

MDCC
2016

中国移动开发者大会
Mobile Developer Conference China 2016

硬件创业的经验与坑



SPEEDX

mdcc.csdn.net



- 野兽骑行是一家专注打造顶级智能运动自行车的科技公司，拥有全球首款智能运动自行车和最野的骑行者社区 APP 等产品，全力打造最具科技感的骑行运动品牌
- 团队汇聚了全球最顶尖的创新人才，行业背景涵盖高端运动自行车、互联网、电子科技、战略营销等领域，拥有超过 20 年的自行车研发、生产及销售经验
- 一年时间内，先后获得了来自徐小平老师、李开复博士和金鼎基金的近亿元人民币的融资，成为成长最快的智能硬件企业

SpeedX 智能运动自行车

科技、竞技、美



SpeedX APP

最好的骑行者社区





SPEEDX LEOPARD & LEOPARD PRO 碳纤维智能公路车

- 日本东丽 T1000 军工级碳纤维
- SpeedX 智能中控系统
- 全隐藏式走线、刹车设计
- 标准版：Shimano 105 套件
- Pro 版：Shimano UT Di2 套件，碳刀
- 车架终身包换

¥7,999 & ¥14,999



SPEEDX MUSTANG

碳纤维智能山地车

- T800 航天级碳纤维车架
- SpeedX 智能中控系统
- Frog Design
- Shimano Deore
- 车架终身包换

¥3,999

车架 1180g = 两瓶 550ml 矿泉水

日本东丽 TORAY 碳纤维 T1000

日本东丽 Leopard 从轻出发，车架、前叉、坐管均为碳纤维材质，使车架重量为 1180g，野兽自行车拥有更轻更硬的特性，随心所欲的操控，源自于此。



X Coach 智能骑行教练系统

更快、更强、更科学



数据自动记录及分析



XCoach 智能骑行教练



骑行地图导航



2.4 寸前探式彩色大屏



800 公里超长续航



无缝连接野兽骑行 APP

全世界只有三个品牌
做到了运动自行车的
全隐藏式走线





京东众筹突破 **1500 万**
元

京东众筹历史前五名 | 自行车类项目第一名

KICKSTARTER

海外众筹突破 **230 万元美**
金

亚洲最成功的 Kickstarter 项目 | 自行车类项目第一名

野兽骑行 APP

全球最野的骑行者社区

- 【骑行记录】利用手机 GPS 功能记录骑行基本数据：GPS 轨迹、海拔、速度、时间、卡路里.....
- 【骑行者社区】百万骑行爱好者互动竞技的平台，约约约！
- 【俱乐部】上千家骑行俱乐部，带你骑车带你飞
- 【骑行游戏】游戏化的骑行挑战，让骑行爱好者骑得更多
- 【美图分享】骑行轨迹和数据随时分享到各大社区平台，晒美图晒数据更晒态度



SpeedForce 智能中控

将任何自行车变成智能自行车



中国硬件项目最成功的出海
案例之一

4
3 万美金



product design
award

2016

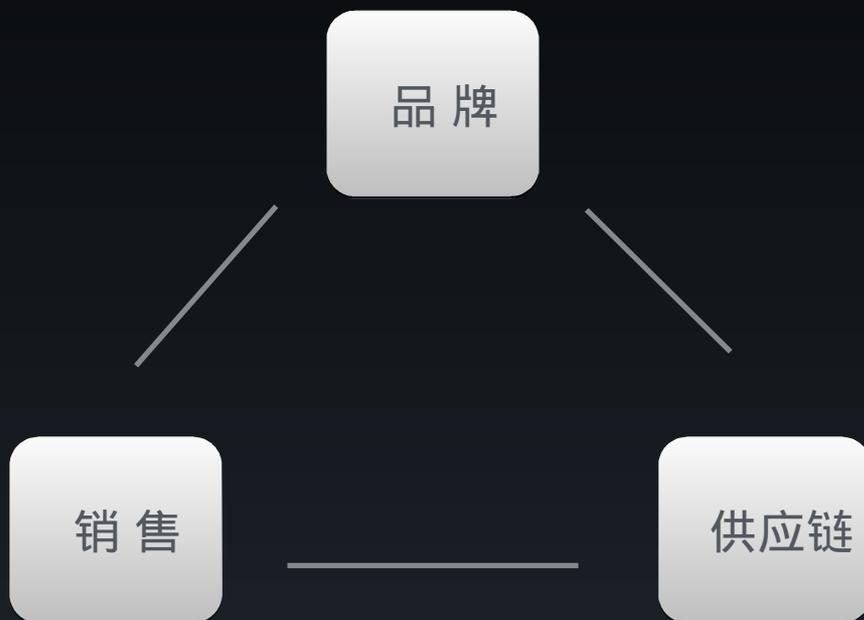


硬件创业的经验与坑

忘记流量
忘记平台
忘记免费
忘记走捷径

记住
你就是一个“满足用户”“卖货的”

硬件创业的铁三角



品牌：你是谁？你在做什么？

- 产品是第一大法则。都知道做减法，但做减法需要胆量
- 只做第一。没办法第一，创造赛道也要变成第一
- 把有限的资源投入在让最能消费者产生认知的事情中
- 给用户“惊喜感”和“仪式感”，想方设法的让用户产生自传播

销售：一切不以盈利为目的的企业都是耍流氓

- 互联网硬件产品也是消费品，流量未必管用
- 线下渠道销售很重要，很重要，很重要
- 谨慎的看待国际市场

供应链：老油条的世界小鲜肉理解不了

- 品质：品质没有捷径，每个细节都要无比关注
- 小鲜肉 + 老炮儿：管理供应链最重要的是经验
- 低成本：成本是企业的生命线，节省一分钱就是赚一分钱

野兽的出海之路

如何拿到海外的第一桶金

- 准备好产品，确保你的产品能够符合当地规则
- 海外的一切都与国内不同，找一个真正懂海外市场的人
- 收集 E-mail，维护媒体关系，持续提高产品的热度
- 持续专注的优化你的广告策略，对于新品牌，广告是最行之有效的

如何运营一次成功的海外众筹

Step1 : 准备期

- 一组鹅妹子嘤的产品照片和视频
- 用于收集邮箱的 Landing page ; 给潜在用户发邮件
- 锁定你的产品定位和用户群：你的产品解决了什么问题？与竞争对手有什么差异？
- 众筹产品页面设计，制定规则和奖励
- 找到尽量多的相关媒体和测试广告

注意事项

- 目标明确：获取尽可能多的 E-mail
- 你可以通过：PR、社交媒体、广告来推广你的 Landing Page
- 众筹前发送更新众筹进度的邮件
- 用语言引起用户对于产品的兴趣

Step2 : 众筹期

- PR 的所有准备上线
- 监控所有广告的转化率，并实时调整；所以你需要一个 In-house 的广告投放
- 邮件爆发，尽可能多的触达潜在用户

注意事项

- 目标明确：销售
- 监控所有广告的转化率；Facebook 广告效果很好
- 尽量多的增加 PR 的媒体名单
- 筹备一个众筹期的 media tour
- 不要对用户说不，即便做不到，也尽量让他们保持对你的关注

野兽的市场战略



思考

- 知行合一
- 花 70% 的精力在招人上
- 杀死兔子，不论大小



中国移动开发者大会
Mobile Developer Conference China 2016

THANK YOU

mdcc.csdn.net