

# SUNNY

## 品牌简介

2002年，SUNNY诞生于美国加州。在继承加州自信，乐观精神的同时，SUNNY也将美国简约、高效的风格融入产品之中。18年间，为万千美国家庭带来专业安全的运动健身器材。

SUNNY专注于健身器材研发、生产制造与销售。其产品主要定位于中高端专业家用健身器材，包含动感单车、划船机、健身车、椭圆机、跑步机、踏步机及其它力量练习器具。其销售覆盖全球十多个国家，包括美国、加拿大、墨西哥、中国等；在Walmart、Target、Kohl's等耳熟能详的大型商超及专业运动商城均有销售，且销量遥遥领先。

## 品牌故事

### 回顾-身体和灵魂“在路上”

美洲早期的健身形式缺乏组织以及计划，人们健身只是为了耕种土地，寻找食物和放牧。

美国人的健身方式受欧洲文化的影响，比如希腊社会认为理想的心灵来自健康的体魄。随之而来更为深刻的观点是：外在的锻炼有助于身体的健康，而音乐则对灵魂大有裨益。也因此，当代健身器材中大多植入了这些理念。

### 融入-“加州阳光”背后的意义

美国经济大萧条时期，南部地区的农民因粮食颗粒无收，被迫向加州迁移，后来促成了加州的繁荣。Mary

Sullivan就是其中的一名迁徙者，她制作了一曲《Sunny California》（加州阳光），至今被人传唱。事实上，相比于美国的其他州，加州也确实可谓人间天堂，常年气温维持在9°C到29°C之间，特别适合室内或户外健身。

## 洞察-SUNNY来源生活，为更好生活

生活在美国的SUNNY品牌创始人John Sun，早在90年代末期就发现人们把自行车仅当作交通工具。2002年，他在加州创立了SUNNY品牌，健身自行车便是第一款产品，借鉴了交通工具的一些功能，且最终转变成了运动手段。

John如此注重从日常生活出发，不断洞察用户的潜在需求。他希望给消费者带去“加州阳光”中“达观、自由”的信息。

随着健身自行车的热销，加快了SUNNY在新产品方面的不断研发。划船机，跑步机、椭圆机等接踵而至，并占据了北美家用健身器材市场的半壁江山。

## 专注-相伴相守，不忘初心

在经营理念上，John看重品牌与用户长期相守，强调产品的品质。他提出了做健身器材的两原则：功能第一，方便第二。他认为，健身器材首先要好用，并且要保证绝大部分人可以轻松使用。关于产品的便捷性，比如：健身器材怎么弄回家，如何快速装配，放在什么地方不占用室内的空间等等，都需进行细致的考虑。

坚持做好产品，为用户提供买得起、易使用的健身器材。是SUNNY坚持不变的初衷。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/sunny-335139.html>