上海的头部健身品牌为代表,开始呈现出“重服务,轻销售”的持续性营收盈利的服务型模式。

意识到这一点之后,付维新把业务总部搬到了上海,引进了打造上海样本的管理团队,全面改革中健内部的经营理念和管理模式。让他欣慰的是,“花了一整年,耗资一亿多”,理念、机制全都理顺了。集团上下,面貌一新。

“现在,每个月就2天是业绩日,全员营销做大营收,其余时间全部用来给会员做服务,用服务把会员消费包括‘冲动式消费’,转化为有效的持续消费。”付维新说,上海的品牌健身房就是靠率先建立的这种商业模式,在疫情后率先复苏。而6月份的业绩,也让他看到了中健改革管理提升服务的成果,“当月营收8000多万,已经接近正常月份的9成。”

现金如流,贵在持续。在付维新看来,只有持续盈利,才能真正“强”起来。