



线上体育之健身

“寒冬”催谷健身“新战场”

A 线上体育提前布局

广州的运动达人林琳（左图，受访者提供）有跑步教练资质。疫情期间，她萌生开设线上课程的想法。从今年1月29日第一次上视频平台做尊巴体育舞蹈的直播教程，林琳的线上粉丝从最初的几十人增长到3500人。一些大运动品牌支持的主播，粉丝数量从200多人迅速增长为2万多人，林琳的数据不算惊人，但两个多月的收获仍是巨大的。

林琳曾到不同的直播间观察其他主播如何和粉丝互动，钻研如何隔着屏幕传达准确的动作。“不少人过去根本没有舞蹈基础，她们也许没有勇气参与线下课程，但线上课程能让他们摆脱害羞的情绪。我会从简单的动作教起，同时普及运动拉伸的常识，不能让粉丝受伤，这点很重要”。

两个月间，林琳从线下教练的思维模式迅速转为线上模式，慢慢知道应该怎么做线上课程。过去她曾经营跑团，主要局限在广州，如今线上课程的受众不但来自四川、湖北，甚至远在加拿大也有学员观看直播。“地域在线上完全不是问题。”

从用户体验来说，线上健身教程也带来更多的选择空间。钟卓娅曾在广州工作，这段时间在老家湖北仙桃度过。她认为，线上课程的好处一是解决了在二三线城市无法寻找某些运动类型优质教练的缺陷，二是令运动变得更为便利和节省时间。比如去健身房要带着大包小包出门，里面塞满衣服、洗发水、拖鞋、吹风筒，路上花费时间加上盥洗时间，需要耗费一整天，现在一个小时在家就轻松搞定。但她也坦言，线下课程也有不可替代性，一是器械多样性，二是社交气氛更好。“比如和老朋友结伴一起现场跳尊巴，是很开心的事情。”

疫情突袭，令健身行业迅速陷入“寒冬”，线上运动随之成为新形态，也成为“新战场”，行业洗牌悄然展开。不少运动达人极速转型取得意外收获，有的健身品牌则在苦苦寻找在线商业化的盈利模式。

大量新玩家入场线上健身领域，大量线下健身房的生存压力就更大，但利用手中的教练资源转战线上也更为迅速。不少知名健身品牌在两个月间推出线上直播课程，其健身品牌在高峰期一度有超过10万人在线观看健身直播课程，75%客户来源于过去线下的高频消费者。他们曾在2月推出399元14节课的线上课程，结果40多分钟就售罄，所有课程完成营收50-60万元。不过也有业内人士透露，营收其实还没有办法冲抵成本。

今年春节时间较早，对于健身房的市场销售来说本是个好年份。广东某知名健身品牌连锁品牌战略中心总监赵长彬透露，原本2月可以启动销售，3月可以做到全年20%以上的业务；但一场疫情令愿景成为泡影，2月近乎零营收，3月也只有非常低的营收，未来形势仍不明朗。“我们每周都会采集三十多个同行作为案例样本做调研，发现有一部分已经处于结业状态。如今全行业都面临困难，怎么优化课程输出，控制市场成本非常重要。我们从2月11日开启线上课程，每天线上直播按系列、按规划输出，实际困难肯定会有。”

B 在线健身仍难盈利

赵长彬表示，目前线上课程都是采用免费公益形式，同时也是产品在线商业化的测试。“我们确实希望线上课程带来一定的营收，但线上授课有很多限制条件，目前输出以闭课模式为主，客户没有器械，只能依托于桌椅以及触手可及的东西做课程设计，比常规设计有难度。另外面对面的沟通，隔着两个屏幕沟通，信息传递掌握不会那么好”。

虽然暂时还看不到更大的盈利空间，但赵长彬认为还是值得坚持去做，“就算疫情结束后，我们还是会将线上课程作为主流产品，但商业价值未必会很明显，更多体现在出现极端天气。比如雨天、台风天气，我们就会将线上线下产品组合起来，保持会员训练的系统性和完整性，但作为单独商品能否成立，现在还很难讲。我们不会放弃这样的尝试”。

赵长彬认为，疫情虽然不好，但稍微积极一点的影响是健康意识的增强，健身会慢慢变成刚需。“健身行业经过这次疫情也将面临洗牌，留下的都是头部品牌，客户和优质从业人员都会向头部品牌集中，令整个行业趋于良性化”。

羊城晚报记者 苏荇

记者
观察

推迟，对中国男篮利大于弊

不出意外，东京奥运会男篮落选赛因疫情推迟一年。对于正陷低谷的中国男篮而言，尽管从落选赛突围而出无太大希望，但相对于今年6月就打落选赛，肯定利大于弊。

首先，两位核心主力周鹏、丁彦雨航将伤愈回归。在这支中国队中，周鹏是防守最好的球员，可从一号位防到四号位，基本属于无限换位都能够胜任。去年世界杯的很多场比赛，尤其对波兰队一役，正是对对方的主力得分手防守不力导致被逆转。进攻时，周鹏又能充当错位杀手，四号位的身高、二号位的灵活，令他在各种战术中均有较大的发挥余地。丁彦雨航则是目前中国锋线水平最高的球员，他的缺阵令中国队在世界杯上不得不经常打双后卫阵容，被迫降低了平均身高，在错位时经常被对手抓住弱点猛攻。

其次，在世界杯惨败的阴影尚未消除时就打落选赛，面对的对手实力又非常强劲，结局可想而知。落选赛推迟一年，中国队在心理上

层面有较好的平复，有利于重新积聚士气。再次，多了一年的准备期，挑选球员有更多的选择。中国队在世界杯上发挥得不尽如人意，除了实力的确不高外，主教练李楠选择球员也有不少问题，如经常打两后卫，甚至三后卫的阵容，事实证明并不成功。李楠的无锋阵容，令对手能够利用中国队球员身高的弱点坚决打错位，尤其是面对欧洲强队时基本无胜算。

落选赛推迟亦有一弊，那就是当今中国男篮的核心建队又老了一岁。明年，他已34岁，竞技状态会如何，谁也没底。一旦阿联的竞技水平打个折扣，肯定会影响中国队的整体水平。事实上，无论什么时候打落选赛，以现在中国队的水平，战胜希腊、加拿大、捷克等世界级强队取得奥运入场券，希望依然渺茫。但是，既然有机会，就要全力争取，起码要打出中国队的精气神。从这点来看，推迟一年对中国队更为有利。

羊城晚报记者 周方平

LG杯中国预选赛

党毅飞檀啸双双得胜

羊城晚报讯 记者葛万里报道：第25届LG杯世界围棋棋王战中国预选赛昨日在野狐围棋平台进行了两场小组赛，世界冠军党毅飞、檀啸双双发威，均战胜对手顺利晋级下一轮。

不过德甲联赛能否在5月恢复，决定性的因素不是俱乐部和联赛管理层的准备和愿望，而是当地对新冠肺炎疫情的管控程度能否确保参赛人员的安全。就目前的情况看，德甲恢复比赛的条件并不充分。德国总理默克尔曾警告，形势依然“脆弱”！拜仁俱乐部前主席赫内斯此前更是直言：“所有预测联赛重开的人都是江湖骗子！没人确切知道需要多长时间。”

羊城晚报记者 徐扬扬

上方发动攻势，却在混战中下方出问题手，被党毅飞抓住战机反攻，自始一直掌握着主动权。仅战至第134手，白棋抢到左边“二路跳”的要津后，胜率已高达95%，一举奠定了胜局。

另一局檀啸执白与李维清的较量，双方鏖战了近六个小时，整盘棋在进入官子之前局面都是旗鼓相当。但最后收官时，李维清也许形势判断有误，一波莫名其妙的退让使局势开始向对方倾斜。在此数次化解了隐藏的危机后，檀啸如愿获得胜利。

今日进行的两场比赛，由世界冠军辜梓豪、谢尔豪分别对战陶欣然和李轩豪。

财经·热闻

羊城晚报

财经 · 热闻

2020年4月11日 / 星期六 / 经济编辑部主编 / 责编 李卉 / 美编 温亮 / 校对 谢志忠

从“大米牙刷口罩”到“小龙虾热干面烧烤”

大数据带你“逛”复苏的武汉



“过早”+宵夜 最爱热干面和小龙虾

在武汉“封城”的76个日夜里，外卖成为了武汉市民日常生活的基础保障。随着武汉“解封”，外卖小哥的订单也从原来的“大米牙刷口罩”逐渐转变为“小龙虾热干面烧烤”。

据上周美团外卖公布的数据显示，武汉市外卖订单量单周增长3倍，其中小龙虾品牌门店的外卖单量单周增长11倍。

而在武汉迎来解封之后，外卖数据也持续迸发新活力。美团外卖数据显示，截至4月8日中午12时

时，武汉已有近六成餐饮商家恢复外卖业务。其中小龙虾外卖单量继续飙升，4月7日中午12时至4月8日中午12时，武汉共售出近万份热干面外卖。

有意思的是，武汉的夜生活也开始有了暖意。微信支付数据显示，与3月27日相比，武汉老百姓在4月3日当天宵夜格外热闹，凌晨0时到4时，“夜猫子”都爱光顾的小吃和快餐生意回暖，增幅分别达到了198%和105%。

很多人说，在武汉“过早”可以一个月不重样。随着武汉“解封”，昔日那个“早餐之都”又回来了。羊城晚报记者从美团外卖了解到，进入4月，外卖订单量单周比上个月同期增长近五成，其中热干面、豆皮等武汉“过早”必点餐品增

幅明显。4月8日上午7时半-8时半，武汉一小时内就售出近千份豆皮外卖。4月8日清晨6时至当天中午12时，武汉共售出近万份热干面外卖。

随着武汉“过早”可以一个月不重样。随着武汉“解封”，昔日那个“早餐之都”又回来了。羊城晚报记者从美团外卖了解到，进入4月，外卖订单量单周比上个月同期增长近五成，其中热干面、豆皮等武汉“过早”必点餐品增

幅明显。4月8日上午7时半-8时半，武汉一小时内就售出近千份豆皮外卖。4月8日清晨6时至当天中午12时，武汉共售出近万份热干面外卖。

微信支付方面的数据显示，3月25日-4月3日，相较于前一个月同期，武汉微信支付线下消费总交易笔数增长最活跃的行业中，公交地铁位列第一，增幅达到1502%；共享单车行业位列第二，增幅达1435%。

以武汉洪山广场、黄浦路地铁站附近为例，4月8日当日的骑行量，较前两日上升幅度达到了70%。4月8日解封当日骑行量是1月23日封城当日骑行量的整整10倍。从这些数据，能明显看出武汉市恢复正常运转的步伐在加快，复工复产上班的人逐步多了起来。

4月8日单车骑行量较前两日上升70%环比上周提升30%是1月23日封城当天的10倍成为了骑行热点



羊城晚报记者 沈钊

华为P40国内开售 去年华为卖了2.4亿部手机

羊城晚报讯 记者林曦、实习生李悦报道：4月8日，华为举行2020春季线上发布会。华为消费者业务CEO余承东在会上首先公布了2019年的成绩，消费者业务实现销售收入4673亿元人民币，同比增长34%。智能手机发货量超过2.4亿部，全球智能手机市场份额top2，笔记本电脑发货量同比增长200%，智能穿戴增长170%，智能音频增长200%。

此次华为P40系列三款新品在国内亮相，8日晚上登陆京东京东商城等各大电商平台开售。其中，P40售价4188元起，P40 Pro售价5988元起，P40 Pro+售价7988元起。

早在3月26日的欧洲发布会上，华为就公布了P40系列的海外定价。相比来看，国内售价比国外基本上便宜了2000元左右。不过，今年P40系列升级为5G后，国行版起售价与去年P30系列相比有所上涨。去年P30和P30Pro的起售价分别为

3988元和5488元。

从核心配置来看，P40搭载华为自主研发的麒麟990 5G SoC芯片，八核CPU，最高支持40W快速充电。

此外，其第二款智慧屏产品也发布，华为智慧屏X65(65英寸大屏)，采用了4K OLED屏，这也是华为第一款定位旗舰的智慧屏，定价24999元，成为华为目前最贵的终端产品。

对于今年的预期，余承东表示，今年全年消费者业务收入预期会保持增长，中国市场至少20%-30%的增长，海外市场收入是处于下跌的。按照目前全球的疫情情况，他预计，华为手机今年的全球发货量可能会下降，“我们争取不下降”。他说。

值得一提的是，2019年华为研发费用达1317亿元人民币，占全年销售额收入15.3%。全球有效专利85000件，发明专利占比90%，欧盟专利局专利申请3524件排名第一。

收到“办理全额退保”短信？ 银保监会：小心不法分子牟利诈骗

羊城晚报讯 记者程行欢报道：您收到过“可办理全额退保”的信息吗？这种以牟利为目的，通过网络平台、短信等方式发布的信息，很可能隐藏了不少猫腻。9日，银保监会发出风险提示，这种行为不仅扰乱保险市场正常经营秩序，而且还会最终损害保险消费者的合法权益。

据了解，为牟取利益，一些从事“代理退保”的个人或团体，冒充监管部门或保险公司工作人员进行虚假宣传，称消费者所购保险产品“存在欺诈行为，已有多名消费者投诉”或“继续持有保单将蒙受经济损失”等，挑唆、怂恿不明真相的消费者终止正常的保险合同，使消费者丧失风险保障。消费者未来再次投保时，由于年龄、健康状况等因素，可能将面临重新计算等待期、保费上涨甚至被拒保的风险。

在怂恿、诱导等手段让消费者委托其代理“全额退保”事宜后，不法分子并以此收取消费者高额手续费，主

要涉及传统寿险、健康险等人身保险产品。

诈骗手段主要是退保前要求消费者支付高额手续费或缴纳定金，退保后诱导消费者“退旧投新”，购买所谓“高收益”理财产品或其他公司保险产品以赚取佣金。部分组织还利用其所掌握的消费者银行卡及身份证复印件等，截留侵占消费者退保资金，甚至有不法团伙诱导消费者参与非法集资。

中国银保监会消费者权益保护局提醒消费者：要警惕“代理退保”的风险隐患，一是充分考虑自身保险需求，谨慎办理退保。保险产品的主要功能是提供风险保障，不同的人身保险产品其保障范围、缴费方式等有所不同。消费者退保后如想再次投保，由于投保年龄、健康状况等变化，可能会面临费率上涨、被拒保等风险。二是注意保护个人信息。三是通过正规渠道依法合理维权。