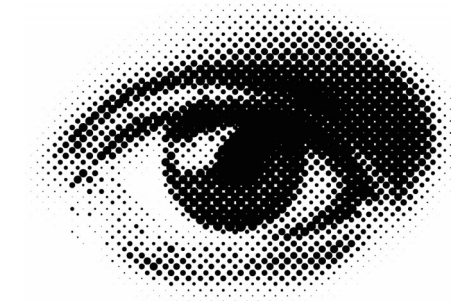


事件
回眸



“

2016年1月4日,《解放日报》刊登了一篇报道《跑步类APP融资热降温,技术有硬伤用户粘性差》,道出了目前马拉松赛事热潮还将持续,但运动类APP似乎提前遭遇冷空气的现状。报道称与2014年底运动类APP密集融资的火热相对比,资本在2015年已明显降温。

客观地说,下载和使用运动APP的人,很大一部分源于“晒”的动力。不知从何时起,晒跑和晒走风靡朋友圈。然而如今,翻开微信朋友圈你会发现,身边晒运动的人变少了,“跟风”之后留下的运动痕迹似乎也成为过去。

2014年,随着国家发文支持,体育产业一下走到了聚光灯前。而运动类APP也成为“互联网+”形势下融资成功率较高的创业种类。如此大好形势下出现“滑铁卢”般的境地,个中原因,值得回味。

”

风口之上,你找准风向了吗

□康 康

似乎就在一个不经意间,跑步成为最为时尚的体育项目。不仅民众参与,明星添火,甚至就连不少国家元首都参与了进来,竞相成为跑步一族。2015年全国注册备案的各类马拉松赛事有130多场,今年,这一数字有望突破200场。与赛事火热相对的是,运动类APP密集融资正在降温。虽然遇冷程度谈不上“速冻”,但现实是像“咕咚”等该行业的领跑者也未实现盈利。

“站在风口上,猪都能飞起来。”这是小米公司创始人雷军的“金句”。意思是创业创新需要找到风口,另一个层面上也可以理解为,只要找准了风口,即使创业创新还比较粗糙,也能顺势而为取得成绩。对于目前降温的运动类APP行业来说,正是合适。

前两年,运动类APP的炙手可热来源于中国的跑步热潮。根据国际经验,人均GDP达到5000美元,是大众跑步运动快速兴起的

重要节点。20世纪60年代,北美跑步运动兴起,恰好1970年美国人均GDP约为5063美元;在日本,跑步热潮兴起于20世纪70年代,1976年日本人均GDP接近5000美元(日本作家村上春树的跑步经验就是其体现)。2011年中国人均GDP突破5000美元大关,更多的中国人开始关注生存之外的东西,比如健康、心理满足和精神享受。运动类APP正好填补了这个缺口:在跑步之后,能了解具体步数、热量消耗,在社交媒体上晒出跑步成绩已经变成大多数跑者每次跑完以后的一种习惯,这是心理满足和精神享受。

真是忽如一夜春风来。如今运动类APP遇冷难道是行业的衰落?未必。某跑步APP从2014年2月至今,两年不到已经积累了超过1500万用户,相比同行业的其他产品,可谓是逆势而上。观其发展模式,除了常规运动APP的功能,还通过

“免费+跨界”的方式,让私人训练惠及更多跑者,甚至推出线下的免费跑步训练营。除此之外,推出的线下马拉松让用户能够自行选择地点和时间,用该APP记录马拉松对应的公里数之后,即能获得奖牌。这一系列线上加线下,专业加跨界的功能搞足了噱头,把业余的、专业的跑步爱好者都调动了起来。它不火,谁火?

互联网创业遍地开花,找准“风口”后一拥而上。抓住“互联网+”并不难,问题是对“+”号后的内容和理解。如果只是人云亦云的跟风,自己毫无准备甚至缺乏对该行业的理解,往往只能倒在风口下。

创新需要的不仅是眼光、机遇,更需要企业者过硬的综合素质。俗话说,有多大锅贴多大饼。最后贴的饼比人家小,要怪只能怪你的锅比人家的小。即使是互联网创新,也讲究一句脚踏实地。

别把运动APP当成至宝

□张宇豪

随着移动互联网的普及,智能手机越来越成为人们的贴身管家,这其中手机APP的丰富多样无疑是人们越来越青睐智能手机的原因之一。而在运动健身领域,健身爱好者们也越来越习惯于动动手指下载一款健身软件,就可以在家里甚至在上下班路上完成原本需要在健身房才能完成的健身任务。

做个试验,在苹果手机的APP store中搜索关键词“运动”,会出现相关结果2181个,输入“健身”一词,则会跳出1442个结果。然而这些APP其中很多的科学性并无保证,消费者又很难在数量繁多的软件中选择优质且适合自己的APP。所以,实际上,种类繁多的运动APP软件实为良莠不齐,消费者稍有不慎

便会落入健身误区。

去年在杭州,就曾由杭州休闲运动协会联合多家正规健身俱乐部和正规手机运动软件发起过抵制不规范运动类APP的行动,得到了广大市民和健身经营者、爱好者的支持认可。

一位专业健身人士表示,手机运动健身领域的APP存在巨大漏洞。虽然这些APP有着与健身房的健身器械同样的记录功能,还肩负着教练员指导功能,看起来一应俱全,但它忽略了一个最重要的问题:人性化。此外,有人做过调查,这些APP所显示的运动数据和实际会出现20%左右的差距,这也显现出了其不严谨性。

因此,在无法控制市场的情况下,消费者必须从自身下手弄清哪款APP科学、哪款APP的哪些内容更适合自己的。广大运动健身爱好者在运动初期不要盲目的仅仅下载一款APP就去进行运动,最好在时间允许的情况下来到健身房。即使不办卡,很多健身房都会提供免费的身体测试和体能建议,根据每个人不同的情况再去选择运动方式,这才能达到事半功倍的效果。如果时间有限可以在家中练习,那么一定要选择具备社会认可的科学运动APP,比如有世界冠军、签约教练示范动作的APP。但要记住,APP只是一个辅助作用,了解自己的身体状况更重要。

融资更理性 市场仍旧在

□王振恺

运动类的APP有多火自不必说,虽然目前融资情况与此前的火爆有些落差,但在短时间内,至少是未来几年,这块市场的分量仍然很重。

马拉松热席卷全国,跑步爱好者更如雨后春笋般涌现,各地跑团也不计其数,对于此类APP需求人群巨大。当然,不是所有跑步的人都会用APP记录运动过程,但至少都是潜在的用户。一旦被周围的人所影响,手机上多一个应用是分分钟的事。跑步人群基数庞大,其中的商机不言而喻。只不过现在此类APP数量众多,造成用户分流,很难形成一家独大的局面。

对现在的年轻人来说,这类APP的功能已不再局限于单纯的记录,早已成为一种社交的渠道。在微信朋友圈发一条图片,“炫耀”当天的运动成绩,已经是不少人每天的必

修课。所谓有图有真相,一张照片胜过十句话,这样的方式既可以了解自己的运动成果,又能在朋友圈“博眼球”,满足小小的虚荣心,众人自然乐此不疲。对很多人而言,每一个点赞、每一条评论都是鲜花和掌声,既是鼓励又是监督。

使用这些APP,往小了说是个人自娱自乐,往大了说,在一定程度上能够激发更多人的跑步热情。每个人都存有竞争心里,看到别人晒运动成绩,觉得自己同样能做到,也就会跃跃欲试。如此交流互动,无形中让更多的人喜欢上跑步这项运动,或者激励他们增加跑步的频次。我有一位朋友,“减肥”的口号喊了大半年,就是不见动静。但自从使用了一款APP后,感觉全世界的人每天都在跑步,只有自己在偷懒,这才激起了他的斗志。如今,他不仅成功减肥,还迷上了马拉松。如

此看来,一款好的手机应用确实能够改变一个人,甚至更多的人。

有人会说这些APP提供的各种数据,如跑步距离、行走步数、消耗热量等与实际有所出入。但随着科技的进步,利用APP测量这些数据必将越来越准确。同时,跑友也不会真正把这些数据当作健康与否的衡量标准,更多只是一种参考,当作茶余饭后的谈资,调侃、娱乐的成份更多一些。

至于各投资方对跑步APP的降温,我认为是一种再正常不过的市场反映,毕竟没有一项事物的发展能够永远处在高峰期,目前趋于平稳的状态恰好是一个优胜劣汰的阶段。只要各公司不断完善APP的各种功能,给予更好的用户体验,广大体育爱好者依然会使用,这块市场的前景依旧很广。

七嘴
八舌

◎姚&-&毅:投资者已没有了过去的冲动,而是具备了对产品的理性评估和筛选鉴别能力。资本不是离开了,只是正在擦亮眼睛,寻找着打开市场的金钥匙。

◎木柄:互联网世界就像刘慈欣笔下的《黑暗森林》,这里既有严酷的生存法则,也有生存与成长的希望。选择在大树下生长的小树,得不到阳光,枯死了还要为大树

提供肥料,能打败微信的,一定不是下一个微信。

◎修☆启汇\ :一款好的运动APP能让处于亚健康的人群更有动力去坚持锻炼。

◎看~灰碟:得用户者得天下! 用户数成了规模,商业模式!

◎啃苹果的恶魔:运动类软件除了基本的GPS定位,运动距离记录热量消耗等“基

本”功能之外,都可谓“大同小异”,其中也缺少真正能够做出产品特色的,或是全面,科学的软件。作为运动爱好者来说,一个即全面、精准、科学的APP不仅可以让运动更加有趣,还能引导人们走向更健康积极的生活方式。厂商也应该从运动人群的本质需求为出发点,不要让运动通向健康的这条路跑偏。