

“运动潮”引领健身走向细分时代

奥运会临近，“全民运动风潮”随之席卷魔都。先是阿迪达斯“夏练国度”登陆世纪公园，国金IFC“夏日动感运动艺术展”揭幕，K11也开了间充满禅意的X-PILATES；从大而全的酷炫运动场，到小而精的工作室，健身场馆各出奇招引得“好动分子们”趋之若鹜。

青年报 沈旖旌

公园商场秒变“运动馆”

2014年开始，全民健身潮流兴起。明星、网红从晒自拍、晒美食，变成一窝蜂地晒肌肉，更多的人则以朋友圈“晒跑步”为荣。

在这种势头下，运动品牌自然不甘落后。李宁和康师傅优悦的“10公里路跑”刚刚结束，阿迪达斯又联合旗下足球、篮球、训练和跑步四大核心运动品类，在世纪公园圈地建了个叫“夏练国度”的高科技运动场。互动项目由阿迪达斯设计，包括：秒上战场、极速幻影、火爆投篮、能量果汁、纪录我创等。

其中“纪录我创”是公益项目，以跑步的形式创造正能量，鼓励沪上运动爱好者一起用运动为公益发力。跑出的每一步将转化为阿迪达斯爱心电站的每一度电，为农村地区的儿童教育作出贡献。同时，阿迪达斯也希望通过这个项目，号召全民一起挑战“负重20磅在跑步机上跑出最远距离”的吉尼斯世界纪录，成绩将于8月20日揭晓。此外，最受欢迎的则要数“能量果汁”，以动感单车的动力现榨果汁，运动之余即能喝到鲜榨果汁，给炎炎夏日带来清爽。

据了解，“夏练国度”为期一个月，7月24日起已正式对外开放。活动期间，除了可在体验区挑战创新互动项目，每周还有不同的主题活动开放报名参加。

8月2日，ifc商场为配合奥运打造的动感运动艺术展也如期举行，商场布置了三个热门的运动项目：游泳、跨栏及单车，中



庭里一个高达3米的巨型游泳健将的雕塑最受瞩目。商场特别邀请巴西著名插画艺术家凡妮莎达席尔瓦为雕塑设计泳衣及装饰，展现充满活力的南美独特艺术风格。一楼的星光大道和地下二层分别呈现了“时尚飞跃运动雕塑”以及“风尚艺术单车馆”，将与运动感气息和ifc商场的奢华风格融合。

此外，商场还首次展出百余

件由奥运收藏家张祖仁在世界各地搜罗而来与奥运相关的珍贵物品。每位周末莅临ifc商场的消费者，则将有机会欣赏到精彩的运动快闪和艺术表演。ifc商场负责人表示，希望把整个商场布置成一个动感兼具优雅的运动场，首次展出大型运动雕塑再配合色彩斑斓的南美艺术风格，希望为申城消费者带来一个活力绽放的盛夏。

“量身定制”更受欢迎

健身消费人群中，20~40岁的女性占比非常大。女性消费者往往对健身环境，专业效果有更高的要求，“私人定制”工作室在这部分人群中开始流行。爱好运动的袁小姐最近准备定制一套针对自己的减脂课程，“自己盲目锻炼效果并不好，较枯燥也很难坚持”。据了解，私人工作室一般都“麻雀虽小五脏俱全”，比较安静和私密，而且有很多国内外最新流行的健身方法，比如crossfit、tabata等。

k11商场里的X-Pilates就是个针对女性消费群体的健身房，和充满硬朗阳刚气息的普通健身房不同，充满禅意的X-Pilates全然是个色调明快的减压空间。工作室以普拉提为主推项目，着重核心肌群的训练，以及人脑对骨骼肌肉的神经感应和支配，并从一些阻力训练达到有效的康复和塑形效果。X-Pilates以私教为主，为训练提供有针对性的指导，小型空间在保证隐私的基础上也使锻炼者更加专注。武定路上的Base Body则



有着最近大热的健身项目：Rowing。这项国内并不多见的水阻划船机运动是Base Body的特色项目，因为热播美剧《纸牌屋》而大受关注。最初，陆上划船机的发明是为了训练赛艇运动员，它模拟泛舟水面的场景，阻力由使用者拉动的反作用决定，在减脂塑形、心肺活动、全身燃烧体脂方面效果明显。关于健身，Base Body创始人菲比吴的建议是：“健身可以带给大家最大的改变就是相信自己什么都可以完成，去不断地挑战自己，当你发现最后不是一个目标

而是一种生活方式的时候，你真的没有放弃的理由，你会一直运动健康到永远”。

业内人士透露，健身工作室中的训练主要针对被忽视、不常使用的小肌群，自重训练、健身球、普拉提以及循环训练都有涉及。私人教练可以帮助人们在健身的道路上少走弯路，并监督完成训练内容和改善生活习惯，让身体内的脂肪慢慢健康的减掉。不过，私教费相对来说还是较为昂贵，从几千元至数万元不等，消费者在选择的时候还是应该量力而行。

■ 资讯

水井坊联合孙郡举办摄影展

青年报 王娟

本报讯 7月25日，水井坊在广州举办“悦于形 匠于心”摄影展，当天摄影师孙郡为摄影展揭幕，并感慨到：“水井街酒坊承载六百年中华传统文化的精髓。水井坊是真正坚持古法酿造，匠人那一份致臻匠心、对品质的执着追求令人叹服。”

近日，孙郡将创作题材延伸到传统工艺领域，为高端白酒品牌水井坊拍摄了中秋品牌主视觉海报以及传统酿造工艺环节系列大片。

在孙郡的镜头下，打水、运送原料、拌料上甑、量质摘酒、搬运贮存等传统酿酒工艺环节，都生动展现出了水井坊对于酿酒工艺的精髓。酿酒不仅仅是工序的叠加，更是一门岁月与



光影凝结的“匠艺”。

水井坊总经理范祥福表示：“水井坊将持续把中国传统文化融入在品牌传播之中，致力于以现代的方式演绎传统之美。”

据了解，水井坊与孙郡联合摄影展将在郑州、南京等地相继开展，以细腻婉约的新文人画摄影，将水井坊传承600余年的匠人艺蕴呈现给更多消费者。

纽迪希亚启动育儿公益活动

青年报 沈旖旌

本报讯 7月30日，纽迪希亚携手中国妇女发展基金会开启了“有爱有营养”家庭育儿系列公益活动，旨在通过经济帮扶、专题讲座、亲子活动等方式，帮助社区家庭为孩子的健康成长创造良好条件，向社会、家庭传播健康育儿理念。活动上，上海市儿童医院儿童保健科主任医师陈津津博士向闵行区的社区居民们作了儿童健康与营养知识讲座，受到现场父母们的欢迎。

纽迪希亚中国在同时向中国妇女发展基金会正式捐赠人民币35万元，用于支持开展社区健康育儿知识普及，并对部分生活困难的二胎家庭给予帮

扶。近年来，二胎成为民众关心的热点问题之一。纽迪希亚生命早期营养有限公司中国区销售副总裁周志刚表示：“对不少家庭来说，第二个孩子的到来不仅是加倍的幸福，也意味着更多挑战。我们希望通过这一系列公益举措，帮助爸爸妈妈们更好地迎接这些新挑战，帮助孩子们健康成长。”

中国妇女发展基金会资助项目部主任李晓燕表示：“希望通过这次与纽迪希亚的强强联合，让‘有爱有营养’的活动来帮助更多的家庭和孩子，为他们的健康成长尽一份力量。”未来，中国妇基会与闵行区妇联还将继续携手开展各类教育和帮扶活动，使本次“有爱有营养”家庭育儿系列公益活动持续发热。

方糖小镇创建办公新模式

青年报 沈旖旌

本报讯 近日，方糖小镇与金鹰国际宣布开启战略合作，联手打造集办公、秀场、活动融为一体的“前店后场”零售业创新办公实验区。方糖小镇将作为上海金鹰国际购物广场的三大主力店之一，共同打造一款具有独特概念的“前店后场”共享办公产品，为消费者带来“体验式商场+办公”的全新理念。此次与金鹰集团的合作，标志着方糖小镇升级到共享办公2.0时代，在混业合作、跨界创新等领域取得重要进展。

据了解，方糖小镇金鹰项目将于今年9月中旬正式亮相。此次项目的室内设计工作将由“朱周空间设计”操刀，该公司为方糖小镇设计的“徐家汇艺术社区”项目于今年6月获得2016年德国设计大奖

Iconic Awards。

金鹰集团CEO苏凯表示：“金鹰定位全生活中心，提供客人高品质生活的空间和体验，近年来创业、移动办公等已成为相当一部分人群的生活方式。金鹰也力求与时俱进，率先尝试满足客人需求。”

方糖小镇CEO万里江则透露：“方糖小镇提出的‘共享办公2.0’理念，是基于对混业生态的趋势判断。我们认为，和市场上的创新力量融合，才能擦出更多的火花，这是对方糖办公生态的一次升级，也是对共享办公生态的一次升级。”

万里江同时透露，选择金鹰集团作为战略合作方，是因为双方在零售创新方面有着共同的愿景。双方将以上海金鹰为起点，将合作延伸到金鹰的全国网络，在“零售+办公”的深度创新上全面展开探索。