

奧林匹亞健身世界在大型連鎖健身房
夾縫中求生。



早 十點多，位在台北市仁愛路四段國父紀念館對面、百餘坪的奧林匹亞健身世界，已有三三兩兩前來運動。在美國讀碩士，放假回來的郭同學說：「這裡不豪華，但什麼都有，且所有設備不用排隊等，我在美國就有運動習慣，回來不想中斷，聽說說才來的，我就住附近。」上班族王先生說：「我才練兩年，已有六塊肌了。」

健 · 美 · 先 · 生

興趣變事業

現代人缺乏運動，卻對健康要求日日升高，健身房也因此開得成行成市。曾獲得台北市健美先生冠軍，現年三十五歲的夏可意，二年多前以七十萬元頂下奧林匹亞健身房，由教練變成老闆，卻是理想與現實差距的開始。

夏可意接手兩星期碰到納莉颱風，花了二十餘萬元整修；為了提昇業績，大打夾報廣告，卻效果奇差；後來反而是舊客帶新客才使業績平穩，但欲要業績漲升一倍，還得加把勁。



夏可意（左）對新客一定會親自帶5次，後即由其自行訓練。但對於舉重等可能造成運動傷害的器材，他還是會幫忙負員。



夏可意10年前才60公斤，身材瘦弱。（夏可意提供）



夏可意（中）在一九九九年時，獲得台北市健美先生冠軍；如今已是重一百公斤，有八塊肌的猛男。（夏可意提供）

健美教練 頂下店面

老闆夏可意現年三十五歲，個頭一百八十四公分、重一百公斤，即使穿上衣服，仍明顯看到壯碩的六塊肌，很難想像十年前他才六十公斤。他說：「練健美就是想當模特兒，明星嘛！雖很辛苦，但也不難，就是多吃、多運動，包你兩年內肌肉線條跟我一樣。」

他衝著這股高興趨於事業的理，二年多前由健美教練變為老闆，頂下健身房，營運載浮載沉，至今理想與現實仍在摸索中。

夏可意畢業於淡江大傳系，曾在公關、廣告公司工作，也曾在證券商當過年薪百萬元的營業員，閒時練健美不曾間斷。一九九九年他辭去工作，專心練健美，隔年果真獲得台北市健美先生冠軍，年底即到奧林匹亞當教練。

奧林匹亞前任經營者在銀行工作，七年前砸下五百萬元投資健身房，雖然場地不大，但硬體設備與大型業者等級差不多，有些專業健美器材設備，例如交叉訓練機，身體任何部分都可練肌肉線條，更是大型業者沒有的。

開業遇 淹水整修

夏可意說：「這間店的根基扎得不錯，有一千餘名會員，好時一年可

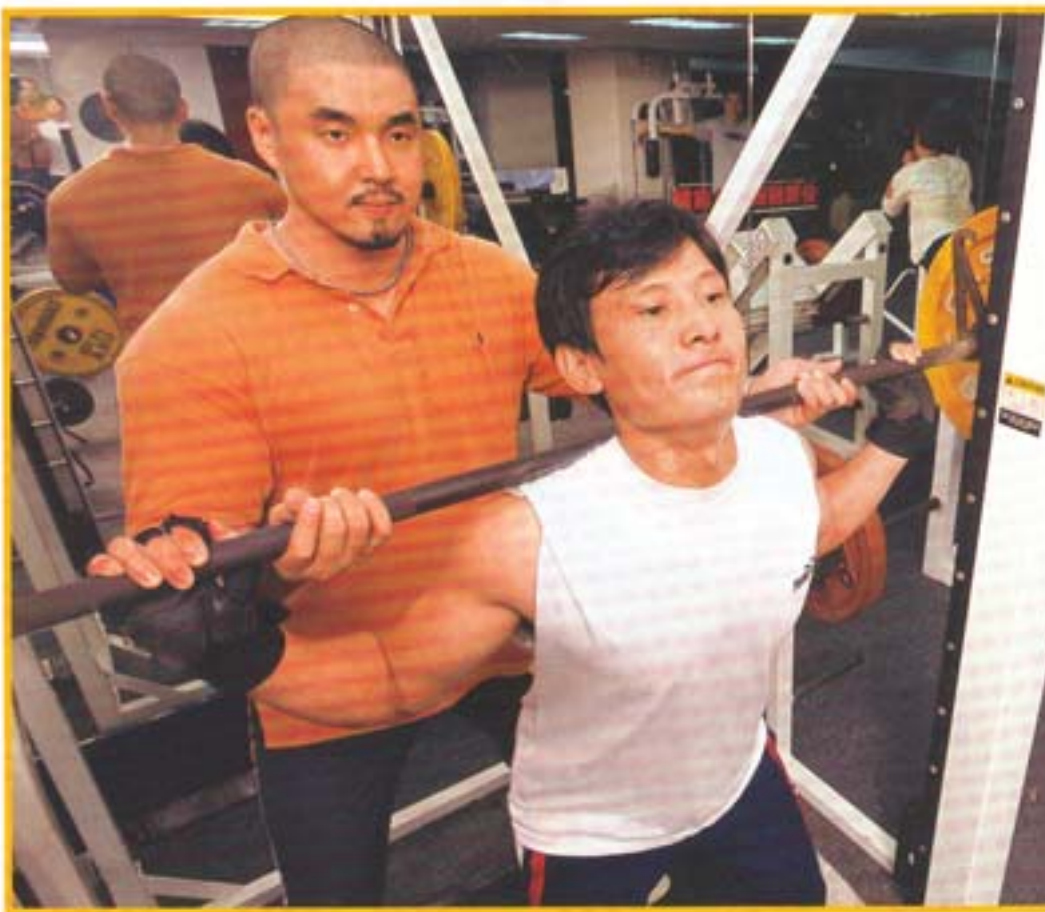
開業資料	頂讓費	70萬元
	整修裝潢	26萬元
	租金	7萬元
	押金	21萬元
	總計	124萬元
2001年8月		

註：整修裝潢是在2001年納利颱風過後。

營業資料	營收	18萬元
	租金	7萬元
	人事	5萬元
	水電	2萬元
	設備折舊	1萬元
	盈餘	3萬元
2003年10月		



在美國讀碩士的夏同學說：「到奧林匹亞使用設備不用等，可節省不少時間。」



賺八十萬元，這幾年跟大型業者競爭，每個月呈現虧損，因此有意轉讓。我心想，之前的老闆用數字管理都能賺錢，我既專業又親力而為，一定成功。」

他於二〇〇一年八月以七十萬元頂下健身房，前任老闆還幫他向房東要求降房租。但他接手後才發現，原來號稱一千餘名會員，實際有效人數卻僅二百餘人；尤其二星期後就碰到納利颱風，健身房淹水，必須花二十餘萬元整修，真是屋漏偏逢連夜雨。

短期繳費 降價促銷

為了提高業績，夏可意一開始每次花二、三萬元進行夾報廣告促銷，總共實行三、四次後，效果都不大；反而是舊客帶新客成為新客源增加的主力，占五成以上。為了區隔與大型業者競爭，他推出短期繳費制，包括十次、三個月、半年及一年（大型業者收費大多至一年），並降價求售，才使健身房營運好轉。

此外，韻律教室因學員不足，連付老師的錢都不夠，夏可意乾脆轉包出去，租給韻律老師或瑜珈老師，對營收不無小補。

目前健身房男客占八成，年齡層從十八歲到六十歲都有。早上十點即開始營業，一直到隔天的凌晨一點，客人大多集中在下班後下午六點至九點時段。

除了健身外，高達四成的男客大都是為了肌肉線條美而來。夏可意對待新客，會親自先帶五次練肌肉線條課程，之後即由其自行鍛鍊。

委外客服 嘉惠舊客

夏可意發現舊客忠誠度很高，又是帶新客的主力，因此最近決定好好地照顧這些舊客；除了委外客服公司專門服務舊客之外，還準備針對會員發行刊物、定期舉辦活動，以鞏固向心力。夏可意說：「這就好像經營社群一樣。」為了鼓勵舊客帶新客，他還推出拉一位新客免費二個月的促銷活動。

儘管如此，目前舊客帶新客的策略僅能維持現有二百名會員數，因為舊客仍有可能流失，帶新客也有限。夏可意說：「舊客能夠帶的新客，大都是親朋好友，數量還是不夠的。」奧林匹亞現今每個月僅能維持損益兩平或小有獲利，夏可意表示，希望半



價值四十萬元的吊燈，是許多男性會員購買的對象。

年內能將營收與獲利提昇一倍。

為了將目前月營收由十八萬元，提昇至三十六萬元，夏可意傷透腦筋，他不僅將人事減少至僅剩他一人，並著手引進國外進口營養品及運動配件。他說，目前營養品陳列在櫃台，有部分顧客看到會主動購買，每月可有一萬元入帳，覺得這部分應有潛力，等於間接提高客單價，因此準



▲奧林匹亞健身俱樂部教室因學員不足，現轉租出去給瑜珈老師教授學員，對每月營收不無小補。

▶夏可意每天還是鍛鍊1至2個小時，保持身材。

壹·點·意·見

Elias EK (安石行銷公司總經理)

奧林匹亞主要目標市場是：現有客戶、過往客戶及15分鐘以內車程可達的人潮；所以抓住現有15分鐘車程內可到奧林匹亞運動的人潮，是非常重要的，可利用電話行銷，做業務開發及寄送一些未來預計發布的資訊。

有4點建議：

- 1 奧林匹亞的入口處需要設立一個醒目的招牌，並設立一個全體會員可共享的標誌，營造一個好的服務環境。
- 2 將使用設備的流程明確標示出來，告知顧客使用的方式，以及可發行電子報等作法，來凝聚會員的向心力。
- 3 奧林匹亞可發行會員卡，利用會員轉介可獲得佣金等獎勵措施，增加會員。
- 4 增加市場吸引力，奧林匹亞吸引人的重點是增加其身材的比例，為了去吸引其他人，如減重或雕塑身材。建議奧林匹亞應增加不同類型的課程，並可以和附近的一些健康的餐廳合作，如利用短短中午1.5小時的休息時間，又可用餐，又可運動，何樂不為。

他說，雜事很多，包括器材與環境的維護，有時更衣室水龍頭壞掉，都必須自己捲袖修理，很辛苦，現階段又沒有很高的賺頭，雖然與過去在券商當營業員年薪百萬元不能比，但內心還蠻踏實的。

他迄今仍未婚，原本打算事業有成後再討老婆，沒想到事業仍在努力中，他說，現在整天忙顧店，根本沒時間交女友，或許等業績提昇一倍後，再考慮認真交個終身伴侶。

備再多開發一些新商品，提供給客戶更多的選擇。

一天當關 雜務全包

夏可意將興趣與事業結合，頂下健身房，現在一個人校長兼撞鐘，凡事都必須親為。

