创业管理第一次作业

**一、创意想法**

连锁智能健身房

**二、项目背景**

随着通讯、网络技术的发展，工作时间的紧迫和居民健身意识的觉醒，人们对于运动健身体验的要求也有所提高。我国健身市场预计在未来5年将以18%的年速度增长，但市场渗透率仍远低于美国乃至日韩等其他亚洲国家[[1]](#footnote-1)。居民运动健身的方式逐渐由无工具健身扩展至“线上+线下”相结合，充分利用碎片化时间。

与此同时，一线城市俱乐部受到宏观经济环境影响，增长放缓；私教工作室同质化效应明显，存活率降低；而内容差异化的精品工作室，如团操房、智能健身、特色搏击等，均有一定增长空间。

**三、产品描述**

在大数据、物联网和AI技术加持下，利用移动端APP、SaaS管理系统和IoT智能硬件，发展智能力量器械和智慧团体课程两大经营模块。

1. 智能力量器械

(1) 引入德国进口的人工智能健身设备。将智能器械数据同步交互方案、智能体测系统、智能心率系统等人工智能技术，对用户体态体型、脉搏、心率等身体成份基础数据进行采集与储存，在设备、用户之间同步交互，再通过算法输出个性化的运动健身处方；

(2) 通过人脸识别等生物识别技术，让用户可以自主进入场馆、使用器械设备、使用淋雨及储物柜等设施。

2. 智慧团体课程

(1) 定期开设动感单车、瑜伽、团操、亲子健身等团体课程，配备专业培训的团体课教练；

(2) 通过APP预约场馆课程，给用户更完善的智能体验，并提高单店坪效。

**四、主要创新**

1. 训练定制化

在智能中控系统的调度下，根据用户在测试时留下的身体数据和弹跳力、灵敏度和柔韧度结果，健身器械可自动调整高低远近，为用户制定贴合自身情况的训练任务。

2. 成果可视化

系统可以精准限定训练和休息时间，并在训练后呈现可视化数据解读。让用户了解到自己的运动成果，更利于激励用户坚持锻炼；同时极大增加用户粘性。

3. 管理轻量化

配备SaaS管理系统，实现远程管理，节省人力成本及运营成本。

4. 场景游戏化

利用VR等技术，在团体课中实现多人互动或竞技比赛，刺激会员在课程中保持更高的热情，实现有效互动。

5. 健身社交化

APP可为会员提供拼数据、传经验、晒身材、交朋友的平台，既可以满足健身爱好者的社交需求，也可以帮助人们克服惰性。

6. 去推销化

从线上约课到完成整个健身活动，用户无需和服务人员有交集便可自主完成，可以有效避免被私教纠缠推销的情况。

**五、目标客户**

1. 都市白领人士。在智能训练辅助系统的指导下，可以在有限的时间内，高效、精准地健身；并在健身结束后，收到运动的数据反馈。

2. 初次接触健身的小白群体。器材设备能够了解使用者的身体条件及发力侧重、运动损伤史等信息，避免新手在初次健身中由于缺乏经验而受到身体损伤。

3. 亲子互动群体。亲子健身团课能够寓教于乐，促进家庭沟通交流。

**六、价值创造**

1. 推广“全民健身”、鼓励多元的理念。智能器械能够依用户身体素质调整训练方案，对任何水平的健身人士同样友好，鼓励小白群体踏入健身房。这样不仅能够号召全民健身，同时还能够开拓潜在蓝海市场。

2. 物联网智能硬件的社交性、趣味性、分享性，把原本枯燥的训练变成了丰富有趣的活动，不仅提高了会员的训练体验，更有助于提高会员的到店率。健身房也有更多机会去接触会员，延长客户的生命周期、挖掘单客价值。

3. 盘活用户健身数据。AI赋能给健身硬件，进而用数据推动指导，达到科学健身的目的。

**六、实施过程中的关键问题**

1. 对健身房社交属性的再认识

健身房正在成为年轻人社交的第三空间；健身房中的人际交流，是当前健身房赢得用户的重要砝码。因此，智能健身房不仅仅等同于“零教练”健身房。在推广智能健身概念的同时，也要注重“社交”健身。

2. 培育独特文化属性

健身产业同质化严重；在引入智能健身房概念的同时，也应挖掘更深层次的健身圈文化内核。可以同潮流文化相结合，开发潮流服饰、定制手环、家具摆件等周边，并寻求明星代言，打造以本品牌为核心的文化潮流。

3. 整个系统的优化

除了依赖于系统开发者在深度学习、三维动态捕捉等技术能力之外，项目还需要大数据集的训练和支撑。

4. 抛弃“传统+数字化”的宏观改造思路

应放弃仅仅给房间、电视、器材加上传感器的简单思路，而是从切实的体验场景出发，去解决AI健身可能存在的限制。

5. 注重高质量扩张，把控分店质量

曾经的连锁健身房以加盟方式“跑马圈地”，器械质量不合格、服务人员态度恶劣、加盟店圈钱跑路等现象时有发生。本项目坚持以直营为主要扩张模式，配以扁平化管理模式以及通畅的客户反映渠道，严格把关每一家分店。

1. 数据来源：艾瑞咨询 [↑](#footnote-ref-1)