

# AMIRO: 为美而生,为美好而来

■ 王柔仪 / 文

2020年2月,纽约时装周如期而至。一场世界级的时尚盛宴拉开帷幕,掀起新一季的审美潮流。透过聚光灯下华丽的秀场,那个充斥着忙碌身影,摆满彩妆服饰的后台,显得神秘又迷人。

在那里,梳妆台上的每一件单品,都足以引发时尚爱好者的强烈好奇——一盒眼影,一支口红,甚至一面镜子。

女孩们或许并不陌生,这面气质十足的化妆镜,来自我们的国货品牌 AMIRO。在刘涛、欧阳娜娜、薇娅、李佳琦等明星和主播的直播间里,它曾频频出镜。侧面看去,圆柱形笔直的底座托起日光镜面,端庄而又独特。舒适的光线 with 高清镜面映照着模特精致的妆容,恰到好处的重量增添了一份质感。

时装周落幕,但 AMIRO 的故事仍是进行时。这次,浙商传媒采访了 AMIRO 品牌的创始人兼 CEO 王念欣和首席产品设计官鞠柯,听他们讲讲,从一面镜子开始,从民宅到时装周,从 0 到 57% 的市场份额背后,那些关于美与美好的故事。

Hello, AMIRO

把时空的镜头切回六年前。2015年夏天,王念欣和鞠柯怀揣着创业梦,来到改革开放的前沿地深圳。在这片热土上,在一间 100 平的民宅里,他们开启了新征程。

王念欣和鞠柯是研究生同学,之前就读于浙江大学计算机学院工业设计专业。在王念欣的描述里,学生时期,鞠柯是个聪明、有魄力的“大神”,拿过 42 个红点、iF、IDEA 和 Gmark 的设计界“奥斯卡”奖项。在鞠柯看来,王念欣为人诚恳靠谱,擅长倾听与沟通,是个“社交达人”。俩人师从同一位导师,是最好的哥们儿,经常一起做项目,参加比赛。

研究生期间,鞠柯作为交换生去了日本千叶大学,随后去到麻省理工多媒体实验室(MIT Media Lab)继续深造,开展生物光学研究。王念欣在研二的时候尝试了一个小的创业项目,毕业后也便顺着创业的念头,一路试水。

时光辗转。回国后,鞠柯在阿里巴巴待了一年,后来和朋友一起创业,开发了一个互联网产品,但并不成功。彼时,王念欣也遇到了瓶颈,他们亟需一个突破口,把积攒多年的想法、经验释放出来。

一次碰面,俩人聊起了过去,聊起了未来。“我们在浙大读书的时候有一个信仰,就是未来世界,互联网已经相当发达,关于互联网的畅想并不是我们的凌云壮志,我们的凌云壮志在于探索互联网的下一个时代——物联网。我们相信,万物互联的时代是一定会到来,它带给人们的应该是一种更精确的安全感。”鞠柯回忆道。

其实,从学生时代起,他们就认定创业是最终归宿,从没考虑过其他人生活路径。经过一番彻夜长谈,他们觉得,时机到了。那么,为什么是化妆镜?为什么是深圳?

“当时我们发现,家电、3C 产品已经实现了较高级别的智能化,而美妆护肤尚停留在 20 世纪,亟待科技赋能。”王念欣说。从 1800 年德国发明镀银镜子,直至今日,镜子的定义从未改变。在传统家居行业中,镜子仅被定义为没有功能属性的装饰品。前期调研时,他们发现超过 80% 的女性,每天都至少有 30 分钟面对镜子,镜子成为了化妆护肤中的必要存在,属于高频刚需产品。但是由于室内光线的不足和偏差,造成传统镜子无法看清细节和颜色,容易出现妆容不均匀、化妆不够精细、卸妆有残留等问题,LED 化妆镜成为了爱美女性的新选择。

而深圳,一座充满魅力与活力的城市,具备电子产品完善的上下游产业链,自然成了不二之选。

后来,客厅办公、卧室睡觉的日子成了家常便饭。王念欣说,他们是幸运的,在贵人相助下,顺利获得了真格基金数百万的天使轮融资。但他们也是迷茫的,要攻克核心光源技术,打磨产品,要经历自我怀疑,要一次次地推翻、重建。

两年时间,AMIRO 先后推出了两款中高端的高清日光镜产品,并于 2017 年 9 月在天猫开设了旗舰店,入驻当日仅用 23 分钟,就突破百万销售额。2017 年双十一,销售额突破千万,“小黑镜”“小魔镜”成为爆品,从此连续三年稳居该品类销售榜第一。

或许,一些更小的细节可以证明数据背后 AMIRO 到底改变了什么。用鞠柯的话讲,在 AMIRO“杀”进来之前,国产 LED 化妆镜这个行业是一片沉寂的。在天猫里,化妆镜和拖把、扫把原本属于同一类目。AMIRO 通过两到三年时间,将化妆镜这一品类在淘系平台上做到 5 亿规模。2020 年双十一当月市场占有率达到 57%,天猫才把化妆镜移到了美妆类目下。渐渐地,不断有其他国货品牌开始跟进,市场愈发蓬勃。

开创品类,改变市场,渗透生活。将一件没有人做的事,一件看似微小的小事,做得足够美、足够专,那就足够有价值,足够有意义。

科技,让美触手可及

越是热闹,越要清醒。

在日渐拥挤的赛道里,唯一可以使人摆脱拥挤感的,便是创新。王念欣和鞠柯决定,要进一步拓宽产品矩阵,以镜子这一高频刚需产品为切入点,带动美体线和美容线的低频产品进入

市场。

纵观美容行业的变迁史,从最早的草本植物,到标准化生产和工业革命之后出现的化学类护肤品,一直沿用至今。但随着人们对于衰老等皮肤问题的焦虑和恐惧,发现护肤品的效用具有局限性,需要借助医疗设备,因此催生了医美行业。

其中,存在着一种更轻量化,家用化的方式,就叫美容仪器。美容仪器用来满足用户对深度护肤的需求,更加便捷简单,但对于技术的安全性和有效性有严格要求。

对于 AMIRO 来说,切入美容仪器市场,是一次技术的延展。可是,尽管当时 AMIRO 化妆镜已经做到行业第一,“第一”这个名号反而成了把双刃剑。“当时大家会觉得,你们是一家镜子做得很好的公司,但没有人愿意相信我们可以做好其他产品,即使他们的原理都基于生物光学,即使我们具备这样的实力。”鞠柯说。

研发,意味着资金与人力的大量投入。一方面,团队要加速扩张,钻研新的产品线,另一方面要保证现金流,避免进入万劫不复的状态。

新一轮的痛苦像一阵风再次袭来,但不同的是,他们已经不是一张白纸,是更具生命力的飞鸟了。

“你们都不相信,那好,我们就干给你们看。”后来,AMIRO 团队通过借款的形式筹集了资金,埋头苦干,短短几个月时间,就冲到了行业第四。“我觉得这也得益于我们之前在做镜子的時候训练的一整套运营体系,能让我们快速在市场上突围出来。”

AMIRO 的每一类产品,都围绕“简单、安全、有效”而展开。在美体线上,AMIRO 推出的产品是红光波脱毛仪。鞠柯解释,现在市场上大部分脱毛仪的波长在 500nm 左右,从实际角度来讲,这个波段无法触及毛囊深处,对于年轻用户来说,并没有真正解决毛发问题。通过理论的临床实践,他们发现最好的波长在 640nm 以上。结合用户心理层面的需求,AMIRO 的红光波脱毛仪还匹配了全光谱冰感系统,极大降低了皮肤的痛感与不适。在 2020 年 4 月上新后,成为各类美妆博主的推荐好物,双十一当日销售额突破 3000 万元。

美容线的红光三棱射镜紧跟着红光波脱毛仪在 8 月上新。这台抵抗初老的“时光机”主要是利用光电能量深入面部真皮层,起到淡纹、紧致、除皱的嫩肤作用。为了确保产品的安全性和有效性,AMIRO 团队除了完成瑞士 SCS 等五项国内外产品测试外,还与清华大学生物医学研究所合作完成了安全性验证,其中包括细胞、动物、人体临床三个维度的测试,全面验证了产品的功能性和安全性。上市两个月,便在双十一当日突破销售额千万。

从镜子到美容仪器,这是一个发现美到创造美的过程。王念欣说,做产品的终极意义,在于能在一定程度上去改变一些人的生活。“哪怕阶段性地陷入困境,跌入低谷,但只要抬头看着远方,看到未来的行业会因为我们的存在而更加美好,那就坚定地走下去。”

未来,刚刚开始

你是否想过,如果有一天,你对着镜子发问:魔镜魔镜,如何变成更美的自己,镜子会作何答复?

今年年底,AMIRO 就会给你答案。即将推出的下一代私人化化妆镜,将拥有聆听、表达、思考和互联的能力,像是一位私人“颜值管家”。透过这面镜子,你可以看到超越肉眼可见的真实、超越肉眼可见的高清。

这件事,仅仅是 AMIRO“To Do List”中的一项。自从 2017 年 AMIRO 获得小米科技、顺为资本等联合投资的 Pre-A 轮融资,2020 年又完成了亿元级的 B 轮融资,上市的规划越来越明晰。

到了这个阶段,王念欣和鞠柯对于创业有了精彩的感悟。他们发现,创业就像滚雪球,总有更大的事想去做,更高的山想去爬。他们也已经适应,在上升的势头里,孤独和痛苦往往都是常态。

如果要以成败论创业,王念欣的回答有着独属于理科生的浪漫。他说,成功是动态的。它是穿过黑暗隧道时迎来的曙光,是起起落落的创业曲线上突起的小山丘,是落在整幅事业蓝图中的星星点点。

鞠柯对于成功的描绘反而写实。他想象,如果未来某一年过年,回到老家,听到侄女或者妹妹们在闲聊。此时,她们沟通的话术不再停留在“我要敷个面膜”,而是“我打算敷个面膜提升几个百分点的水分含量,淡化几个百分点的斑纹”,当这样的沟通话术成为周遭女性的日常习惯,那就是成功。

相似又互补,这样的性情将对“创业拍档”紧紧维系在一起。让他们坚持的,除了前面说到的信仰、梦想,那些浸在灵魂里摸不着的虚幻,还有落在实处的行动。对于产品的专注与执着,是专业出身的他们对自己的要求,不论多忙,每周抽出固定时间讨论产品,是必须要做的一件事。

正如乔布斯所说,要完美地设计某个东西,你就必须先熟悉它,真正地了解它。这需要投入很大的热情,需要反复地咀嚼回味,而不是囫圇吞枣。愿意花时间,不被短期利益所驱使,才是这个时代最稀缺的品质。

那么,就让我们慢下来,因为 AMIRO 的美好,值得用心等待。

AMIRO



● AMIRO 品牌的创始人兼 CEO 王念欣和首席产品设计官鞠柯



● AMIRO 化妆镜走进纽约时装周



● 欧阳娜娜联名款 AMIRO 化妆镜



● AMIRO 产品登陆(OMG!玩美咖)节目

《《《

女孩们或许并不陌生,这面气质十足的化妆镜,来自我们的国货品牌 AMIRO。在刘涛、欧阳娜娜、薇娅、李佳琦等明星和主播的直播间里,它曾频频出镜。侧面看去,圆柱形笔直的底座托起日光镜面,端庄而又独特。舒适的光线与高清镜面映照着模特精致的妆容,恰到好处的重量增添了一份质感。



AMIRO 红光波脱毛仪 PRO



AMIRO 红光三棱射频仪



AMIRO O 系列小黑镜



● AMIRO 高清日光镜