

表达的难度是非常大的，歌唱者除了要具有良好的歌唱功底外，文化修养也必须较高。《唱论》在对音乐作品审美进行介绍时，关注的重点是“字真”，可见作者对咬字、吐字的重视程度。《曲律》这部音乐作品在我国是享有盛誉的，其中对“曲有三绝”进行介绍时，排在首位的就是“字清”，这也是对《唱论》中的相关论述的有力证明，由此可见，《唱论》对中国音乐发展产生的影响是深远的。进行演唱时，虽然能够保证韵律精准，如果咬字较为模糊的话，就很难得到听众的认可。在《唱论》中明确指出了，咬字、吐字对气息、发声会产生直接的影响，因此歌唱者必须要提前做好准备，对歌词句读有切实的了解。

1.3 情感的认识

从声乐歌唱来说，我们国家的古代歌唱者在进行歌唱表演时会将情绪、情感融入其中，这就意味着歌唱情感在很早时期就得到了关注。在歌唱的过程中，除了要对歌曲的演唱予以关注外，其所表达的情感更是重中之重。简单来说，词语虽然是精妙绝伦，但歌曲、词语无法契合起来的话，想要打动人心是不太可能的，甚至还会导致听众的兴致完全消失。因此在进行歌唱的过程中，若想保证效果能够呈现出登峰造极之感，演唱者除了要能够对气息、吐字、咬字之类的技巧予以熟练运用，同时要感知到作品所要传递的情感，只有将两者结合起来，声乐作品的演绎才会更加完美。^[2]

2 《唱论》的理论意义及其实践价值

《唱论》对声乐歌唱的技巧、方法进行了分析，而且作者关注的重点放在声乐上，其中的声乐理论有着极高的实践价值，现代声乐艺术受其影响是较大的。具体来说，（1）《唱论》中提出歌唱者要关注情感表达，并要对声腔运用加以重视。简单来说，歌唱者的吐字必须要十分清晰，而且要做到声情并茂，确保意思可以准确传达，为观众接受，并能够引发共鸣。（2）对演唱技法予以实际应用时需要注意什么，《唱论》认为要保持合适的“度”，否则会出现“过犹不及”的情况。简

单来说，就是要将唱歌看成是为人，只有能够对“度”予以精准把握，演唱境界才能达到最高层。在演唱的过程中，如果特别重视吐字的话，效果反而不够理想，甚至呈现出小家子气；如果演唱的轻妙程度过高的话，则会显得不够稳重；如果演唱未能和曲谱相吻合，则灵活性无从谈起；如果反复加以修饰，那么严谨性就难以保证。所以说，演唱者必须要去寻找唱法、技巧间最为合适的平衡点。（3）《唱论》中提出的一些理念对我们国家的声乐艺术表演能够起到指导作用，特别对气的应用，演唱者应该要对相关的技巧、方法予以灵活运用，如此方可使得声乐美学具有的表现力充分展现出来，并能够对“美好声音”形成正确的理解。^[3]

结语

综上所述，通过上文一系列详尽的分析，我们更加深入的了解了中国音乐史上的著作《唱论》，这部作品包含了非常多的音乐元素，具有非常多的价值，里面包含了我国音乐史上众多的音乐作品以及音乐表达形式。《唱论》中无论是理论部分的内容，还是一些歌唱过程中的技巧描述都是非常珍贵的资源，这些内容在很大程度上为后续中国音乐发展奠定了基础，向后人展示了中国音乐自古以来就充满了表现力，对《唱论》的不断深入研究，就是对中国音乐历史的一种回味，随着研究的不断深入，也为现在的音乐发展提供了很多针对性的指导，让人们重视在演唱过程中各种技巧的使用方式以及如何在歌唱的过程中更好的融入自己的感情。

参考文献

- [1] 李雅倩.《唱论》在中国音乐史中的价值探析[J].艺术评鉴, 2020(03): 1-2.
- [2] 刘媛媛.浅析《唱论》在中国音乐史中的价值[J].艺术研究, 2019(03): 88-89.
- [3] 王平.《唱论》在中国音乐史中的价值[J].华夏文化, 1995(04): 34-36.

瑜伽俱乐部在大健康背景下的发展现状和影响因素探究

孙玉琴 李平

(江西环境工程职业学院 江西 赣州 341000)

【摘要】随着人们生活质量的不断改善，越来越多的人关注了瑜伽这种时尚健康的运动方式。本文主要以大健康为背景，通过对我国瑜伽俱乐部经营状况进行研究来分析瑜伽受大家热爱的程度。也希望能够通过这些研究为瑜伽俱乐部的发展提出相应的对策，从一定程度上促进我国瑜伽产业的不断发展。

【关键词】瑜伽；俱乐部；对策

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2020.06.852

大健康是一种全局理念，是针对时代的不断变化，还有社会的需求演变而生。大健康，现在已经涉及了人类的方方面面，包括人类的衣食住行，包括人类的生老病死。在健康要求人们关注自身的健康状况，关注各种影响健康的要素以及对自己日常生活要素的搭配。但健康不仅仅关注的是人们的生理健康，还包括对人民心理健康的状况。在大健康的背景之下，瑜伽作为一种健康且灵活性强的运动，得到了很大的发展。现在的中国人，尤其是中国女性，每日运动项目里必然包括瑜伽。

1 我国瑜伽俱乐部的经营缺点

在我国体育事业的发展中，诞生出很多的体育产业俱乐部，尤其在当下，瑜伽俱乐部得到很大的发展。但是作为一种新兴的体育产业，其在我国的发展中出现了不少的问题。

1.1 瑜伽运动环境较差

瑜伽在我国兴起的时间并不长，因此这个行业并没有非常规范的管理。很多瑜伽俱乐部只注重获取的经济效益，但是却并没有注重瑜伽产品的品质，还有店内的装修管理。国内许多家俱乐部过分夸大了瑜伽运动的功效，只是忽悠消费者在俱乐部内进行消费，从而获取经济利益。

1.2 缺乏专业人才

在我国俱乐部的教练大多数来自体育专业的毕业生，他们或许在大学中受过其他体育项目的良好训练，但是他们未必知晓瑜伽的有效训练方式。同时，因为这些大学生刚刚毕业，缺乏一定的教学经验，这就使得很多学员不知道正确的用瑜伽来锻炼的方式，从而使得学员的韧带以及身体的其他部位受损。由此可见，俱乐部还需要招揽更多的贤才，无论是对于教练或者是对于俱乐部的管理，都需要专业的人才才能为俱乐部创造更好的发展条件。

1.3 销售途径较少，模式单一

我国的瑜伽俱乐部的销售途径很少，大部分俱乐部都是通过在校进行宣传单的发放和推广，或者是在人流量较大的商场进行俱乐部产品的推销。除此之外，我国大部分经营性俱乐部都是推出免费试用的活动来吸引人流量，但是通常人们试用过课程之后，并不会选择留在俱乐部继续训练，这就导致了推销的效率较低。由于我国的瑜伽俱乐部通常是在经营性俱乐部里发展瑜伽这个项目，因此俱乐部可以通过针对不同的人群采用不同的方案来对自身的产品进行销售。

2 大健康背景下瑜伽俱乐部发展对策

2.1 树立大健康的思想理念

所有的俱乐部能够获得长远的持续发展，都必须要注重顾客的身体康，为顾客运动时的身体健康负责。俱乐部应该要树立大健康的思想理念，在这样的理念基础之上，制定锻炼身体良好准则，再通过具体的计划来达到为顾客锻炼身体的效果。试想一下，如果每一个俱乐部都拥有健康的社会观，健康的人文观和健康的思

想观，那么瑜伽的客户也会对俱乐部产生更大的信任感，这会是越来越多的人愿意涌入俱乐部。

2.2 吸引更多客流，发挥功能优势

现在大多数瑜伽爱好者都为女性，尤其是中青年女性。我们可以发现，瑜伽市场上基本没有男性，但是瑜伽应该是一项全民都适合的运动，瑜伽具有很大的灵活性，并且他的运动量并不剧烈，因此，它的受众可以更加广泛。现在的瑜伽俱乐部可以尝试将顾客目标定位在更多的群体上，比如高校的学生群体，再比如拥有更多休闲时间的老年人群体，再比如事业有成的中年男性。瑜伽俱乐部的管理者可以通过广告宣传单等一系列的推销方式来扩大自己的知名度，进而吸引到更多的客流。同时，因为锻炼瑜伽的成本较低，瑜伽俱乐部还可以适当地发挥功能优势，将瑜伽产品的价格降低，通过降低价格来吸引更多的客流量。

2.3 培养专业的人才

优秀的人才是一个俱乐部发展的重要顶梁柱，一个俱乐部里拥有一个专业优良的教练员能够使得客户对俱乐部的信任度增加。而一个俱乐部里拥有一个良好的营销人才，更是能够信当更多的客户，为俱乐部创造更高的盈利。同时，如果一个俱乐部拥有一个优秀的管理者，那么她就可以制定更优良的计划，帮助俱乐部的经营更上一层楼。而俱乐部里的服务员，如果具有专业的服务态度，那么她也会为客户提供更优质的可靠的服务。

结语

在本文内容中，本文较为详细的介绍了我国俱乐部的发展经营中的一些缺点，并且针对这些缺点给出了相应的解决方案。本人发现我国的俱乐部发展态势较为良好，只是在一些细节方面还是存在一些问题。希望我国的俱乐部能够更注重对细节的把控，能够发挥自身的优势，完善自身经营管理的体系，进而为我国的消费者提供更优良的服务。本人也相信我国的俱乐部还具有很大的发展空间，相信在未来俱乐部的发展一定会越来越好。

参考文献

- [1] 刘健欣.瑜伽练习对高校即将毕业女大学生心理健康、社会适应能力影响的实验研究[J].宜春学院学报, 2009, (4): 122-123, 170.
- [2] 崔秋萍.重庆市沙坪坝区健身房瑜伽运动的现状调查[J].重庆工商大学学报(自然科学版), 2006, (3): 293-296.
- [3] 徐艳梅, 鲁长芬, 刘宗胜.湖北省黄州城区高校开设瑜伽课程的可行性研究[J].湖北体育科技, 2017, (3): 249-253.

课题：赣州市社会科学研究课题，大健康背景下赣州瑜伽俱乐部发展现状及影响因素研究课题编号：20200385