

健身潮来袭 你晒运动成绩了吗?

减肥健身成移动互联网社交热点

从刚入职的小鲜肉到已经参加工作十年以上的大叔,不少人参加了跑步团,类似这样的组团健身已经成为都市白领生活的一部分。移动互联网时代的运动健身,越来越多的人乐于在各种社交媒体上秀马甲线、人鱼线。那些原来躲到无人角落的减肥者,纷纷在论坛上抱团取暖、彼此激励。瞄准健身市场的创业者们发现,他们已经处在一个全民健身的热潮中。



薄荷>>

一起减肥,有伴不孤独

创始人:马海华
融资情况:获得数千万元人民币的B轮融资。

马海华是一个三十多岁的大男人,做火了一个名叫薄荷的瘦身社区,初期主要用户是有减肥需求的女人们。他说,可能在把感性的“美丽”事业与商业结合时,男性会更理性地考虑更多吧,“旁观者清”。

在2006、2007年,马海华已经有了创业的想法,多番尝试均以失败告终。当看到身材标准的前女友一直疯狂减肥时,他的好奇心被调动起来。“我突然意识到,对于大多数女生而言,美丽是一生的事业。但女生因为太盲目,缺少对身体的基本认识,缺少科学规范的指导,在减肥这件事上走了太多弯路。”

“什么节食、绝食、苹果餐、黄瓜鸡蛋减肥法……这些不科学的方式只是透支我们的健康。我们要用良性、易执行的健康方式来减肥。”马海华说。到2011年,薄荷已经是线上最大的减肥社区。不光需要减肥的女人关注这个社区,也有不少需要减肥的男人参与。目前已有超过3900万用户,日常活跃用户在70万左右。“薄荷盈利以销售自主品牌食品为主,产品很热销,推出就售罄,每月都有五六百万销售额。”马海华说。

在调动用户参与热情上,薄荷做得相当厉害。比如,“伙伴”功能网罗相同需求的人,给出我赌我会瘦、马甲线、瘦腰腹、瑜伽挑战等话题。把目标相似的人群集合在一起减肥,用“成功故事”娓娓讲述用户真实的瘦身案例,激励减肥中的用户坚持下去,正能量满满。

悦跑圈>>

为认真跑步的人打造圈子

创始人:梁峰
融资情况:2014年获得千万元级别天使轮融资。

悦跑圈,顾名思义,“圈”就是社交的概念。“中国人和外国人跑步最大的区别是,外国人是自己在跑步,中国人在群体跑步,分享欲望很强。圈里的鼓励和认可,很大程度上决定个人的活跃度和坚持能力。”创始人梁峰说。

微信运动、微博运动等社交产品都有很强的社交属性,现在也很火。梁峰对此表示,悦跑圈只做跑步爱好者的圈子关系,即垂直领域的强关系。目前,悦跑圈用户数400万,日常活跃用户25万左右。

“我们坚决不做跟跑步无关的,像骑行、滑雪,只做认真跑步的事。还特别设置有防作弊的功能。”他说,“能留下来的都是很真实、很纯粹的用户,保证感受度。”

悦跑圈的创始团队共有4个年轻人,两位来自创新工场,另一位和梁峰都是篮球爱好者。10年前,他们做了一款APP叫作“爱运动”,涵盖活动组织、体育赛事、票务活动……“什么都想做,结果什么都没做好。明白过来以后,开始做减法只干跑步一件事。”

说到跑步APP定位不准的话题,梁峰为自己和同行抱屈,表示要给所有跑步APP来解释一下,手机定位跟程序的关系其实没有那么大。

“最重要的是手机GPS芯片,安卓机质量不一,苹果相对好很多。手机助手、杀毒软件、内存清理软件都可能导致很多软件功能被干扰,内存占用过大,很多信号不稳定。”梁峰说。



Keep>>

不枯燥的碎片化健身

创始人:王宁
融资情况:天使轮融资300万人民币;A轮融资500万美元。

连Keep创始人王宁自己都没料到,APP刚推出来就火了。Keep正式亮相才1个月,就被苹果官方“加精”。它是一款健身工具类产品,教用户利用碎片时间,跟着真人演示进行健身训练。

与市面上跑步、健走一类产品的用户群体不同,Keep的用户群更为年轻化,很多是大学生或者刚入职一两年的公司白领。“出发点不一样,走路跑步不见得练出肌肉。Keep的用户则有愿望雕刻好的身材。”王宁说。

“还是有很多人运动习惯比较单一,不知道怎么去健身。”他表示。所以Keep要面向20-25岁、喜爱现代新颖运动方式的群体,且将这些健身接受程度最高的人作为切入点,来反向教育整个市场。“健身不一定非要去健身房,不一定枯燥而痛苦。”现在Keep里面受欢迎的健身课程包括有HIIT高强度间歇计划、腹肌撕裂者、臀部塑形、腿部塑形等,即将推出徒手训练、瑜伽、普拉提。目标是打造国人的一站式健身平台,解决运动需求。

王宁本人是做互联网出身,跟健身没有任何关系,只能算爱好者。“一个纯粹的健身教练,很难真正去改变行业。”他说。作为“健身小白”的一员,他更能理解大部分人群的健身困惑,这也驱动他站在用户角度考虑问题。

同时,他作为一个减肥成功者,因为没有钱不能请教练,就在网上搜集资料自己整理方案,一路从170、180斤减肥,已经瘦掉了50多斤。“摸爬滚打下来再反思,发现还是犯了很多错误。七八个月瘦掉的其实四五个月就能实现。希望大家可以不用吃那么多苦吧。”

乐动力>>

晒运动火了一款APP

创始人:刘超
融资情况:2013年获得天使投资;2014年A轮融资。

2010年,移动互联网创造了很多平台创业机会,到2012年,开始赋予垂直领域许多机遇。乐动力就是这一波兴起的。对于姗姗来迟的跟随者们,刘超的感觉是:同质化竞争显得很“无聊”。

乐动力是一个以技术为导向的工程师团队,大家酷爱传感器,最初之所以选择做一款记录运动的APP,是因为它能跟智能手机传感器相结合。2012年,乐动力创始人刘超刚开始提出要这样做一款产品时,很不被周遭朋友们看好,连投资人也是满心疑惑——那个时候,还没有什么人热衷谈论健走、跑步,是小众的领域。

“最重要的一点,大家健康意识、收入水平明显提高。其次,之前智能机还不普及,晒和分享的意识不浓厚。还有就是国内、国外的马拉松小高潮。”刘超出于理性判断,要火。事实证明:曾经陡峭的切入点,今天已变成了红海,热得不能再热。乐动力一路见证着全面健身的发展路径,目前活跃用户达到200万。现在,乐动力的工程师们健身风气高涨,胖的人变瘦了,瘦子长出了肌肉。

刘超说,他很乐意为员工租健身房、报销旅游费用,“我们特别喜欢找爱运动的人来加入。当然即使你原来不爱,我们也有信心把你变得热爱运动。”



有品PICOOC>>

光称体重还不够

创始人:张悦
融资情况:已获得2100万美元B轮融资。

有品PICOOC起步时,智能手环风头正劲。风口谁都想去,可团队经过艰难抉择还是保持清醒没跳进去,避免了当炮灰的噩运。

“手环固然是很好的设备,但不是最好的产品形态,因为用户手上突然多了一个其他东西,需要被教育使用。”有品PICOOC创始人张悦表示。比手环更简便的是,谁家里都有一台体重秤,这个不用教育。

有品体脂秤的大概原理是,放四颗电极或者导电膜,当人站上去时电极发出电流通过全身得到电阻(脂肪不导电,肌肉、水分导电)。再根据大数据样本,能从正常人推及身材相仿的人。因此,样本量是一个关键。

为什么现在市面上体脂秤之间显示数值存在不小差异?主要影响因素是:样本采集不够多,人种是否足够复杂。“有一些体脂秤为了节省成本采用直流电电极,电阻值不精确,还有的样本库人数不够多,甚至是由几百人测量得到的。”张悦介绍说。有品PICOOC在起步初就联合美国芝加哥大学做了一个50万的样本库,并以智能体脂秤为渠道,根据用户上传数据,在APP输出更多跟生活方式有关的内容服务,建议用户改善饮食结构,加强锻炼。

网上颇受追捧的一篇文章说“元气少女”陈意涵“日跑10公里,体脂11%”,张悦表示,若这个数字是真实的,她的身体已经存在健康隐患。“女性的体脂率最低在18%左右,下降到15%就已经很危险了,会影响到内分泌生殖系统运转。”他指出,在减肥过程中存在很多误区,不是体重下来就万事大吉了。(新京)

