

混合体能赛事开启消费新赛道



8月9日,北京JOIN STRENGTH混合运动中心,46岁的健身爱好者加贝儿(化名)上午刚结束一场HYROX的专项训练,下午1点多,她又化身“种草官”,带着好友前来体验;几乎在同一时间,7人“姐妹团”走进场馆,她们笑着说:“好玩,有意思,所以拉着朋友们一起过来。”从早上7点到晚上9点多,这里的学员络绎不绝。最近,以HYROX为代表的混合体能赛事广受关注,参赛人数越来越多,HYROX是什么?它为何突然走红?对赛事经济有哪些启示?

带来健身新体验

HYROX是一种融合长跑与力量训练的混合体能赛事。自2017年在德国诞生以来,这项赛事依托全球统一的赛制标准,实现了赛事数据全球排名与标准化呈现。如今,HYROX已覆盖50多个国家和地区,在近100个城市举办世界系列赛。2024年,HYROX被引入中国内地市场,彼时北京首站参赛人数不足1700人。今年5月,上海站参赛人数首次破万人,在刚刚举办的成都站、深圳站人气更是一路高涨。

“当代农活”“花钱找虐”,社交平台上网友的调侃,恰恰道出HYROX鲜明的赛事特色。赛事固定采用“1公里跑+1项力量动作”交替模式,全程总计8公里长跑搭配8组标准动作,涵盖滑雪机、推拉雪橇、波比跳、划船、农夫行走、弓箭步、药球投掷等,有氧与力量深度融合,兼具竞技观赏性与参与挑战性。赛事的组别设置兼顾大众娱乐与专业突破,既可以单人参赛,也可以多人组队。

北京JOIN STRENGTH混合运动中心教练马超(化名)曾赴爱尔兰研修竞技运动表现,专业积累让他敏锐捕捉到HYROX蕴藏的巨大市场机遇。“HYROX依托封闭场馆、标准化的训练体验与视觉风格以及全球可比的成绩体系,精准契合了不同水平参与者对科学训练与运动社交价值的双重需求。”马超说。

在业内人士看来,HYROX的火爆并非凭空创造需求,更像是为市场积压已久的综合体能需求提供了一个标准化的释放渠道。大众对“力量+有氧”的复合训练需求,HYROX通过统一规则、标准动作和赛事体系,让更多普通健身爱好者能够参与竞技体验。常年坚持健身的加贝儿对此深有感触:“随着年龄增长,肌肉流失加剧,HYROX在跑步和力量训练基础上,提供了一种更加综合、更具挑战性的运动体验。”

“当下体育消费正在从单纯的功能需求,进一步向‘功能+兴趣’共同驱动转变。”值得买消费产业研究院执行院长赵一鹤表示,消费者越来越愿意围绕特定运动兴趣持续投入,并通过赛事参与、社群互动、平台分享形成更强的身份认同。以HYROX为代表的新兴运动,其价值不止于一场赛事,更在于将兴趣转化为长期训练目标,健身运动与生活消费连接

得愈发紧密。

褪去单纯的竞技底色,沉浸式的参与体验让赛事本身演变为一场全民运动派对。北京大学国家体育产业研究基地秘书长何文义表示,HYROX走红的底层逻辑在于将枯燥的单人训练转化为群体竞技狂欢,并以标准化赛制填补了健身房赛事空白。这种从“爱好者”到“正规参赛运动员”的身份转变,赋予了参与者强烈的归属感与价值认同。未来健身要发展,内容和形式要更娱乐化、更标准化、更赛事化、更智能化。

创新轻资产模式

火爆流量之下,HYROX形成了一套轻资产IP商业模式。

面向参赛选手与观众,票务体系展现出了极强韧性,单人、双人、四人组及观众票分别涨至799元、1499元、1999元及80元,即便定价远高于传统马拉松,参赛门票通常仍会在放票两三天内甚至更短时间内售罄。

面向合作单位,健身房每年需向HYROX缴纳1500美元的授权费,以获得品牌使用权以及成套标准化训练课程资源,超级猩猩、熊猫健身等连锁健身品牌如今均已入局合作。而这也被HYROX中国视为未来潜力最大的收入板块。最新数据显示,截至今年8月初,国内授权合作健身房近700家,覆盖50余座城市。

在这两项现金流之外,则是围绕赛事形成的附加商业结构,包括品牌赞助、运动装备销售及周边衍生等。如今,凭借“25岁至40岁、男女均衡、圈层多元的参与群体”这一精准用户画像,HYROX吸引了PUMA、奥地利红牛、Amazfit、滴滴、淘宝内购等跨行业品牌的赞助合作,IP联动酒店、出行、零售、运动多领域。

“品牌永远在寻找高曝光、高关注度的载体。一旦赛事成为现象级IP,商业价值就会呈现指数级增长,自然会有品牌蜂拥而至。越顶级的赛事,越能吸引品牌高价‘抢位’,这也是体育营销的底层逻辑。”何文义说。

“HYROX的创新不只是赛事内容,更在于体育IP平台化、标准化和轻资产化改造。”中国市场学会金融学术委员付立春分析,HYROX以IP为核心联动线下合作场馆承接日常训练,培育潜在用户,场馆分担场地成本、获客成本等,一旦形成“赛事IP—合作场馆—海量用户—多元商业赞助”正向循环,市场扩张边际成本将持续降低。

赛道前景广阔,但长期发展的核心考验在于能否形成稳定可持续的用户生态。HYROX看似入门简单,但完整赛程的高强度交替训练却成为新手入门的门槛。此外,专项装备、训练营开销同样价格不菲。据了解,一些深度参与者为了突破技术瓶颈,普遍愿意为了专业教练的科学指导和高效训练方案持续付费,其核心受众年均投入可达数万元。



7月4日,选手在2026HYROX杭州站比赛现场竞技。

(视觉中国)

早期消费者可能愿意为新鲜感和社交属性支付溢价,但随着市场成熟,用户价格敏感度可能提高。能否实现“一次性打卡参赛”向“长期训练、持续复购参赛”转化,决定了其商业逻辑能否长久运转。“未来需关注场馆续约率、用户复购率、单个用户消费价值以及赛事和赞助营收。”付立春说,如果部分合作场馆获客成本较高、用户复购不足,其自身盈利能力可能受影响,进而影响授权续约。此外,随着国内外同类赛事增加,HYROX的赛事溢价或将面临竞争压力。

培育本土赛事IP

除HYROX外,目前国内外已有多个体能类赛事品牌。这些赛事在赛制设计、赛事受众等方面各有不同。例如,由国家体育总局社会体育指导中心主办的CFC国民体能赛,以“全民可参与、体能能实用”为核心定位,竞赛内容涵盖综合体能和技能闯关,年龄覆盖5岁至60岁,特别强调家庭参与和年龄包容;全力游戏(ALLTRA GAMES)2019年首次登陆中国,赛事采用自身重量和负重的高次数快速爆发力动作训练体能,比赛项目包括跑步、风阻单车、划船机、吊环双力臂、硬拉等;将于2027年登陆国内的ATHX,主打科学化、全民化赛事理念,剔除小众高难度动作,设置三级参赛组别与专属恢复体系,兼顾精英竞技与大众参与,将在室内体能赛道开启直接竞争。

如今,中国体育产业已全面迈入大众体育消费新时代。“村超”“苏超”等依托在地文化、全民参与感,不断打造特色体育文旅新业态。在年均两位数增长的背景下,运动健身不仅是积极健康的生活方式,更成为消费领域的新亮

点。专家表示,体育消费正成为高品质文化消费的重要增长点,兼具娱乐、时尚、竞技属性的混合体能赛道具备长期发展潜力。

今年7月,国家体育总局发布《体育强国建设“十五五”规划》提出,完善竞赛表演业产业链条,建立以自主赛事IP为核心的赛事经济生态圈。HYROX在国内市场的走红,一方面印证了体育消费的巨大潜力,另一方面也为本土体育IP标准化、产业化发展提供可参考路径。

“标准化是体育赛事掌握行业话语权、树立文化自信的基础。”何文义表示,国内本土体育IP发展的短板在于,缺少把运动内容转化为标准化产品的能力。统一的规则体系是普及、传播、商业化的前提,有标准才能聚集流量、培训、等级考核、广告赞助等产业链环节才能顺畅落地。

在借鉴国际经验的同时,何文义认为,本土体育赛事IP的培育与经营更需要立足国内市场实际,从内容标准化、文化特色与商业运营等维度协同发力。如在IP培育上,建立统一的竞赛规则与等级体系,制定标准化的动作规范、难度分级和裁判准则,让运动内容转化为可培训、可考核、可传播的产品。同时,深度结合地域文化资源,将地方民俗、城市精神融入赛事设计,打造既有广泛群众基础又具备独特辨识度的赛事品牌,并鼓励行业组织等社会力量孵化跨区域小型赛事,让IP成为真正可感知的品牌符号。

专家表示,在商业化层面,除传统的门票、赞助外,还应积极开发赛事周边衍生品、版权内容等,实现多元市场化自主造血。此外,深化“赛事+文旅”融合,推动瞬时赛事流量与城市文化推广结合,拉动住宿、餐饮关联消费。让运动成为人们健康生活方式的同时,实现经济与社会效益双赢。

随着人工智能(AI)短剧赛道迅速升温,一张张如同复制粘贴的“AI脸”逐渐引起观众反感。中国网络视听节目服务协会数据显示:2026年春节档,AI剧上线量是真人剧的50倍,但总播放量却只是其二十五分之一。AI短剧数量迎来快速增长,播放量却遭遇断崖式下跌,这也印证了观众正在用脚投票,对千篇一律的“AI脸”说不。

“AI脸”为什么会引起反感?“没有灵魂”是关键。大眼睛、高鼻梁、尖下巴、千人一面的“AI脸”五官虽美,但空洞的眼神、僵硬的表情,让一些观众触发“恐怖谷效应”,也极易引起视觉疲劳。观众看短剧,是为了从鲜活、有温度、有特点的表演中寻求情感共鸣,一张张重复僵硬的数字面孔显然无法满足需求。

“AI脸”千人一面不该归咎于AI技术。客观说,AI技术提升了微短剧的生产效率、降低了制作成本,极大丰富了内容供给,未来也必将在行业发展中扮演越来越重要的角色。问题在于,一些内容生产者不能善用AI技术这把“双刃剑”,不是借助它为内容增色添彩,提升生产质效,而是将其当作实现快速盈利的捷径,为追逐短期利益而牺牲内容品质,使用免费开源通用数字人模型批量生产高度雷同的“AI脸”。

缺乏辨识度的“AI脸”和粗制滥造的内容大行其道,会引起负面连锁反应,观众用弃剧、打差评等方式来表达抗议。随着观众的流失,行业发展也会陷入困境,企图走捷径的内容生产者终将尝到自己亲手种下的“苦果”。一些行业参与者已经认识到问题的严重性,并积极作出改变。近日,抖音集团红果短剧发布《关于规范AI剧角色创作的公告》,明确提出整治AI角色同质化问题,杜绝流水线量产的雷同人脸。这一新规,将对内容生产者形成有力的约束和引导,助力营造健康的行业生态。

避免同质化“AI脸”泛滥,还需更多力量参与共治。对于内容生产者来说,应摒弃靠数量搏市场的创作理念,认真对待每一部作品,对人物进行精细化定制,用“形神兼备”的人物形象赢得观众;监管部门应完善AI数字人视听质检标准,把粗制滥造、千人一面的模板脸纳入审核负面清单,从准入端确保AI内容品质达标。

热评
「脸」惹人厌

王明昊

AI

贷款利率定价基准增加新锚点

本报记者 勾明扬

贷款定价的锚,在贷款市场报价利率(LPR)之外又多了一个新选项。7月下旬,3家银行在海南自贸港集中落地了全国首批以存款类金融机构间债券回购利率(DR)作为定价基准的贷款。3笔贷款分别由中国工商银行海南省分行、招商银行海口分行、浦发银行海口分行发放,对应不同企业类型、账户类型和利率模式。业内普遍认为,这意味着我国贷款利率定价机制朝着更加市场化、多元化的方向迈出重要一步,具有深远意义和影响。

具体来看,中国工商银行向某外资企业发放7670万元人民币1年期多功能自由贸易账户区间浮动DR贷款,招商银行向某省属国企投放800万元人民币浮动利率DR贷款,浦发银行向某央企投放700万元人民币固定利率DR贷款。3笔业务覆盖企业外贸、日常经营等多元融资需求,初步展示了DR基准利率在实体经济融资场景中的适配空间。

“这3笔DR贷款规模虽合计不足亿元,但其标志着贷款定价机制从单独锚定LPR,扩展到了LPR和DR并存的‘多锚’格局,本质上是把贷款价格从‘报价型’切换到了‘成交型’,即直接与银行的真实资金成本相关联。”远东资信研究院副院长张林表示,3家银行围绕DR定价规则、合同文本修订、系统参数改造、客户适配和风险管理等环节逐项梳理完善,完成报价机制、计息安排、贷款审批等配套建设,跑通了从制度设计到业务落地的流程,形成了一个可复制的样本。

招联首席经济学家董希森分析,利率是资金的价格,其核心功能在于引导储蓄向投资转化,并在不同经济主体之间实现跨期资源配置。DR是由银行间质押式回购交易形成的市场化利率,完全由市场交易产生,真实反映银行体系内的流

动性状况和资金松紧程度。以DR作为贷款定价基准,意味着贷款利率更直接与市场资金成本挂钩,而非主要跟随LPR调整,从而让市场在贷款定价中发挥更大作用。

谈及这一改革的现实动因,董希森认为关键在于LPR定价机制的结构性困境。今年一季度,商业银行净息差已降至1.40%,较上年末下行2个基点。与此同时,LPR减点发放的贷款比重接近50%,远高于2019年LPR改革初期的水平,LPR作为“最优惠贷款利率”的基准特性正在被削弱。LPR本质上是“政策利率+点差”的报价机制,其调整频率和幅度与货币市场的实时变化之间存在时滞。而DR作为每日交易形成的市场化利率,能够更敏锐地捕捉流动性变化。

“贷款利率若直接锚定DR,相当于减少了报价形成环节的时滞,短端资金利率的变化能更直接、更快地映射到贷款利率上,传导效率和透明度均将提升。”张林补充道,近期央行的操作也正朝着精准传导的方向发力,将利率走廊收窄至50个基点,明显提升了对银行间市场存款类机构隔夜质押回购利率(DR001)的关注度、隔夜逆回购工具上新并提高操作频次,本质上都在引导DR利率围绕政策利率中枢更稳定地运行,从机制上压低DR的无序波动,增强其作为贷款定价锚的可用性和可预期性。

对于DR基准利率贷款的增设,市场已有一定预期。今年5月,中国人民银行在《2026年第一季度中国货币政策执行报告》中,以专栏形式系统介绍了贷款利率定价基准的国际经验,并指出国际上主要经济体贷款利率定价基准普遍由最初的单一基准,逐步演变成多元化的基准利率

体系,以反映资金成本、信用风险变化,适配不同类型的借款主体、贷款品种及融资场景。

“对实体经济而言,DR定价贷款推广将带来融资成本决定机制的深层变革。”董希森分析,一方面,融资成本将更加贴近市场真实水平。当前,成熟企业可以在债券市场以较低利率融入资金,但通过贷款融资的成本仍然相对较高,企业债券对银行贷款产生一定的替代效应。DR定价贷款使贷款利率直接与货币市场利率挂钩,有助于缩小信贷市场与债券市场之间的利率鸿沟,避免因定价机制僵化导致的企业融资成本扭曲。

另一方面,企业获得更加灵活的利率风险管理工具。DR是每日交易形成的市场利率,企业可以根据自身对利率走势的判断,灵活选择固定利率、浮动利率或区间浮动等不同定价模式。同时,DR作为市场实际成交利率,企业可以通过多种渠道进行利率风险管理和套期保值安排。这种灵活性对于跨境经营主体、外贸企业等对利率敏感的企业尤为重要。

记者注意到,全国首批DR基准利率贷款落地后,多地也在主动推进DR定价机制场景落地。近日,工商银行深圳市分行成功落地深圳地区首单DR001基准利率贷款业务,为深圳本土优质民营战略性新兴产业企业投放5000万元市场化浮动利率贷款;工商银行上海市分行成功落地上海地区首单DR基准利率贷款,辖内张江科技支行向某科技企业发放贷款990万元,满足企业日常周转资金需求。业内认为,后续随着贷款利率定价基准的探索持续推进,有望形成以LPR为主,同时参考DR、国债收益率曲线的贷款多元基准利率体系。



8月18日,安徽省滁州市来安县三城镇芝繁玉茂家庭农场,工人们在采摘芡实。近年来,三城镇立足水乡资源禀赋,大力发展芡实、莲藕、鱼虾等特色水生产业,以水兴业、以水富民,让“水上经济”成为乡村发展的新引擎。

吕 华摄(中经视觉)