

因此，mYSTEPS 从一开始就拒绝预售模式，只卖最长 1 年卡，私教课不超过 2 万元；门店主推月卡制、单次团课制，透明消费、权责清晰。

“我不是卖东西给你，而是希望你觉得好，自愿来买。”这种理念也体现在他对原威尔仕会员的承接中。

由于目前 mYSTEPS 在上海的 21 家 life 门店中，有 20 家是原威尔仕的门店。这也让外界猜测，新品牌与威尔仕其实是一家公司、一个老板，就是换壳“割韭菜”。“mYSTEPS life 跟威尔仕没有任何资本关联，只是有一些威尔仕原址的物业方认识我，主动找我接手。”Terry 坦言，“从生意角度出发，这些门店的位置好、空间适合做健身，我不拿，别人也会拿。而我送会籍，既是承担行业责任，也是获取信任、积累人气的方式。”

mYSTEPS life 公开承诺“两年免费过渡”方案：老会员无需补差价，直接延续至多 2 年的会籍；私教课未上完的，最多免费补 48 节。全部实打实赠送，不捆绑销售。

不是健身房，
而是“有运动的生活场所”

如今，mYSTEPS 已在上海、



上图：mYSTEPS 创始人胡国雄。

深圳、香港三地拥有超过 40 家门店，其中 life 系列大型综合场馆全部位于核心地段，单店面积从 2000 到 4600 平方米不等。life 系列更受 30—45 岁女性客群欢迎，主打“运动+生活”场景，色彩设计柔和明亮。

“我希望这里是让人们想要待下来的地方。”Terry 介绍，除了器械区、泳池、团操房，life 门店还预留了零售区、餐饮区，以及用于举办培训、发布会、社群聚会等的活动场地。

想象一下，未来 mYSTEPS life 凯欣豪园店会是一个包容多元生活方式的运动社交场：HYROX 赛事训练、健康餐饮、彩妆零售、咖啡社群……运动与生活在此无缝衔接，“运动生活方式”的外延得到进一步拓展。

尽管大型健身房模式在近年备受质疑，但 Terry 看好其未来：“别的品牌也都在尝试大型店。没有足够大的空间，就放不下生活。”他透露，mYSTEPS life 的会员中 65% 为女性，转介绍率和社交媒体上的“自来水”远超预期，“这说明她们在这里找到了归属感”。

接下来三年，Terry 计划将 life 系列扩展至 40 家，仍以上海为主，但不排除进入其他城市。“每个城市都很好，但我精力有限，必须稳扎稳打。”他表示，中国健身市场的渗透率仍不足 5%，提升空间巨大，“我希望所有品牌都能健康发展，这个行业不该被污名化”。

“习惯是习惯出来的。”这是 Terry 的另一句口头禅。近 30 年的行业生涯中，他始终在挑战自我、跳出舒适区。从教练到总裁，再从总裁到创业者，他不断重构自己对健身的理解。

如今，Terry 正试图通过 mYSTEPS 传递一个简单而坚定的理念：运动不应是负担，而是一种能融入日常、带来快乐的生活方式。“我不是要做最大的品牌，而是做一个能让人愿意一直来的地方。”

“One step at a time, elevate your life（一步一步，提升生活）”——这就是 mYSTEPS 的全部意义。民