

共享健身房上线一周估值过亿 是有需求还是玩概念?



共享经济带火了大波创业者,共享单车、共享汽车、共享充电宝等新事物层出不穷。近日北京市场上出现了名为“觅跑自助健身仓”的共享健身房,扫码开门即可健身的新型健身房受到不少消费者关注。借共享经济之风,大量打着共享旗号的租赁模式入场,同时这些模式也快速吸引资本入场。不过,在业内人士看来,不少共享模式缺乏基本商业模式,未来资本热潮退却,没有强大造血能力的共享模式将面临淘汰。



【分析】 真需求还是玩概念

尽管模仿Mini KTV模式的共享健身房已经获得资本加持,但是觅跑的概念似乎与用户的实际需求并不同步,它的共享故事究竟能够讲多久,目前仍是未知。自2015年起,O2O模式大热,无数资本涌入,但资本退却,不少企业被质疑为伪命题,究其原因在于这些企业的造血能力较低。

作为新生概念,共享健身房的造血能力如何尚不得而知,但这一模式却不被人看好。亿邦研究院副院长叶志荣并不太看好觅跑的模式,他认为虽然锻炼的门槛可以很低,场所可以小型化,但是健身的时间场景能否被碎片化却是个疑问。从需求上判断,觅跑是做了一件把健身房变得小型化的事,但是要创造出这个场景很难,在Mini KTV唱歌3-5分钟是可以成立的,但是锻炼不是3-5分钟就能完成的,它们有些借着共享的噱头在融资。

一位不愿具名的行业分析人士表示,很多项目可以创造收益,但是也有很多创意对运营的经济收益回报考虑并不充分,有些项目虽然概念很好,但是通过运营不能创造出收益,而是讲给投资人听的故事,以这种模式去运作的话,等钱烧完就会垮掉,最终还是要投资人来买单。评判一个项目的根本还是要看它的运营成本和收益相比,能否带来正面的盈利状态,这个项目如果想要盈利还是要在创造消费者价值的同时,有足够的主营业务回报。

互联网分析师于斌看来,觅跑的模式与Mini KTV类似,以小规模经济的模式来运营,是一种比较新的经济行为,总体来讲,还是有用户需求的,与传统健身房相比,虽然有更多的灵活性,但是从长期看,它不如传统健身房空间多、选择性多、社交范围大。这类健身房现在或许可以借助共享的风口获取一部分用户,但是用户是多变的,用户的忠实度也是问题。同时,这个项目的前期投入较大,收回成本很难。

■来源:北京商报

【新事物】 健身房也共享

近日在北京某小区的空地上出现了一个4-5平方米的健身房。与Mini KTV模式类似,这类健身房4平方米场地容纳1-2人、配置跑步机等运动器械、自助门禁按时付费。用户可通过手机App端线上预约、扫码开门,使用前需在平台缴纳99元押金后进行实名注册,方可扫码进入,以5分钟1元计费。

资料显示,觅跑成立于今年7月,是一家共享自助运动仓提供商。北京市内仅有5个健身仓可供使用,主要集中于北京东部的小区中,随后记者体验了位于望京西路鹿港嘉苑小区内的觅跑健身仓,该仓内设有一台跑步机以及空调、电视、新风系统等配套设施,记者发现,除电视显示“无信号”无法正常使用外,其他设备均可使用。跑步机与传统健身房内的设备差别不大,此外,还增添了用户社交功能,消费者可以通过微博、微信、QQ等方式登录运动系统,并在运动结束后进行分享。在健身仓内,还设有衣物挂钩,可放置随身背包及衣服,在玻璃窗处设置百叶窗,用于遮挡,以使用户更换衣服。

【现象】 自助健身仓估值已过亿

在共享经济风口下,多家健身企业开始涉猎线上玩法,乐刻运动、运动吧等互联网健身品牌开始出现。与共享单车、共享汽车、共享充电宝等类似,共享健身房也开始受到资本热捧。8月8日,有消息称,仅成立一个月的觅跑自助健身仓已获得两轮共2500万元融资,投资方来自经纬创投、信中利、合鲸资本、猎鹰创投,目前该项目估值已过亿元。

不过,在体验中,记者也发现该App还存在许多细节需要完善,如定位不准,在放大地图的过程中系统对记者自身的定位也会随之发生改变,导致用户无法获取与健身仓的准确距离;用户表示,健身仓内遮挡设施不完善,不方便更换衣物,私密性不高;健身仓空间有限,健身设备较为单一,选择性小;在用户运动结束并完成支付后,系统无法及时更新支付信息。

据公开资料显示,觅跑采用100%自营模式,按照量产后的共享运动仓设备成本为1万元,加上50%的能耗、折旧和运维成本,年化成本在1.5万元左右。按照每分钟0.2元,单次运动20-30分钟计,单个人单次运动的花费在4-5元。按照日均5-6小时的有效使用时长,单个运动仓的单日收入在70元左右,回本周期在8-10个月左右。觅跑目前的市场投放量,以及未来规划等问题觅跑没有回应。



关注三湘都市报微信
看E报。