

以及上亿元的酷炫生意



陆畅(左二)及团队

利器 / 走品牌化之路

这是一个最坏的时代，也是一个最好的时代。

对于陆畅而言，2012年，是一个做外贸的黄金时间，同时也像毒液一样逼得人失去退路只剩绝望。还在为2亿的成绩惴惴然时，汇率的巨大波动，让跑步机的销售额又突然掉了下来。

无奈之下她只能寻求内销发展。2013年，陆畅在镇海区又创立了一个“我爱健身”的自主品牌，专做内销这一块。但原创品牌的门槛虽低，却早已成行成市，泛滥成灾。因为欠缺设计能力加上起步的速度实在缓慢，遭遇了人才方面的瓶颈，这些种种因素叠加在一起，让这条还没上岸的船被海浪冲刷得四分五裂，“做这个自主品牌我们亏了整整100多万元”，这让陆畅蒙受了巨大的损失，差点乱了方寸。

忧心忡忡之际，一位股东朋友提出了一个建议，“现在天猫，京东品牌化的路线如此明显，抓紧未来品牌化的趋势刻不容缓，既然原创品牌不顺利，不如去国外代理一个品牌会轻松一些。”听完朋友的见解，陆畅也觉得行之有效，出于对品牌化的考虑，她带领着精悍的团队来到国外，开始了考察之行。

最终，她们选择了海德这个专业的国际运动品牌。主要经营划船器、椭圆机、健身车、跑步机、综合训练器、健身房用小工具等家用及商用的健身器材。

在选择的标准上，陆畅把“品牌故事”排在了第一顺位。“让一个汽车品牌去做健身器材的销售，一听就没有说服力。”她也无法说服自己去听一个牵强的品牌故事，就像一个没有演技的女演员，只是当作摆设的花瓶而已。

“事实证明，我一开始的选择非常正确，海德健身整个品牌的营业额已经做到了2亿，我们已经相当满意了。”陆畅越来越坚信健身器材要走品牌化路线，用品牌故事说话。

酷炫 /

4s 健身体验实体店

“如果你对4S体验店的印象还停留于传统的车辆销售和售后维修服务上，那就有点OUT了。”走进陆畅的4S健身体验店，有一种置身于娱乐高级会所的晕眩感，但会对4S这个概念有更加直观的感受。在最大区域的健身场地两边摆满了各式各样的专业健身器材，杠铃、哑铃、跑步机应有尽有，类目完全，而且门店里所有的器械配置都是按照德国奔驰4S会员店标准打造。走进二楼的一个拐角，居然还安置了一个气氛文艺的咖啡吧，24小时供应着甜品和饮料。

单单购房和装修，这家4S店就投入1000万元，其中500万元投入在“HI-FUN”的系统上，占用了总投入的30%比重。这台昂贵的机器类似于全息投影的黑科技，占用了一楼170平方的空间，其中屏幕占用了120平方米。据陆畅介绍，这是她和海德从“即时体验”和“交互”两点切入，用多媒体LED屏和智能硬件将健身场景全部改造。“在我们梳理了品牌的金字塔之后，更加确定了想要向用户传递的东西：应该是活力又不失温暖，并且包含着坚毅的现代感。”最终的目的，“呈现出来就是酷。”HI-FUN的系统让整个一楼看上去像是一家“数字化体能训练馆”。

“这个产品的最大特点就是可以实现与用户的交互。”陆畅作为这家4S体验店的明星总教练和首席技术官，她认为健身训练极度依赖教练的地方，在于及时纠正健身用户的肢体动作，以及健身效果的即时反馈。而到了4S体验店，这部分完全可以通过多媒体和智能设备来解决。

在HI-FUN系统的全息训练区里，用户可以在地板上看到不同的LED健身图标。图标包括站位位置、拉伸幅度和数字跑道。这些图标根据不同的健身课程设置，用户通过双脚的站位，来纠正全身的健身动作。

如果配上动感带劲的音乐，带上运动手环，切入运动模式，尽情在Hi-FUN里挥汗如雨，一定是段很燃的体验。

陆畅说，健身行业的“寒流”已经袭来，需求在增长，健身体验却并未跟上，二者带来的巨大反差，就是在警示着健身行业的创业者不断进行产品迭代。

东南商报
创业分享会
赶紧报名吧



分享者：陆畅
年龄：42岁
职业：海德国际康体运动中心创始人
现场活动：
1. 经验分享：陆畅创业分享
2. 互动环节：读者提问交流
3. 抽奖环节：绒布瑜伽垫2条，瑜伽球、跳绳若干
活动时间：2月3日(周六)上午10:00~11:30
地点：鄞州区创苑路98号智慧园A区3号楼1楼海德国际康体运动中心(自行前往)
报名方式：
扫描下方二维码，添加东南商报客服微信号“东南风”的二维码，加为好友，留言“分享会+姓名和电话”即可。
(客服工作时间：9:00~17:00)

郎平携爱女亮相纽约“百威2018新年庆典”



互诉感谢，共同举杯，近日于时代广场举办的百威新年庆典为寒冷的纽约注入了一股暖流。活动中，郎平携爱女白浪首次同台亮相，与来自全球的华人代表一起向支持自己的人表达感谢。百威新年温情大片《马拉松》的全球首映将活动推向高潮，百威英博全球首席市场官傅玫凯先生更举

杯致意：“敬真我，别忘敬真我背后的人！”

追求真我的背后，总有默默支持的家人们。活动现场，腾讯公布并解读《朋友圈年度亲情白皮书：父母是你的“圈外人”吗？》。白皮书显示，超过半数年轻人曾在朋友圈屏蔽父母。形成鲜明对比的是，多数父母会充满期待地浏览孩子的每一条朋友圈。独立而个性的年轻人习惯隐藏内心，觉得父母无法理解自己，不与父母沟通。而近八成父母则表示会全力支持子女的梦想。调研结果直击中国年轻人与父母的不对等沟通，值得年轻人反思的是，要对父母表达真挚感谢，是否应从邀请父母做“圈内人”开始？

这个新年，无论你和家人朋友是否能够欢聚一堂，百威邀请你和全球华人一起用“碰杯要两次，感谢更真挚”的祝酒仪式，向家人表达出内心深处的真诚感谢，带着热情与动力开启崭新的旅程。