

练的力荐下, Joan 来到了 P1, 直接办了年卡。她对自己的要求是, 可以经常解锁一些以前不会的动作。但在重量上, 她不会像年轻人那样去冲 PR (Personal Record 个人记录), “安全为主, 做到今年不比去年差就行”。

而这次的周年赛是 Joan 人生中第一次作为“运动员”参加的正式比赛。在赛场上拼尽全力的她曾经却被跑 800 米吓哭过, “现在反而放得开了, 觉得重在参与。但还是要感谢组织给我分配了个队友, 毕竟我年纪摆在那里, 怕拖年轻人后腿”。

从参赛、助威, 到赛后的聚餐, Joan 全程参与, 并玩得非常开心, “当天就像是一个大 Party, 很多人都不认识彼此, 但仍可以有非常多的互动。像我和 Blake 平时都不说话, 但他却在我完赛后, 主动过来和我击掌, 很意外, 也很感动”。

有人说, 人生从 50 岁重新开始。对此, Joan 觉得很有道理, 因为前半生很多“俗事”已经完成, 可以将 100% 的时间放在自己身上, 才有条件做自己喜欢的事情。如今处于半退休状态的她工作时间也比较自由, “坚持锻炼是需要客观条件”。

事实上, 这些年来, Joan 邀请过家人、朋友和同事一起来训练, 但除了女儿, 其他人都放弃了, “我的同龄人里, 练瑜伽和跑步的比较多。他们有时开玩笑, 说对我是抬头仰望”。讲到此处, Joan 抬头看着记者, 但更像是说给自己听: “这样看来, 我是不是挺奇怪的? 但与众不同, 还挺酷的。”

看着手机里国外老年人的训练视频, Joan 表示自己要向他们学习, “哪怕到了六七十岁, 我也希望可以一直练下去”。

## 一剂真正的解药

2013 年, 中国大陆首家官方认证 CF 馆——CrossFit MeWellness 在上海开馆, 正式宣告 CF 传入中国大陆。2015 年, 据福布斯报道, CrossFit 的品牌价值已达 40 亿美元。到了 2016 年, CF 馆在中国大陆更是迎来了一次小爆发, 官方认证场馆数量突破 100。

也就是在那一年, 全立体育创始人、P1 的老板马浩钦 (Max) 将自己第二次创业的项目锁定在了 CF 上。

在接受《新民周刊》采访时, Max 坦言, 骨子里流着“创新”血液的他 2014 年从素有“小常春藤”之称的美国三一学院毕业后, 从没想过打工。他回国后首先做了一个很接地气的创业选择——在天猫卖冰淇淋。

在一单生意亏了 50 万元后, Max 想着“还是做点自己喜欢

的事情”。之所以选择健身行业, Max 告诉记者, 自己原本是游泳运动员, 加上那段时间母亲生病, 想让她变得更健康。

开传统健身房太贵, 在寻找一个便宜的创业模型的过程中, Max 发现了 CF 并被吸引。“它很多变, 能提升人们的运动表现, 有各种新技巧, 又有一定的竞技性。”自己练习的同时, Max 很快考取了 CF 的一级证书, 在家里的车库开启了“执教生涯”, “我妈和老婆成了我的首批学员, 我所有的教学技巧, 包括与别人的沟通方式等都是在那里磨练的”。

后来在回美国考察学习开馆经验和考二级证书的过程中, Max 遇到了自己的恩师, 也是之后的合伙人, “他当时除了在锐步公司的 CF 馆 CrossFit One 工作外, 自己也开了两家 CF 馆, 就是 One Nation。我等于是获得了他的授权, 允许用这个品牌在中国开店”。

品牌有了, 但想要回国开馆, 还得先有启动资金。在亲自参加过国内举办的体适能比赛后, Max 认为, 赛事能够迅速建立品牌的认知度, 所以走了先找赞助商后办赛事, 有了知名度和投资方后再开馆的迂回路线。

差不多经过大半年的筹备, 2017 年第一届“全力游戏”体能挑战赛诞生。2018 年 6 月 27 日, 第二届全力游戏举行前, 位于淮海路的锐步亚太首家旗舰店正式亮相, 这是除波士顿总部外, 其全球第一家真正融入了健身房的零售店。而在这个两层设计的店铺里, 一层是锐步产品区, 地下一层就是灰白色调的 One Nation。

尽管官方说这项运动适合任何人, 但实际上它对心肺功能、核心力量等要求都比较高, 对零运动基础的人来说, 它不是那么友好。在让这些爱上引体向上、举重、负重深蹲之前, 可能需要让他们先喜欢上运动。

“这就是我们要做的事。”Max 发现, 让一个人习惯一种新的运动方式通常需要 90 天。于是, 他取消了原来的免费体验, 且只有第一次办季卡才能享受优惠, “就是爱练不练”。这样做完全是出于对自己的信心, 最终也收到了不错的效果——办卡率和留存率都有了显著的提高。

公开资料显示, One Nation 是国内第一家拿到融资的 CF 馆。2019 年 4 月 30 日, 全立体育宣布完成数千万元人民币 Pre-A 轮融资, 投后估值 6000 万元。该轮融资资金将主要用来支持健身房扩张以及赛事的升级。同年, 浦东大都会店开张。

有人说, “好的品牌像邪教一样, 有影响力, 信奉的人会去捍卫这个品牌”。开馆以来, One Nation 则是这句话最好的印证。

Max 希望做的不单是一家健身服务公司, 还能覆盖比赛、