

青春派

「80后」瑜伽教练薛阿娜：

在专注间，绽放「她」力量

□记者 杨颖琦

随着健康生活方式的普及，瑜伽运动兴起，越来越多的年轻人选择成为瑜伽教练，将健康和谐的生活方式带给更多人。一批优秀的青年瑜伽教练以其专业的教学和独特的个人魅力，成为了这一行业的佼佼者。近日，我们走进由“80后”薛阿娜创办的阿娜瑜伽馆，了解她与瑜伽的点滴故事。

▼►瑜伽进行时



教机构工作。紧张而忙碌的工作虽然让阿娜积累了丰富的工作经验，但是长期的高压和久坐导致她的身体开始出现问题。于是，身心俱疲的她重拾起以前的爱好——瑜伽，来缓解生活和工作中的压力。

2015年年初，刚结婚、准备备孕的阿娜跟爱人商量后决定辞职，并把家搬到了瑜伽馆附近，把更多的时间投入到瑜伽中。半年多时间里，她把身体调整到了一个很好的状态。很快，她就迎来了自己的宝宝。

产后的阿娜状态不是很好，不仅承受着身体上的损伤，而且还有关于未来的迷茫。这时的她开始思考：有没有一种办法，能让自己和其他女性的身体、心灵获得更好的滋养。

宝宝一岁多时，阿娜决定转换赛道，将对瑜伽的热爱转变为专业技能，让更多女性通过瑜伽获得改变。经过系统的学习和实践，阿娜不仅感受到了瑜伽带来的身体变化，更在心灵上获得了前所未有的平静和力量。

在阿娜眼中，瑜伽不仅是一种运动，更是一种生活态度和精神追求，彼时的她希望通过自己的努力，让更多人了解和体验到瑜伽的魅力。

“爱自己”才是最终命题

“给自己一个尝试的机会，探索身体更多的可能性”“放下头脑，连接生活，你会找回那些‘失去’的感官，还有一颗热烈拥抱生活的心，一颗随时随地发现惊喜、享受当下的心，一颗平静喜悦的心”……在瑜伽馆一角的陈列墙上，除了阿娜和其他瑜伽教练的资格证书，还有学员们的真情流露。在这里，每个人都写下了瑜伽带给自己的变化，以及对未来的自己的期待。

从一名瑜伽学员，到后来创办自己的瑜伽室，再到现在已经办了6年瑜伽馆，她已数不清结识过多少学员，但每一位学员身上的改变和进步都让她记忆犹新。“在生活中，我们见过太多的不

确定，但瑜伽不是的，只要开始练就一定会有变化。”她说。

“一开始不愿意表达自己的学员，在课堂上尝试着打破自己的设限，迈出第一步；以前不相信自己能早起的学员，从未落下一门早课。”阿娜说，“课堂上的氛围也特别好。当一位学员克服自己的恐惧或者学会新动作时，大家会毫不吝啬地给出夸奖和鼓励，发自内心的为她的进步鼓掌。”

在创建瑜伽馆的过程中，阿娜不仅专注于瑜伽教学，更积极组织公益课堂，帮助女性朋友关注自我成长，促进身心健康。除了瑜伽课，瑜伽馆还没有正念、颂钵等多个课程，向学员传授如何通过课程缓解工作和生活中的压力。

阿娜的教学风格严谨又不失亲和力。她注重基础训练，强调呼吸与动作的协调，以及身心的统一。在她的课堂上，学员们不仅能够学习到正确的瑜伽体式，更能在她的引导下，逐渐打开心扉，释放压力，找到内心的宁静。

“瑜伽不仅仅是体式的练习，更是一种自我探索和自我超越的过程。”她说。在阿娜看来，瑜伽是一种连接自我与外界的桥梁。在学习中，她鼓励学员们在练习中倾听自己的身体，感受自己的呼吸，肯定内在的力量，从而达到身心的和谐统一。

阿娜的瑜伽之路还在继续，她的经历激励着越来越多的年轻人投身于瑜伽这项古老而神秘的艺术中。她用自己的行动诠释了什么是真正的瑜伽精神——那就是对生活的热爱，对自我的探索，以及对他人的关怀。

阿娜，这位青年瑜伽老师，以其独特的魅力和深刻的瑜伽理解，成了都市中一道亮丽的风景线。她不仅用瑜伽改变了自己，更用瑜伽影响和改变了他人。在这个快节奏的时代，阿娜和她所坚持的瑜伽精神，如同一股清流，为人们提供了一种回归自然、寻找内心宁静的可能。

(图片由受访者提供)

生活风向标

圈粉年轻人的“可爱经济”

□杨颖琦

“穿”上了软糯外衣的古建筑、化身可爱毛绒玩具的饺子、挂在包上的毛绒挂件、发布在社交平台上的萌系表情包……近年来，从玩偶到日常用品，再到各类文创产品，“可爱”元素无处不在，它以其独特的魅力吸引了大量年轻消费者的目光，让大家甘愿为这些萌物买单。

“可爱经济”，顾名思义就是为“可爱”买单，通常是指通过卡通、可爱等元素衍生的经济类型。这种经济行为主要是通过软萌可爱的系列产品进行销售，生产者会制作卡通形象以吸引消费者购买。从玲娜贝儿到冰墩墩，再到毛绒文创，这些萌物都是“可爱经济”的代表。

在各地博物馆里，“热腾腾的刀削面”“刚出锅的大闸蟹”，再配上店员“一本正经”的表演，情绪价值拉满；在商场里，可爱呆萌的毛绒玩偶和毛绒挂件稳坐展台的“C位”，吸引了众多年轻人的目光。社交平台上，网友们也纷纷晒出为“可爱”买单的理由：“软乎乎的，看着它就有好心情”“成年人也可以玩玩具”……

“可爱经济”的兴起，反映了年轻一代消费者心理需求的转变。在快节奏、高压力的社会环境下，年轻人渴望通过消费获得情感上的慰藉与心灵的放松。“可爱”作为一种直观且易于被接受的视觉语言，能够迅速激发人们的正面情绪，成为缓解生活压力的有效方式。

无论是软糯外衣包裹下的名胜古迹，还是那些看似荒诞又不失趣味的毛绒玩具，都在以独有的方式为忙碌的年轻人提供温馨的陪伴。大家为这些萌物取名，带它们出门打卡，将它们视为有生命力的陪伴。这种消费使消费者获得更多的情绪价值，感受更多的愉悦和满足，从而提升了产品的吸引力和购买率。

同时，“可爱经济”也满足了年轻消费者对个性化表达的需求。在社交媒体和互联网的推动下，年轻人越来越注重展示自己的个性和态度。可爱作为一种独特的风格，为年轻人提供了新的表达方式。无论是书包上挂着的各种“拟人”玩偶，还是手机外壳上的萌宠图案，抑或是年轻人中流行的“谷子”“痛包”，这些“可爱”元素都成了年轻人展示自我、彰显个性的重要载体。

当然，“可爱经济”的长远发展也离不开创新。要想走得更远，必须与消费者建立情感共鸣，在年轻人的兴趣点上，融入更多的创意元素和个性化设计，创造出既可爱又富有文化内涵的产品。

