

Project Rebound (反弹计划): Keep AI 篮球生态战略

基于“视觉大模型”的消费品去库存与增长方案

Presenter: [Anna] | Date: 2026.01



全案目录

1 核心困局与战略方向

The Crisis & Mandate

2 破局：锁定篮球与用户

The Pivot & User Persona

3 AI 产品全景与功能

Product Overview & Tech Stack

4 营销战略：广东双星计划

Marketing Strategy: Twin Stars

5 商业模式与未来预期

Business Model & Conclusion

核心困局：从“高光”到“阵痛” (The Crisis)

核心论点：Keep 曾经不仅是 App，更是中国最大的运动消费品牌之一。（消费品营收曾占总营收 50%以上）我们需要找回这个“造血能力”。

增长见顶

MAU 停滞在 2900 万区间，线上流量红利消失，“存量博弈”成本激增。

营收降速

2024 年总营收 20.6 亿元（同比下降 3.4%）；线上付费内容收入同比下降 2.6%。

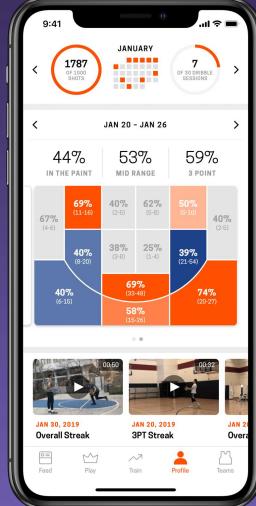
结构失衡

自有品牌消费品业务萎缩，且面临库存积压风险（特别是护具、大型器械）。

结论：依靠目前盈利模式增速缓慢，必须拓展新方向、重构新引擎。

战略方向：All in AI 的真正含义 (The Mandate)

战略定调：集团创始人王宁明确 "All in AI" 战略。不做为了炫技的 AI,要为 AI 找到一个能直接产生 GMV(交易额)的落地场景。对标 HomeCourt 等国内外软件，Keep 需补齐 AI 视觉等技术，借鉴其在篮球垂直领域的商业化闭环经验。



用户画像：新锐人群 (User Persona)

选取两家和keep调性最匹配的top级运动品牌，并调研其消费人群作为keep的ai运动功能的目标人群。在发达城市的18-23岁女性与31-40岁男性与是运动消费的生力军。新锐白领占比最大，genz最有潜力。
(数据来自品牌抖音账号)

COMMONALITY (行业共性)

基本盘：高线城市 & 白领

新一线/二线 + 新锐白领

头部运动品牌高度依赖城市化成熟区域的职场人群。

DIFFERENTIATION (策略差异)

定价策略：分层割据

高端 (>500) vs 大众 (100-300)

Brand A 垄断高净值，Brand B 抢占性价比大众市场。

SPECTRUM (人群图谱)

核心客群：双峰互补

31-40岁男性 + 18-23岁女性

两类差异化人群互补，共同构成了运动品类完整的消费图谱。

消费力分布 (PRICE)

【差异显著】A品牌深耕高端，B品牌主打大众，双方价格带完全错开。



差异定位

性别结构 (GENDER)

【差异显著】A品牌男性主导(67%)，B品牌女性略优。



差异定位

职业人群 (PROFESSION)

【共性】新锐白领均为Top1人群，职场人是核心。



共性趋势

年龄结构 (AGE)

【差异】A品牌从30岁向上渗透，B品牌向23岁下探。



差异定位

城市等级 (CITY TIER)

【共性】三线及以上城市合计占比均超63%。



共性趋势

技术契合度：视觉AI的最佳试验场 (Tech Fit)

足球场



羽毛球场



篮球场

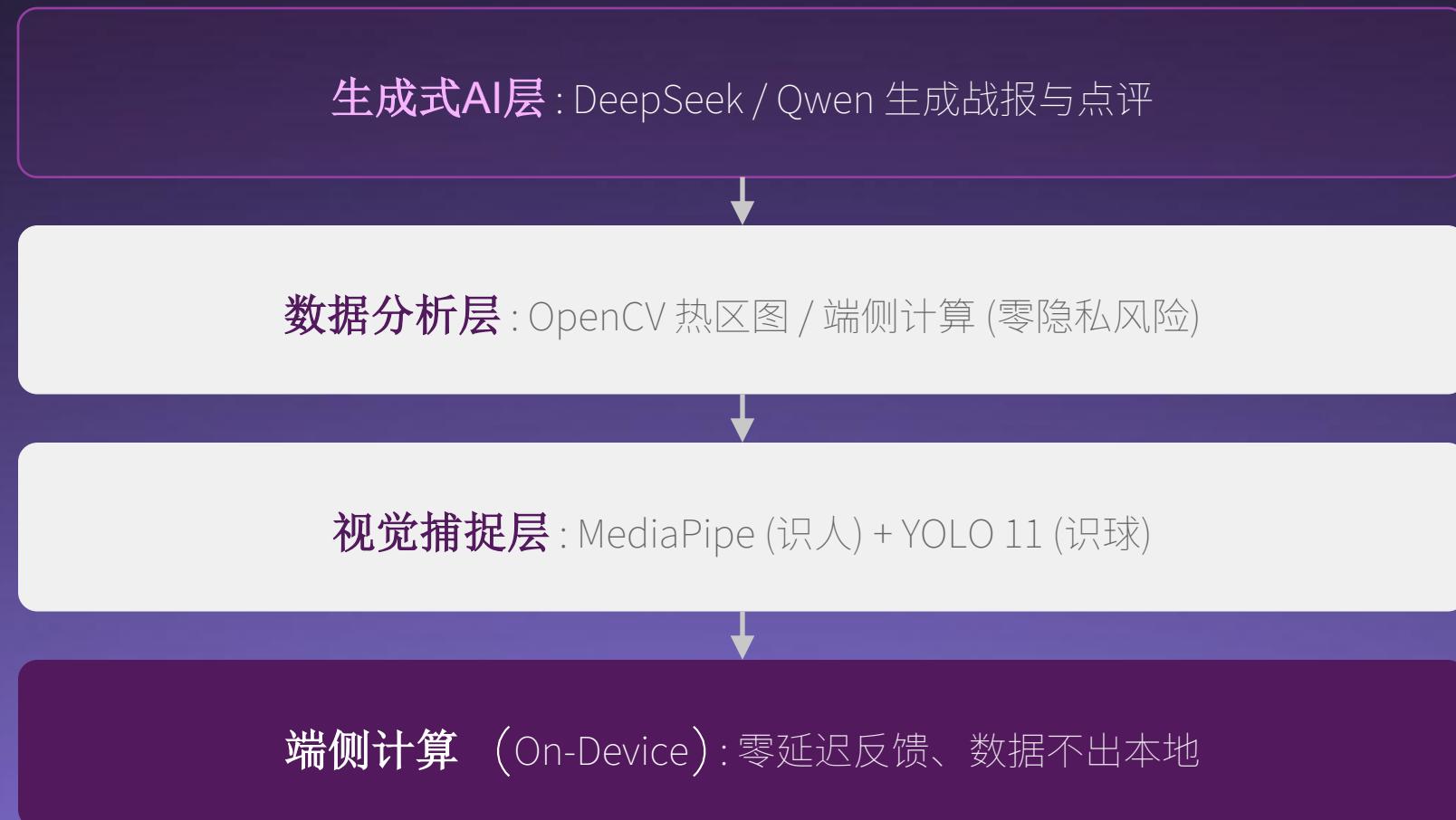


场地太大
手机摄像头无法覆盖全场

球速过快
 $>300\text{km/h}$, 帧率捕捉困难

轨迹可量化 & 动作清晰
抛物线符合 CV 识别逻辑
适合骨骼点检测, 设备门槛低

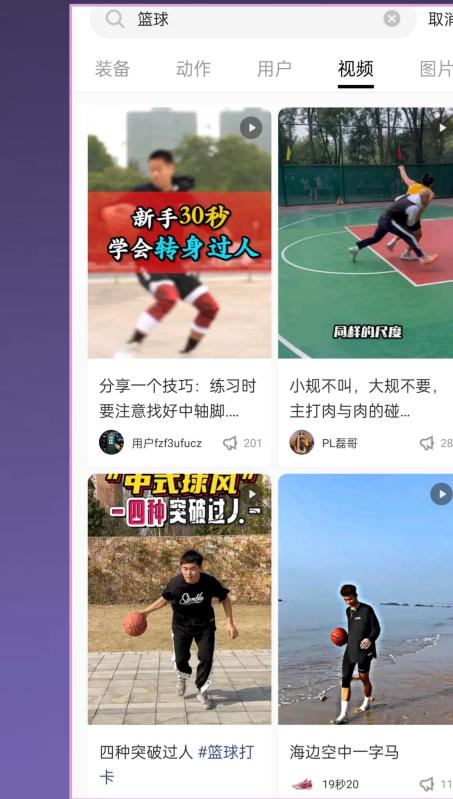
我们的武器：技术栈全景 (Tech Stack)



破局点：为何锁定“篮球”？(The Pivot)

跑步与瑜伽市场饱和。篮球是目前唯一承载“高客单价”且“未被充分数字化”的超级赛道。

泛篮球受众 4.82 亿，核心人口 7600 万。CBA 仍旧卖座，WCBA 正在崛起。“篮球”在 keep 社区搜索数据与 UGC 中显示出强烈的未满足需求。

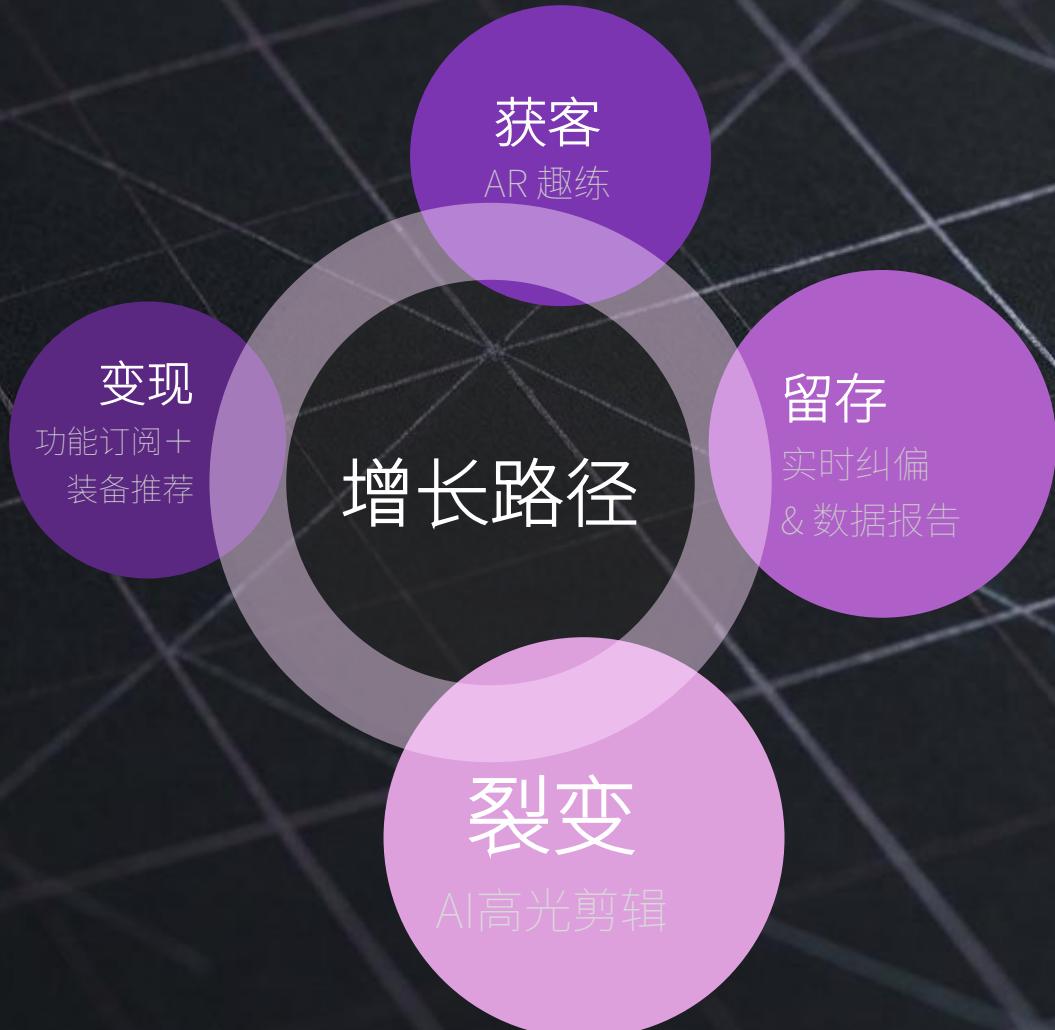


- 1.有大量篮球爱好者在keep
- 2.其中部分用户近一年没有在使用keep
- 3.上线新功能后普通爱好者可以用其进行比赛前中后期准备，教练可以通过新功能布置作业。

1.通过大量用户上传的教学视频说明有许多对篮球训练高需求用户在keep。
2.keep官方曾出过篮球教学视频但热度与跟练人数不及用户上传视频，keep后续也没有上线篮球训练功能，说明供给跟不上需求，而这有可能正是前面用户流失的原因之一。

结论：
上线ai篮球功能，可以扭转keep内关于篮球模块供需不平衡的问题，吸引更多篮球爱好者下载keep并吸引老用户回流，实现拉新与提高日活双重增长。

产品全景：从“工具”到“教练” (Product Overview)



裂变功能：AI 高光剪辑与点评 (Virality)

核心功能

AI 剪辑高光时刻

原理：yolo识别“篮球入网”瞬间，自动回溯前5秒。

效果：剔除废片，一键生成配乐卡点视频。

(国内已有like sports、篮迹等少量app有此功能，但体量都还很小)

AI 智能点评

技术：接入 DeepSeek 大模型。

“今日底角三分5投5中，人称‘海淀克莱·汤普森’！”



价值：专为朋友圈/小红书/抖音等社交媒体设计的“社交货币”，实现零成本裂变。
底图源自网络

获客功能：AR 触点训练 (Acquisition)

用户痛点

“在家没有篮球，不想练枯燥的基本功。”

解决方案

Gamification (游戏化)

通过AR，骨骼关键点检测等技术。基于屏幕内生成的虚拟触点。

用户一边运球一边用另外一只手击破触点，如同玩节奏大师。

(国内有加练app已上线此功能，但体量非常小)

价值 (Value)

极大降低心理门槛，将枯燥训练转化为游戏，提升 App 首开率。



图片源自HomeCourt

留存功能 I：实时语音纠偏 (Retention - Voice)

1. Input (输入)

- 视觉信号：监测到“投篮弧度变平”
- 硬件信号：手环 B5 监测“心率 > 170”

2. Logic (判断)

- AI 状态识别：“动作变形”

3. Output (输出)

- 语音 (ttS 技术) 立刻提示：
“心率炸了，深呼吸调整！膝盖多弯一点！”

佩戴 Keep 手环用户运动后还能生成心率与命中率分析



留存功能 II：轨迹分析与热区 (Retention - Visual)

核心功能

识别进篮轨迹与点位并生成热区图

原理：使用opencv与yolo算法分割球场，捕捉篮球轨迹与进球数量。

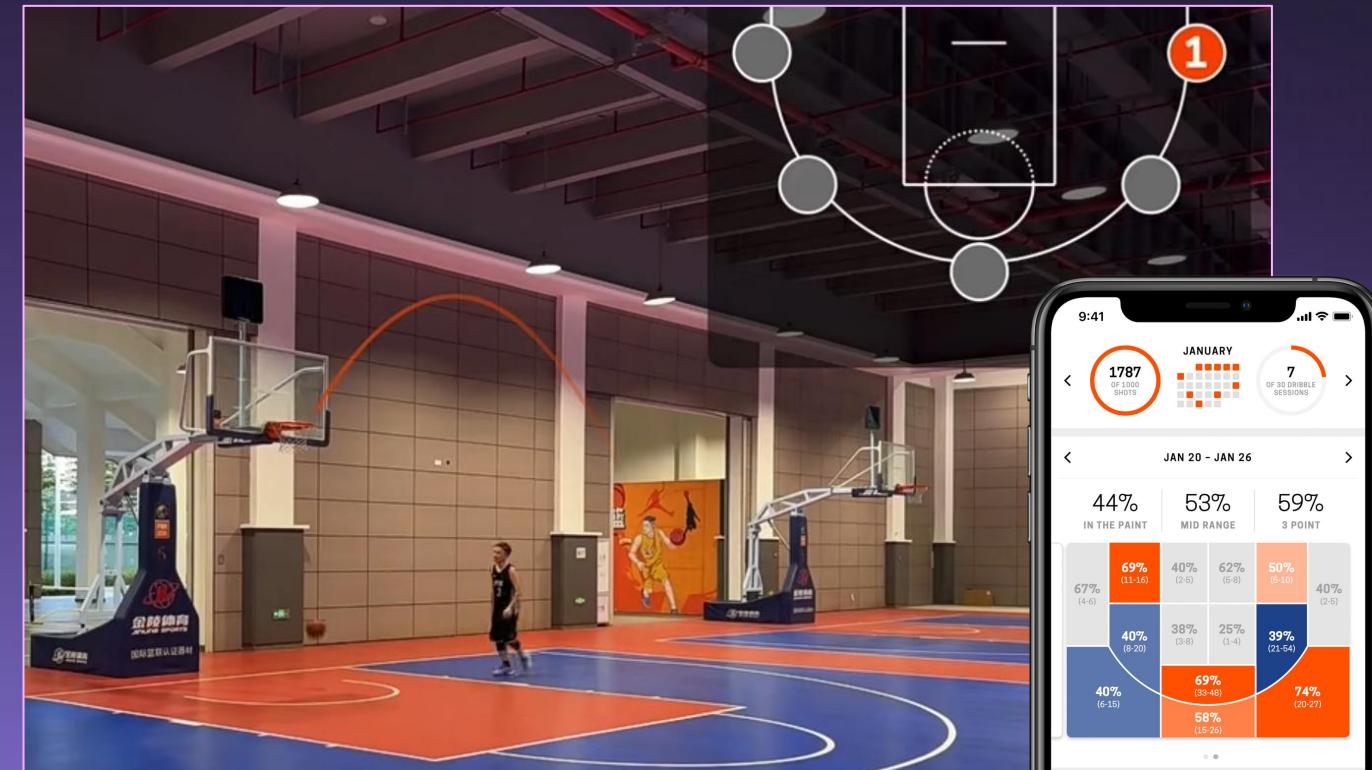
效果：可作为数据分析依据，用于爱好者自身评价与球员选拔等。

(国内已有like sports、篮迹等少量app有此功能，但体量都还很小)

AI 智能点评

技术：接入 Qwen、DeepSeek 等语言模型。

“今日底角三分 5投 5中，人称 ‘海淀克莱·汤普森’！”



图片源自HomeCourt

“提供职业球探级的数据服务，让用户对数据 ‘上瘾’。”

营销战略总览：双星计划 (Two Stars)

核心策略：杨舒予负责吸引（以18-23岁女性为主力的）genz世代，打开流量入口与讨论声量，吸引青年人群使用新功能。胡金秋负责击穿球场男性的心智，留存（以31-40岁男性为主力的）有运动习惯的男性。两者粉丝构成的图谱覆盖全国以及全年龄段，可以实现keep新功能的普及。



杨舒予 (Yang Shuyu)

The Trend Setter

破圈

覆盖：斩男更斩女、泛体育粉、追星人群、Z世代

关键词：少年感、网感、女性力量



胡金秋 (JinQiu Hu)

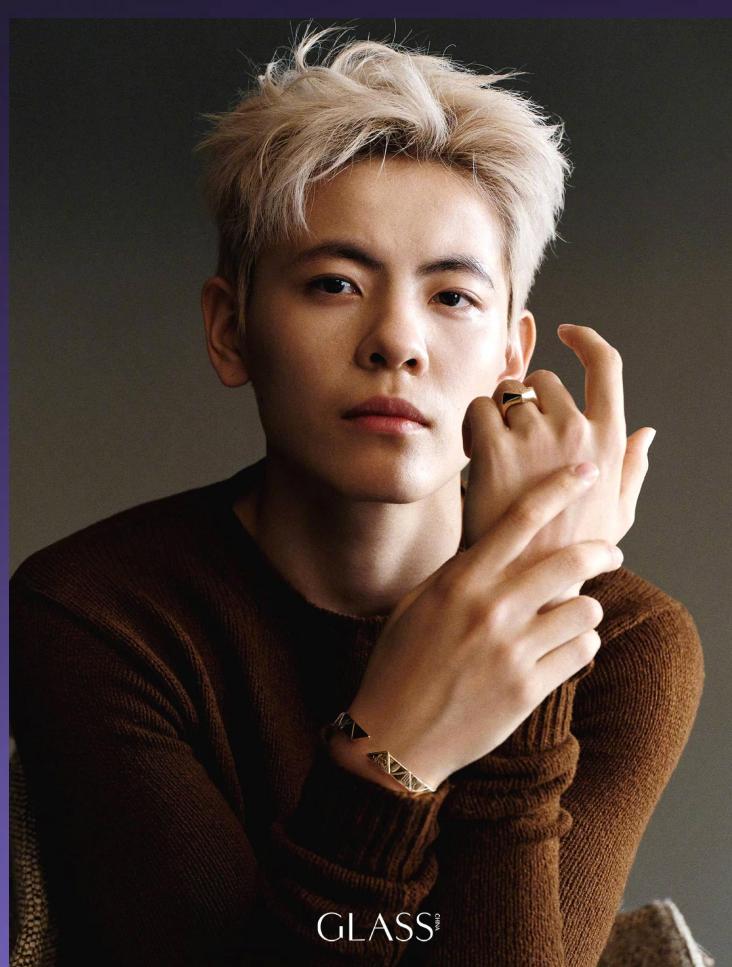
The Captain

踏实

覆盖：男女老少、青中年打球男性、一线城市新锐白领

关键词：拼搏、实力派、定海神针

AI首发推荐官 A：杨舒予 (The Trend Setter)



图片源自杂志GLASS (Prada推封)

简介

定位：全网**1100万+**粉丝，因征战奥运一炮而红。高颜值高实力高网感代表，热搜体质，运动员明星博主三位一体

实绩：司职前锋/后卫 东京奥运三对三篮球季军，**2025 WCBA 总冠军/FMVP**，亚俱杯冠军，全运会冠军

商务：**Prada / Jordan**代言 (**nike**签约球员) / **OAKLEY** / 欧莱雅/茶百道/云南白药

关键词：#少年感 #时尚 #青年力量 #女生也可以很酷 #女性情谊

选择原因

粉丝数量足以对标头部博主，因其运动属性也能够走上电视，其影响力不亚于家喻户晓的明星。路人盘巨大，泛人气极高，提到女生打篮球大部分人第一个能想到的就是杨舒予。粉丝画像部分与孙颖莎重合，可以留存其粉丝到功能体验甚至是后续的带货。运动场景视频热量大，粉丝发的杨舒予的热身视频热度极高，其中就包含了大量**keep**产品的使用场景（动感单车、跑步机、瑜伽垫、弹力带等）。粉丝购买力强，个人品牌**y2ng**每次上架都几乎秒没，茶百道线下活动人气极高，即使是推广**prada**也有粉丝晒单。与姐姐杨力维组成的姐妹组合在近几年掀起新风潮是**genz**世代对于女性力量的一种解读，对于号召**genz**世代的女性养成运动习惯，甚至是在运动方面的消费习惯是非常好的选择。由于本身技术也在不断进步，同时被许多运动博主关注，选择杨舒予也能辐射到关注运动的男性中青年群体（尤其是广东宏远粉丝）。

AI首发推荐官 B：胡金秋 (The Captain)



图片源自2025微博篮球之夜

简介

定位：**CBA**最励志的草根球星，广厦队队长。实力强性格好，业界网友双认可，全网好评无黑料。

实绩：司职中锋/大前锋 **2025CBA冠军/2025全运会三人篮球冠军/亚运会季军/七次入选CBA全明星**

商务：**nike**签约球员

关键词：#清流 #谦逊 #担当 #纯粹 #坚韧 #实力

选择原因

基本功过硬，进篮率高失误少，用实力说话的代表。为人低调，对粉丝真诚，是少有的既有大量女粉丝也受有打球习惯的男性用户认可的球星。新疆草根出身，靠自己拼搏被广厦队选中开启职业道路，成为顶薪球星。北方人在杭州读书做职业球员，妻子是初恋，相恋十年走入婚姻殿堂，现有小朋友两个，家庭美满。粉丝遍布全国，除了可以号召有打球习惯的青壮年，其草根逆袭的故事激励了不少**genz**世代的孩子。选胡金秋推广**keep**篮球区可以更好地推动更多条件普通的青少年使用**keep**篮球的**ai**功能，帮助他们用低成本保持训练习惯。（还可以记录数据，后续可以与青年队合作推优）二是其杭州女婿，双胞胎父亲的形象深入江浙人民内心，胡金秋的加入可以带动更多江浙沪选择往体育“卷”的家长养成会员订阅习惯。

宣发方向(Operations)

宣传方向

配合在keep找到记录数据的专属ai教练的长期方向

全平台发布

在抖音/小红书/微博/Keep 社区带专属词条发布视频。

着重抖音和小红书的种草与自来水分享

示例话题

- #keep篮球ai职业球员试训挑战#
- #杨舒予胡金秋同款篮球AI#
- #Keep+AI, 保持热爱#

激励机制

发布体验视频抽周边与签名球衣。

舆情风控

广东队和广厦队赢球和输球准备不同宣传词

全平台优质篮球博主

可以一稿多平台的高质量博主：

点评：篮球摄手虎、关辛

厂牌：赖益烨_&是郭雨妍（超级草根）、7号唐日辉呀（flyboy）

校园篮球：小黄clam、赵杰鹏

女性博主：艾林、冯静静爱打球、茶丽、李纸岛（的篮球公园）、冯敏敏、罗可馨

平台宣发策略：小红书

Theme: 自媒体预热，主打普通打球人的日常记录/想要接触体育运动的女性/打u系列联赛的家长。

- 目标

主打在野球场的普通人、想要尝试篮球（体育运动）但还在犹豫的女性、有体育特长的家长。对小白友好、对大神专业。

- 内容形态

话题方向：借助mbti宣传i人用keep可实现单人训练不怕没有搭子，e人用keep可以记录多人进篮时刻赛后复盘。

话题挑战：#杨舒予同款篮球ai#、#杨舒予喊你来keep开启篮球初体验#、#来keep记录你的打球数据#、#晒出你的进篮轨迹#、

#i人e人都能在keep找到本命打球ai#、#keep篮球ai剪辑高光时刻#、#少儿体育选keep+ai#

发帖内容：各功能的体验测评（视频）、投篮热区/心率-命中率曲线案例分享（图文+短视频）、一个人也可以用ai练球（图文+短视频）、周末球局的ai赛后复盘（图文+短视频）

测评与种草：全国各地篮球自媒体/教练（并向其客户开放一定优先使用名额用于收集数据）合作新功能试用视频和测评图文。（和wcba, 浙ba、cba（外形出众）的球员合作视频）

- KOL（在小红书比其他平台热度更高）

女性自媒体：一只仙bale（2w）、叶子_Yeahzi（1.2w）、女篮部落（8488）、是阿禾啊（3299）、SISTERHOOD女子篮球（2551）

少儿自媒体：邦邦进打篮球（28.2w）、小雷同学的篮球课（11.9w）、宋奕宏（10.6w）、未来之星BObo（4.4w）、u6篮球小菜鸡（9w）、篮球女孩卿（6631）

- 转化与指标

关注图文的收藏量，视频的收藏量与转发量

平台宣发策略：抖音

Theme: 主推在球场常驻白领人群和校园篮球。

- 目标

让平时混迹野球场的人群（8-50岁）更方便记录进球时刻，并以较低成本拥有训练师一样的数据记录。

- 内容形态

话题方向：录入杨舒予，胡金秋的体测数据，鼓励用户记录自己的数据并与之对比差距。鼓励用户上传各功能体验视频。

话题挑战：#keep篮球ai职业球员试训挑战#、#来keep测你和杨舒予胡金秋的差距#、#用keep ai做球队大腿#、#野球场必备ai#、#keep是我的专属ai训练师#、#校园篮球新搭子#

发帖内容：各功能的体验测评（视频+图文）、我比大秋究竟差在哪了？！（短视频）、小羊还是太强了，这就是我和职业球员的差距！（视频）、野球场新神器体验（图文+短视频）、周末球局的ai赛后复盘（图文+短视频）、连训练师都在用的ai（视频）

测评与种草：注重篮球厂牌和校园篮球博主的投放，（可以向球馆和篮球社团提前开放一定名额用于收集数据和反馈）

- KOL

厂牌：赖益烨_&是郭雨妍（超级草根）、7号唐日辉呀（flyboy）点评：篮球摄手虎、关辛

校园篮球：小黄clam、赵杰鹏 女性博主：艾林、冯静静爱打球、茶丽、李纸岛的篮球公园、冯敏敏、罗可馨

- 转化与指标

关注视频的播放量和完播率

平台宣发策略：微博（Keep 篮球区）

Theme: 以“事件性+热点话题”搭建大曝光与舆情正循环。

- 目标

买微博开屏和推荐位热搜，扩散“双星计划”，抢占热点窗口与AI功能认知。

- 内容形态

- 赛时联动：CBA/WCBA赛程与赛点结合的“进篮记录挑战”直播话题
- 明星同款：杨舒予/胡金秋互动海报 + AI点评金句
- 热点借势：同城联动（广州/深圳/北京）

- 资源与风控

MCN矩阵带话题#Keep篮球区#；预置赢/输双向文案，置顶正向UGC。

- 转化与指标

话题页卡片直达落地页；关注话题互动量与抽签报名量。

商业模式：AI as a Ticket (以 AI 为门票)

核心机制：拒绝简单的打折促销，用“稀缺性”带货。



Plan B: 参考孙颖莎案例，售卖 39-79元 “虚拟挑战赛” （奖牌+小卡）。

去库存战略：按价格梯度送周边 (部分展示)



动感单车 C3



Runner 1



椭圆机 H1



划船机



单杠



软壶铃



俯卧撑训练板



抑菌双人超大垫

单杠

壶铃

俯卧撑训练板

健身垫

总结与预期 (Conclusion & ROI)

+15~20%

DAU Growth

预计带动男性用户日活提升，优化用户结构。

Sales

Inventory

预计消化护具/大型器械库存 X 万件；带动 B5 手环销量增长 Y%。

MVP

Risk Control

先由 20 位头部 KOL 内测，完播率达标后
再正式签约。

通过 AI 筛选出高活跃用户，再通过明星同款赋予旧库存新的意义

The Rebound Starts Now

Project Rebound | Keep AI 篮球生态战略

Keep Moving · Keep Rebounding