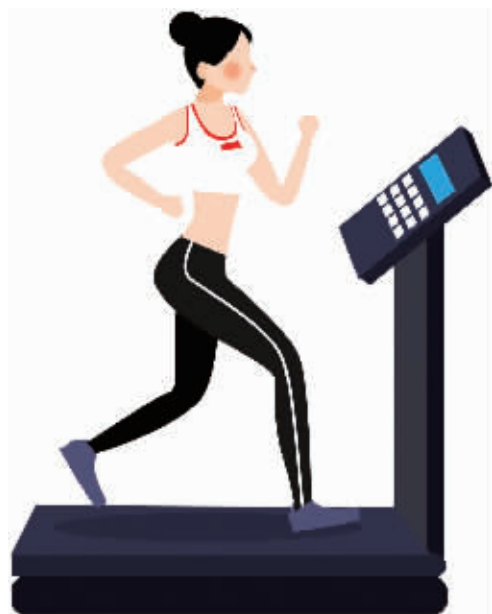
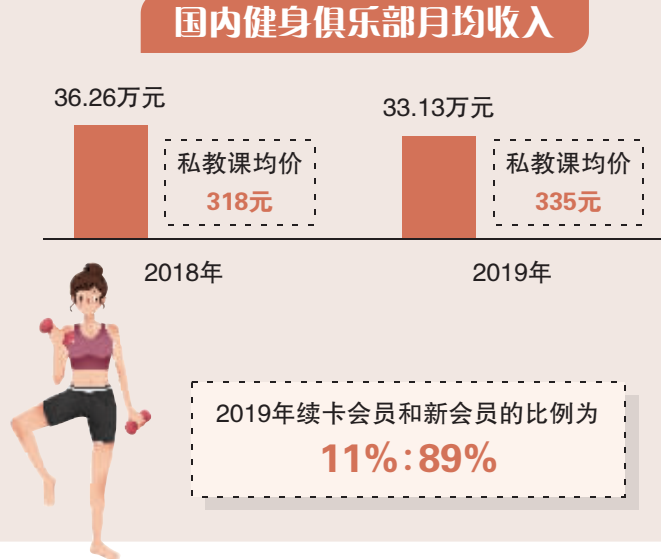




月亏百万线上变现 一家健身房的生存之道

暂缓复工、线上教学已成为了健身行业从业者的无奈选择。如何能让线上授课不再是健身行业保存量会员的营销手段,成为流量变现缓解资金压力的平台,是当下健身行业从业者共同面对的难题。2月18日,北京商报记者采访获悉,壹季体能训练营已通过定制课程收费的模式收获了首批线上学员。壹季体能联合创始人祝贺表示,虽然相比线下门店的亏损,线上收费只是杯水车薪,但通过此次试水,壹季体能找到了健身场景从线下转移到线上后发展的方向,只有坚持下去,等待健身行业在疫情结束后的恢复性增长。



撑下去已成为从业者共同面对的难题。2月9日,健身行业SaaS领域融资金额最大、用户覆盖最多的机构三体云动传出裁员消息。部分三体云动员工陆续接到公司人事通知,因疫情导致公司资金周转困难,要求在被辞退和在家待岗中作出选择,前者赔偿0.5个月的工资作为生活补助,后者则按照当地最低工资标准的70%支付工资,社保、公积金停止缴纳。在不少从业者看来,作为健身行业服务商,三体云动的动向或许是“春江水暖鸭先知”。从当下来看,针对健身行业依赖线下会员这个疑难杂症,直播这剂药并不能药到病除,想要自救的健身行业也要根据自身的“体质”来进行剂量的把控。

直播变现

“壹季21天线上减脂训练营开营,只需499元,得到教练和服务团队专属服务。”祝贺在朋友圈这样写道。

随着新冠肺炎疫情的出现,健身行业线下门店自1月中旬以后便已暂停营业。疫情期间,作为国内第一批做直播的健身俱乐部,壹季体能也在抖音、快手、B站等直播平台开设了线上直播训练。

下午3点半,每日的直播训练准时开始,青少年训练课、康师傅健康私厨营养课、冰雪抗疫等直播内容壹季体能都有所涉及。

祝贺告诉北京商报记者,2月1日,壹季体能的教练小杰就开启了第一场直播课程;2月3日,春节期间留京的7位教练排班开始一线直播,由开始的每天3小时,到现在的每天6小时课程直播,在此期间,不仅维系了原有会员,同时也收获了大批粉丝。

实际上,随着各地开始复工,部分健身爱好者想要回归健身房的愿望已经开始增多。

“每逢佳节胖三斤,延长假期涨十斤”,在这个漫长的假期里,爱好健身的消费者也开始对瘦身减脂有了刚性需求。

由于健身行业多属于线下人员聚集活动,到线下门店健身短期内并不能实现,因此祝贺开始思考如何通过定制服务,采取收费的模式,解决复工后消费者瘦身的刚需。

“499元的21天线上减脂训练营,首批30名成员很快招满了。”在祝贺看来,尽管第一次试水只有不到1.5万元的收入,但总算实现了线上直播变现,下一步,他打算扩大招生,在第二期招收50人,从而进化成一个长期运营的手段。

在北京大学国家体育产业研究基地体育产业高质量发展研究课题组副教授郭斌看来,疫情当前,对于以前一直靠预付费模式的健身行业确实带来了不小的冲击,整个行业的发展路径和健身企业的发展模式也将面临巨大的转变,健身从业者如果能直面新的消费需求,抢抓居家健身的红利,完成产品智能化、社群化和娱乐化的升级,会有较大的价值

释放出来。

月亏百万

尽管有了少量的收入,但不可避免的是,暂停营业所带来的经营压力与日俱增。

壹季体能的线下门店面积在100-200平方米,主要为个人用户提供团体和私教服务。私教包括减脂、塑形等功能性服务。团课主要是为多种户外运动项目提供团体的专项体能训练,包括攀岩、墙绳瑜伽、核心体能训练、越野跑及马拉松等团体训练课程。

“由于健身行业主要盈利模式大部分是预付费制度,这一个月暂缓复工,营收实际上等于零。”祝贺表示,壹季体能在北京有5家线下门店,即便在正常经营的状态下,每月的单店运营成本也高达20余万元,这意味着一个月不能营业,将亏损逾百万元。

自去年以来,经历了年卡投诉、监管趋严、跑路倒闭等一系列事件的健身行业,尚未恢复。如今,暂停线下门店、线上开课成为健

身行业每一个从业者都要应对的新挑战。祝贺透露,现在最关心的是,因为疫情的不可抗力,停业损失已经成了既定事实,人心千万不要散了。

同时,为切实减轻疫情对中小微企业生产经营的影响,2月5日,北京市出台《关于应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情影响促进中小微企业持续健康发展的若干措施》,其中减免房租、停征部分行政事业性收费等方面的举措,给健身行业的发展减轻了负担。

祝贺告诉北京商报记者:政策出台后,预计壹季体能有六位数的负担减少,其余的经营亏损仍需依靠其他的手段支撑下去,只要坚持,相信一定都会好起来。”

静待花开

事实上,很多行业都期待着疫情后的恢复性消费,健身行业也是如此。一位健身教练自信满满地表示:战胜病毒还是要靠锻炼提升身体的免疫力,大家肯定会在疫情后积极健身。”

不过,在健身行业的春天到来之前,能否



扫码观看现场视频

苹果预计无法实现2020财年一季度营收目标

北京商报讯(记者 石飞月)2月18日,苹果公司发布了最新的一季度财务业绩指引,宣布受中国新冠病毒疫情影响,该公司将无法实现这一季度的营收目标。

在上一个季度的财报中,苹果公司预测一季度营收将在630亿-670亿美元之间,高于分析师预期的624.5亿美元,等于同比至少增长8.6%。

苹果公司在官网上解释了原因,全球重点市场的部分用户需求出现变化,营收暂时面临负面影响:“我们预计不会达到1月28日提供,截至今年3月的财年收入指引。”

苹果公司CEO库克也在给员工发送的一份备忘录中表示,中国各地的业务开始复工,其所有制造合作伙伴设施均位于湖北省疫情中心外,并已重新开放,不过全面投产的进度慢于预期,再加上中国用户对苹果产品需求下降,导致苹果无法实现此前截至3月的这个财年提供的营收指引。

此前,苹果公司暂时关闭了中国区所有办公室以及Apple Store零售店。据悉,苹果在中国内地的42家门店中,仍然关闭的有35家,开店的有7家。

苹果直言,尽管公司办公室和联络中心已经重新开放,而在线商店仍保持营业,但门店关闭和限时营业大大减少了客户流量。

对苹果来说,今年是至关重要的一年,由于iPhone 11系列降价战略奏效,其营收在最近一个季度实现了一年来的首次增长,如果今年能够延续这样的表现,将有望扭转苹果销量下滑的趋势。苹果公司日前发布的2020财年一季度(2019年四季度)财报显示,iPhone业务净销售额为559.57亿美元,同比增长8%,超出了分析师预计的516亿美元,一年来首次实现增长。

库克认为,去年的旗舰新品iPhone 11和iPhone 11 Pro推动了手机业务的增长,并把这些因素考虑到了公司预期中,他把

iPhone 11系列手机称为“史上最强的iPhone阵容”。据透露,iPhone 11是2020年第一财季每周最畅销iPhone机型。

此外,苹果大中华区营收在2020年第一财季实现反弹,销售额为135.78亿美元,较上年同期的131.69亿美元增长3%。大中华区目前是苹果的第三大市场,在苹果总营收中的占比为14.8%,落后于美洲和欧洲。

此外,iPhone的销量在2019年四季度从之前的第三跃升至第一。国际数据公司(IDC)发布的数据显示,苹果2019年四季度出货量为7380万部,同比增长7.9%,排名第一。

然而,突如其来的疫情,对于苹果等手机企业是个很大的考验。分析师丹尼尔·艾夫斯和斯特里克·贝克尔称:我们认为,目前中国各大城市交通都受到限制,如果这种情况持续到2月下旬,届时多达100万部的iPhone手机将有可能从3月销售季转入6月销售季来进行销售。”

奶粉断货 乳企打响“宝宝口粮”保卫战

2月18日,北京商报记者了解到,受疫情影响,全国多地“封城”,部分地区宝宝的“口粮”婴幼儿配方奶粉告急。为解决奶粉断货问题,目前,君乐宝、菲仕兰以及澳优等在内的众多乳企陆续复工。然而,目前全球多个国家和地区邮政快递已暂停对中国往来包裹提供服务,对于倚重跨境电商渠道的进口奶粉而言,如何及时补货、进行物流配送是其面对的难题。对此,不少乳企一方面启动疫情防疫方案,加班加点恢复产能;另一方面则强化补货与物流配送能力,力保市场供给稳定。

2月18日,多名母婴店老板和经销商反映,受疫情影响,惠氏、雅培、美赞臣、多美滋旗下多款奶粉已经出现严重的断货现象。一位来自黄冈武穴的宝妈告诉北京商报记者:“家里目前只剩最后一罐奶粉,所有的快递不发湖北,街上的母婴店不营业。作为母亲,内心特别着急。”据湖北孝感的一位宝妈介绍,由于小镇封闭,镇上无法出人进人,所有商店关闭,买不到奶粉,孩子的口粮严重告急。

此外,在供应链上更为倚重跨境电商等渠道的进口奶粉,受疫情影响,其补货速度与物流时效也亮起了红灯。目前,全球多个国家和地区邮政快递已暂停对中国往来包裹提供服务。一位名为“桃花猫七”的用户在微博上表示,其网购的海外奶粉目前卡在广州无法转运,孩子勉强喝的杂牌奶粉导致腹泻不止。

北京商报记者从澳优乳业旗下佳贝艾特海外旗舰店客服处了解到,佳贝艾特宁波快递中转站2月16日复工后陆续发货。但因疫情特殊情况,发货和到货时效无法保证。

惠氏营养品海外旗舰店客服表示,由于各地抗击疫情情况,保税仓的“清关速度”和“送达时间”均会受到影响,可能会比平时慢一些。a2海外旗舰店也根据疫情防控情况对发货时间作出了相应调整。

针对邮政快递暂停服务的影响,澳优方

面回应北京商报记者称,EMS此举不会影响澳优对中国的供货,其影响更多的是海淘代购等业务。截至记者发稿,美赞臣、惠氏未对此进行回复。

“在确保自身防疫安全的前提下,君乐宝公司的销售人员和合作伙伴通过私家车、出租车、电动车等交通工具齐上阵,想尽一切办法把产品送到门店、送到消费者手中。”君乐宝相关负责人表示在接受北京商报记者采访时表示。

作为新希望华西乳业的一名配送员,李小丹每天凌晨就要开始工作,他需要在最短时间内取到牛奶再及时送达客户。低温鲜奶对温度要求很高,运送时间就是新鲜的保证。大年初五,面对家人的劝阻,李小丹毅然戴上口罩出门复工。到达小区时,李小丹被门卫告知送奶不能进入小区。李小丹只能挨个给客户打电话说明情况,等着客户下楼取奶。有的用户体谅特殊情况,也有担心浪费难得的口罩物资,李小丹只能一一耐心解释和等待。有订奶客户称:“我还以为疫情这么严重,你们不会派送了,没想到还是能照常收到鲜奶。”

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,疫情期间,在供货方面,国内乳企的服务体系更加完善,从消费者角度来说,他们对国产奶粉的满意度和信任度一定会增加。

目前,新希望乳业各地分子公司已保持全线开工,确保当地乳品生产供应,并立即启动疫情防疫预案,由上至下开启防疫攻坚战。君乐宝乳业相关负责人告诉北京商报记者,君乐宝乳业已于2月10日开始全面复工。澳优乳业相关负责人介绍,澳优乳业中国区生产部、物流部、检验中心等一线生产供应部门已经全面复工,力争有效保障市场供应。菲仕兰乳业方面也表示,公司秀水工厂已于2月11日正式复工。

北京商报记者 钱瑜 姚倩 王晓

广药集团50万片磷酸氯喹将上市

北京商报讯(记者 姚倩)2月18日,北京商报记者从广药集团相关负责人处了解到,广药集团控股子公司广州白云山光华制药股份有限公司(以下简称“光华药业”)于今天上午已经完成首批50万片磷酸氯喹片的生产,第二批约50万片正在生产。

2月17日晚,白云山发布公告称,光华药业收到广东省药监局核准签发的磷酸氯喹片《药品补充申请批件》,磷酸氯喹片经广东省药监局检验合格后,方可依据批件上市生产。据了解,该批件仅在疫情期间有效。

资料显示,磷酸氯喹片主要用于治疗对氯喹敏感的恶性疟、间日疟及三日疟,并可用于疟疾症状的抑制性预防,也可用于治疗

肠外阿米巴病、结缔组织病、光敏感性疾病(如日晒红斑)等。

在2月18日广东省召开的疫情防控新闻发布会上,有记者提问,磷酸氯喹算不算特效药?国家卫健委高级别专家组长、中国工程院院士钟南山回应称,磷酸氯喹还够不上特效药,但是它是非常值得探讨的药,面对新的东西,往往实践先于科研,摸着石头过河,已有比利时、美国的研究表明,磷酸氯喹对冠状病毒是有效的,真正用在人体是这次。

“磷酸氯喹是老药。短期使用来看,没有太大的副作用。相当一部分患者能够在15天内使得病毒转为阴性。”钟南山介绍称,磷酸

氯喹的治疗效果和其他药物对比,发热症状、病毒消失,副作用不是很大,个别会出现腹泻,极个别会出现耳鸣,停药后就会停止。“目前正在开展相对比较大规模的临床观察,要进行用药和不用药比较。”钟南山说。

2月17日,科技部生物中心副主任孙燕荣表示,疗效专家组经过认真细致的研讨,最后达成一致意见,一致认为磷酸氯喹是一个上市多年的老药,用于广泛人群治疗的安全性可控。基于前期临床机构开展的临床研究,结果可以明确磷酸氯喹治疗新冠肺炎具有疗效。基于当前临床救治的迫切需求,专家一致推荐,应当尽快将磷酸氯喹纳入到新一版的诊疗指南,扩大临床适用范围。