



2015年,张衡的第二个孩子出生了。那一年,他在美国看到了室内蹦床公园项目,成年人和孩子们在各种蹦床上一起玩乐的场景,眼前不由一亮,心头掀起了好奇的波澜。

“这就是我继续创业的方向,”作为体育产业的连续创业者张衡,一直以来都在思考一个问题,有什么样的项目能让大人带着孩子一起释放天性,又玩得尽兴?之前,在国内,他也用心体察,却总是看到大人和孩子“始终玩不到一块”。购物中心里,那些从国外引入的儿童乐园,外圈通常坐着一群埋头刷手机的家长。而能让家长们玩“嗨”的体育娱乐项目,却也让孩子坐着一边的“冷板凳”。

如今,不少职工忙于工作,亲子互动的时间本就难得可贵,如果在双方相处的时间仍然各玩各的,实在可惜。国外这些大型蹦床公园亲子同乐的热闹场景,就这样刻进了张衡的脑海里。凭着为人父和多年创业的敏感,他对项目进行了更细致的考察,这一考察,竟然发现彼时蹦床公园在国内近乎空白,而另一方面,国内的体育休闲娱乐产业发展呈现局部井喷态势,都市中,职工对健身娱乐、亲子互动的需求日益增长。

“所以,我的结论是,这是个全年龄的项目,把国外的蹦床公园引入国内,完全可行。”不经意之间,张衡成了国内蹦床行业的先行引入者和领军者。目前,在上海,他已经有三个蹦床项目处于洽谈阶段。而从上海驱车两小时到达苏州中心商场,就能体验张衡最新的得意之作——欢跳蹦床公园。在人气本就旺盛的苏州中心商场,暑假之际,欢跳蹦床公园成为当仁不让的职工亲子活动的网红打卡地,即便是工作日,候场区也坐着大批等候入场的人。

但把蹦床公园引入中国,照抄拷贝肯定是行不通的。张衡总结了几点:“场地不一样,入门基础不一样,不少需求也不尽相同。”因而,在让蹦床公园落地,张衡需要不断调整、重新研发,匠心和创意一点都不能少。

### 连续创业者的“心结”

把欢乐送给职工,把压力留给自己,这是张衡的座右铭之一。在旁人眼中,作为“80后”连续创业者的他,颇有商业头脑,在大学期间,他就开始了自己的创业之路。2007年,他就创立了一家拓展服务训练公司,为有户外团建和培训需求的公司提供服务,从策划、设计项目到流程设定,都驾轻就熟。但很快,市场上类似的公司越来越多,入门门槛低加上恶意的竞争压价,严酷的现实让张衡不得不迅速转变方向。“因为喜欢足球和篮球,再加上国家出台了相关政策文件,所以,我就投入到了经营这些球类的体育项目中。”但这些项目需要时间沉淀,对于创业者来说,虽然能看得见行业的发展,但短时间内,经营足球场,未必挣得有停车场多。

# 做职工喜爱的欢乐蹦床

匠心创业者张衡



“我也希望能找到一个长久的创业方向,能长时间深耕这个领域,当然,也能在短时间内站稳脚跟。”于是,寻觅新的创业方向一度成为张衡的“心结”。在把国外的蹦床公园引入国内成为他的创业新目标之后,仍有大量的工作需要张衡去一一考证和完成。“我们先弄清楚了北美和澳大利亚蹦床公园的数量、规模和人口比例,”张衡粗略估计,仅在美国,拥有一批高频次顾客的蹦床公园的数量应该在1000多家以上,而且,蹦床公园的数量还在不断增长,说明市场需求旺盛。对应当地人口,把蹦床公园引入中国,其市场潜力相当惊人。

“当然,像美国、澳大利亚,地广人稀,很容易利用老建筑、老厂房进行蹦床公园项目改造,拿地不难,而且不少家庭都住House,孩子从小就玩蹦床,到蹦床公园里玩,已经有了一定的基础,在更专业的场景和空间里,自然能玩得花样百出。

“而且,国外蹦床公园粗糙的工业风,也未必是国内消费者能普遍接受的”。张衡坦言,国外的蹦床公园经营环境和国内不一样,在蹦床公园早期,他就已经做好了面对困难的准备。

### 看得见风景的“公园”

在苏州中心商场的欢乐蹦床公园并非张衡在国内开设的第一家蹦床公园。“蹦床公园对建筑室内场地的要求很高,净挑高必须在6米以上,”一方面,寻找合适的场地是难题,而另一方面,大多数人对蹦床公园都没什么概念。最初,张衡听到的最多的一句话是:“你要开蹦床公园?那个是不是就是国外引进的儿童乐园啊?”

“怎么办?那就一点一点教会大家怎么玩。”张衡的蹦床公园,最初的固定常客是一

批专业运动员,以及游泳运动员、跑酷练习者和杂技学校的学生。2000年,第27届悉尼奥运会上,蹦床被列为正式比赛项,现在,国内已经培养出一批专业蹦床运动员。同时,花样游泳运动员和练习杂技的学生,也需要在专业的蹦床上练习一系列动作。

张衡坦言,蹦床其实是一项全身运动,对身体平衡训练有很大的助力。不过,蹦床的入门门槛一点也不高,是一项很有“亲和力”的运动,普通职工和孩子在熟悉蹦床照样也能“自由蹦跶”,完成很多连他们自己都很吃惊的动作。好在现在是移动短视频兴起的时代,张衡通过抖音等短视频平台,将蹦床公园里的各种玩法上传,诸如“别样公主抱”、“蜘蛛黏黏墙”、“欢乐打地鼠”都引来百万点赞。

但是,蹦床公园成为网红并没有让他止步不前,在他看来选址很重要。“和北美人的生活习惯不一样,蹦床公园应该开设在城市中心的大商场里,”苏州中心商场的一片挑高较高的区域,成了张衡的理想之地。事实上,这个机会也是张衡耐心等待来的。“商场对客流量是有要求的,达不到要求的可能会进行业态调整升级。”最终,在经过数月的接洽之后,张衡用实际的数据说服了苏州中心的决策者,打造了一个毗邻东方之门与W酒店,俯瞰金鸡湖全景,将月光码头、湖心岛、摩天轮尽收眼中,看得见风景的“公园”。

### 为中国职工量身定制

不只是选址,在服务职工、增强亲子游戏互动方面,张衡也下了十足的功夫。他发现,不少年轻人在弹床上高高跃起时,会有模仿灌篮高手做投篮姿势的冲动,于是便设立了趣味极限灌篮区。“公园”里的国内首个弹床闪避球场地,也是他和团队在观察消费者在蹦床上的玩乐习惯,做了大量考察之后研发的项目。

“那个刷上‘I love’大字的高台跳水项目,也是我们独家研发,”张衡举了另一个例子,最初,他们设立高台,是让工作人员瞭望之用。虽然高台边都设立了警示牌,但不少玩家还是偷偷摸摸从楼梯上来,然后往下面的方块海面堆里跳。张衡发现这个现象之后,当即对项目进行了重新调整。“不同的人都应该在蹦床公园找到自己的玩法,大人要找个刺激、小惊喜,孩子要释放天性,高压的职场人到这里来减压,我们要做的不是禁锢和束缚他们,而是找到满足他们需求的更好的方法。”凭借这样的理念,张衡想出了“高空跳水”的项目,通过安全性和可行性测试的项目,从开放伊始就成为人们在蹦床公园里必玩的项目。很快,其他同行发现了这个创意,现在,“高空跳水”已经成为国内各大蹦床标配之一。

“虽然是借鉴国外的蹦床公园,但是,我们仍在不断观察和发现人们的需求,进行调整和重新设计。可以说,很多项目是在玩家的推动之下,由我们来设计和执行的,”根据张衡介绍,不只是“高空跳水”,他们还从当红的真人秀节目中寻找灵感。“我们这里的‘一落到底’,让人们在体验惊险刺激的失重感时,把心中的恐惧都呐喊出来,但为了增加安全感,玩家在跳入海绵堆里的时候抱一个柔软的公仔玩偶。这个细节就是我们借鉴了真人秀的,很受职工欢迎。”

当然,设计新项目,除了创意之外,安全性和可操作性也需要被反复论证。这一点上,张衡和他的团队从来都亲力亲为,用时间和匠心来打磨。在打造“公园”中最刺激的项目“旱雪大滑梯”时,为了获得滑台的高度、倾斜角度等最佳数值,张衡和他的团队反复试验了三个月,最终才确定了7米高的滑台,60°的倾斜,2秒的刺激体验,成为不少职工减压“神器”。即便是周一周二,也有不少服务行业的职工趁着闲时特地到蹦床公园减压。

张衡现在的工作节奏是每三个月要更新一批项目。“我们自己设计,然后去找专业的供应商制造,在安装之前都会找不同的人,甚至亲身体验和测试,”不过,和其他创业不同,在欢乐的蹦床面前,张衡他们的创业的艰辛和辛苦似乎减轻了。而且,他还意外地发现,蹦床公园创业项目让他多少兼顾了家庭。“我的两个孩子周末除了补习班,都在蹦床公园里度过,我也能时时看到他们,工作间隙,也能跟他们有一番互动。”说起儿子的体育能力,张衡语气里满是欣慰,“老师说他的平衡能力很不错,我也在旁留心观察,这应该和平时玩蹦床是有关系的。”

劳动报记者 陈琳