

新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管理研究

郑庆华 张钊瑞^{通讯作者}

福建师范大学体育科学学院，福建省福州市，350108；

摘要：新质生产力源于技术突破、资源要素优化配置及产业结构升级的驱动，正成为赋能我国体育健身产业实现高质量发展的核心动能。近年来，我国健身行业遭受严重冲击，许多线下健身房纷纷倒闭，行业整体呈现收缩态势。本文采用文献资料法和逻辑分析法，从理解新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管理的内涵与特征出发，剖析新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管理的内在逻辑，探究新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管理现实基础与实践路径，以期商业健身俱乐部构建精细化运营体系提供方法论指导与可持续发展路径。

关键词：新质生产力；商业健身俱乐部；运营管理

DOI：10.69979/3029-2700.25.08.079

1 新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管理的内涵及特征

1.1 商业健身俱乐部的概念界定

商业健身俱乐部是随着国内市场经济格局的多元化和消费市场的进一步繁荣，基于“花钱买健康”的消费观念而新兴起来的，以提供健身、休闲娱乐服务为目的，以商业型健身娱乐设施为活动场所，依靠市场机制和利益机制运转的会员制的体育俱乐部^[1]。文中所提及的商业健身俱乐部是指以盈利为目的，通过收取会员费、课程费用以及销售健身相关产品等方式获得收入，为会员配备专业健身设施，提供各类课程与指导服务，致力于打造优质环境，全方位满足会员健身需求，助力其追求健康生活方式的商业机构。

1.2 商业健身俱乐部的的新质生产力内涵

新质生产力通过重构商业健身俱乐部的生产要素协作模式，推动运营管理深度变革。在劳动者维度，要求从业者兼具运动科学专业素养与数字化技能——基层教练需掌握智能设备操作与运动数据解读能力，中高层管理者则需成为精通体育经济管理、AI 技术应用的复合型人才。劳动工具层面，形成传统健身器材与智能系统的融合体系：既包括智能跑步机、体测仪等硬件设备，也涵盖会员管理系统、AI 训练算法等数字化工具。劳动对象不再局限于物理层面的健身人群，还包括运动数据、消费行为记录等数字要素，这些数据成为优化服务的核心资源。

科技变革催生的新业态、新模式、新动能构成新质生产力的核心驱动体系。新业态是新质生产力发展的重要表现形式。新业态以用户需求为导向，通过采集会员信息，实现健身方案定制化与服务体验场景化。新模式是新质生产力发展的创新方式。新模式依托数据要素重

构业务流程：在销售端，通过用户画像实现精准营销；在管理端，借助数字化平台完成人力、器材、场地资源的智能调度，取代传统人力主导的运营模式。新动能是新质生产力发展的持续动力。通过构建线上线下紧密联动、信息无缝互通互联的创新模式，能够有效触达不同区域、不同人群，进而全方位促进健身需求的满足，为全民健身事业注入新活力^[2]。

综上所述，新技术、新业态、新模式、新动能等新质生产力，重新塑造了商业健身俱乐部的运营管理模式。四者共同在商业健身俱乐部运营管理中发挥作用，助力商业健身俱乐部运营智能化设备管理、个性化会员管理、创新化营销管理、数字化人员管理。

1.3 新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管理的主要特征

新质生产力其核心特征表现为高科技、高效能、高质量。高科技体现其以高科技为支撑，特别是新兴技术的应用，使生产方式、管理流程、产品设计等发面实现智能化、数字化。高效能特征体现在新质生产力通过采用先进的生产技术和手段，能够大幅度提高生产效率和质，实现生产要素的最优配置和生产过程的精细化管理，以达到降低成本和资源消耗的目的^[3]。新质生产力的高质量性体现在新质生产力从围绕“量”的增长到“质”的提升，注重产品和服务的质量。同时，通过优化服务流程、提高服务效率、增强服务意识等方式，满足消费者日益增长的高品质需求。

2 新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管理的内在逻辑

2.1 商业健身俱乐部在新质生产力发展中获得新技术

科技创新是新质生产力的核心驱动力，对提升商业

健身俱乐部的竞争力和可持续发展能力具有重要作用。在商业健身俱乐部的发展中,新技术的引入正在彻底改变这一行业的运营方式、顾客互动模式和市场拓展策略。通过引入新兴科技,商业健身俱乐部在运动监测、会员管理、器材管理、训练计划制定等方面实现了巨大进步,新技术的应用对于提高商业健身俱乐部的整体运营管理效率和服务质量具有重要作用,为消费者带来了不同以往的体育健身消费体验。

2.2 商业健身俱乐部在新质生产力发展中形成新业态

传统的健身房采用金字塔型的管理模式,基本还是延续着人力执行为主。不仅效率低下,而且容易出错,增加了管理成本,容易导致人员膨胀、信息传递不畅、管理效率低下等问题^[4]。而将商业健身俱乐部与新质生产力相结合,创新了更多的健身方向和模式,衍生出了许多全新的产品、服务、盈利模式和管理模式,形成了个性化、多元化、智能化、社交化的新业态。具体体现在智能化的健身服务、线上和线下相融合模式、社区化和社交化建设等方面。

2.3 商业健身俱乐部在新质生产力发展中构建新模式

新质生产力高度依赖科技创新,特别是颠覆性技术的创新及应用。一方面,它源源不断地催生大量新产品、新模式与新服务,这些新鲜事物如雨后春笋般涌现,极大地丰富了市场供给,重塑了消费格局。另一方面,从社会生产层面来看,它深度革新了传统生产方式,促使生产流程更加智能化、精细化;在产业组织结构上,打破旧有格局,推动产业间的融合与重组,形成全新的产业生态;在新质生产力的推动下,健身俱乐部借助数据分析和智能技术可以为会员提供个性化和多元化服务。还可以通过智能化运营管理和共享经济模式来达到提高资源利用率和降低运营成本的目的。

2.4 商业健身俱乐部在新质生产力发展中产生新动能

新质生产力强调通过科技创新、管理创新等手段来提高生产力,这要求劳动者必须不断提升自身的综合素质和能力,以适应新的生产模式和市场需求。一方面,新质生产力的发展倒逼商业健身俱乐部需要更多具备数字化技能的复合型人才。另一方面,商业健身俱乐部借助新质生产力构建线上与线下相融合的模式,摆脱传统单一的线下营销方式和线下人力资源管理,优化组织结构与团队协作,实现人力管理向信息化管理转变,为商业健身俱乐部的发展提供新动能。

3 新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管

理的现实基础

3.1 助力商业健身俱乐部智能化设备管理

在新兴技术的引领下,传统的管理模式将逐步退场,取而代之的是新型管理模式。健身俱乐部通过搭建健身房数据中心,充分释放新质生产力的巨大潜能。这不仅驱动着全新生产力系统实现功能性的深刻变革,更有力推动着产品与服务品质跃上新台阶,为健身行业的高质量发展注入源源不断的活力。例如通过物联网技术,将健身房内的设备设施连接起来,实现数据的实时共享,并通过云端平台进行分析和推送。

3.2 助力商业健身俱乐部个性化会员服务

新质生产力的崛起为健身房带来了全新的发展机遇,促使其不断探索多元化的盈利模式。如借助大数据分析和人工智能技术,对会员信息进行了整理和分析。一方面健身俱乐部可以深入了解会员的身体状况、运动目标和偏好,为用户提供定制化的营养建议。另一方面可以根据健身目标将会员分为减肥组、增肌组、塑形组等;根据运动经验分为初级组、中级组、高级组等;根据健康状况分为健康组、康复组等。以便更好的制定个性化训练计划。

3.3 助力商业健身俱乐部创新化营销管理

新质生产力赋能商业健身俱乐部营销创新体现在三方面:智能精准营销:搭建基于AI与大数据的智能营销中台,通过多维度分析会员运动行为、消费频次等数据,制定精准策略,定向推送个性化课程推荐与优惠信息,精准捕捉全民健身需求升级趋势。沉浸式体验营销:运用VR/AR技术构建沉浸式健身运动场景,提升运动趣味性与效率,同时赋能智能教学,通过虚拟教练实时指导优化教学效果,强化高质量服务体验。跨界联盟营销:与运动品牌、健康机构建立合作联盟,共享用户资源与渠道网络——品牌为会员提供装备购买优惠,俱乐部为品牌提供线下展示空间,形成“服务-消费”闭环,实现互利共赢的生态化营销。

3.4 助力商业健身俱乐部数字化人员管理

新质生产力将进一步促进新型技术创新成果在商业健身俱乐部人员管理方面的应用。通过分析会员的锻炼偏好和增长趋势,可以确定是否需要更多专业的瑜伽教练或力量训练教练,还可以分析竞争对手的人员配置情况,确保在人才竞争中占据优势。此外,基于数据要素价值挖掘,构建包含多维度评价指标的智能绩效管理系统,通过机器学习算法实现员工工作效能的动态化反馈与可视化呈现,形成“数据采集-分析建模-实时反馈-能力提升”的全流程闭环管理体系,为健身产业人力资本增值提供可持续发展路径。

4 新质生产力助力我国商业健身俱乐部运营管理的实践路径

4.1 引入信息技术，优化运营管理流程

新一轮产业技术革命作为核心驱动力，正引领着新质生产力的飞跃，它将创新科技与智能大数据深度融合，依托前沿平台实现科学展现，从而构建起一个更加便捷、高效的科技生态系统。在商业健身俱乐部运营管理过程中，以高水平的科技赋能健身产业高质量发展，以技术渗透和技术架构作为有效的手段、方法、载体应用在商业健身俱乐部的实际运营过程中，为其提供发展新动能，以技术驱动商业健身俱乐部高质量发展奠定基础。

4.2 关注会员需求，开发多元增值服务

满足会员多元需求是商业健身俱乐部可持续发展的核心逻辑。首先，商业健身俱乐部是用于运动锻炼的场所，消费者的第一需求就是健康锻炼需求。因此，商业健身俱乐部经营者需要考虑不同人群的运动锻炼项目和健康服务。其次是运动技能提升需求，这就要求商业健身俱乐部提供更为专业的培训和运动设备。教练员要学习生理学、训练学等知识，根据会员需求合理制定训练计划，以满足运动健身爱好者提升技能的需求。最后是社交需求，运动锻炼具有天生的社交属性。例如组织有氧团课，参与者在动感音乐节奏中一同挥洒汗水，增进彼此交流；开展体育游戏，在趣味竞技里拉近距离。通过这些方式，把单纯的健身房体育锻炼升级为社交互动的平台。

4.3 创新营销模式，鼓励产业融合发展

新质生产力强调生产要素创新性配置，围绕新质生产力布局产业链，促进产业融合。通过跨平台、跨行业、跨地区等方式，促进商业健身俱乐部创新营销模式，提高经济效益。一是跨平台融合，借助互联网信息技术，实现线上和线下融合营销。二是跨行业融合。建立跨行业合作机制，积极与其他相关产业的企业建立长期稳定的合作关系。三是跨地区合作，不同地区的商业健身俱乐部可能在教练资源、课程设置、设备设施等方面各有优势。通过合作，可以互相交流和借鉴优秀的教练团队、特色课程以及先进的健身设备，提升整体的服务质量和竞争力。

4.4 重视人才培养，加速人才队伍建设

新质生产力对商业健身俱乐部人才提出复合能力要求。新型劳动者需要拥有更多的学科知识，掌握多种数字技术的应用方法并能够借助外部新型工具，快速反

应并分析的复合型体育经济管理人才。一方面，商业健身俱乐部智能化设备管理、个性化会员管理、创新化营销管理、数字化人员管理都需要能够将新劳动资料作用于新劳动对象的新型劳动者。另一方面，在商业健身俱乐部运营管理过程中，虚拟技术、AI 技术等应用导致健身俱乐部的虚拟空间扩大，带来更多的不确定性，新型劳动者需要能够对各种情况做出及时反应。同时，也要注重以人为本，发挥新型劳动者的主观能动性，不被劳动工具和劳动资料所束缚，创造性地发挥长期有效的驱动作用。

5 结论与展望

文章从新质生产力的新技术、新业态、新模式、新动能的角度出发，通过引入信息技术，优化运营管理流程；关注会员需求，开发多元增值服务；创新营销模式，鼓励产业融合发展；重视人才培养，加速人才队伍建设等方式，以提高管理效率、优化资源配置，提升服务质量，促进商业健身俱乐部运营管理的可持续发展。展望未来，随着科技的不断进步和人们对健康生活的更高追求，商业健身俱乐部需要紧紧围绕新质生产力理念，持续创新运营管理模式，提升服务质量，拓展市场空间。旨在激烈的市场竞争浪潮中筑牢根基、站稳脚跟，全力以赴为人们呈上更为优质的健身服务。

参考文献

- [1]陈岳东. 社会转型期我国商业健身俱乐部发展的理性思考[J]. 成都体育学院学报, 2009, 35(02): 23-26.
- [2]邹新炯, 万斌, 苏立德. 新质生产力赋能全民健身高质量发展的内在逻辑与实践构想[J]. 北京体育大学学报, 2024, 47(07): 40-51.
- [3]陈岳东. 社会转型期我国商业健身俱乐部发展的理性思考[J]. 成都体育学院学报, 2009, 35(02): 23-26.
- [4]何进胜, 唐炎. 我国智能健身房商业模式分析研究与启示意义[J]. 广州体育学院学报, 2019, 39(01): 29-35.

作者简介：郑庆华（2000 年-），男，汉族，浙江省瑞安市人，在读硕士，福建师范大学体育科学学院，研究方向：体育产业与经济

通讯作者：张钊瑞（1991 年-），男，汉族，中国台湾省台中市人，博士，福建师范大学体育科学学院，讲师 研究方向：体育产业与经济