1. **商业需求**

**业务机遇：**越来越多的人关注健康生活，关注跑步运动，但传统的枯燥的跑步方式已难以引起人们的兴趣，而移动互联网和智能终端的发展为解决人们缺乏跑步兴趣以及跑步过程乏味的问题提供了机遇。

**业务目标：**从最初给用户提供免费的跑步剧情线，并且

积累用户，到最后通过提供收费剧情线，分享平台，社区等方式实现盈利。

**提供给客户价值：**将游戏与跑步相结合，提高跑步乐趣，

使用户更容易坚持下去。特别是一个人跑步时，更容易感到乏味，失去动力，此软件可以有效改善这种情况。

1. **用户类和特征**

**学生群体：**学生群体是主要群体，接受信息方式更多样化，

喜欢去发现新事物，大部分对游戏有一定热爱，并且很多在学校不是不喜欢跑步，而是缺乏跑步动力。

**工作群体：**工作群体是次要群体，工作者运动时间不会很

充裕，并且不一定喜欢一般的游戏，针对这一点可以提供一些比较成熟的剧情线，比如跟社会责任感或之类的东西相关。

1. **产品优势及定位**

**产品定位：**定位在运动app，帮助用户提高跑步兴趣，增

加跑步乐趣

**产品优势：**市面上还没有将游戏和跑步结合起来的软件，

大多都是记录用户跑步路线及相关信息，然后提供运动建议或者社交功能。所以本产品有以下优势：

1. 将游戏元素融入进来，有足够的新意，对年轻人更有吸引力
2. 对于一个人跑步的用户更有吸引力，不需要找别人一起跑或通过复杂的方式来提高自己的兴趣与乐趣，只需选择感兴趣的剧情线，并且完成剧情线，即达到了跑步的目标。相比较其他的提高用户跑步兴趣的软件，这种方式更加方便，随时随地想跑就跑。
3. 定位更加明确，针对跑步缺乏兴趣但又想去运动，觉得跑步缺乏乐趣的人群，所以和一般跑步软件区分开来。

**4.产品关键点及难点**

1.对于路线的规划要有多种方式，允许用户自己定义路

线，可以设置用户的默认跑步路线和习惯跑步路线

1. 对于任务点的位置选择也要提供多种方式，用户可以

输入跑步习惯，根据跑步习惯来设置任务点，并且用户可以修改任务点

1. 剧情线的设置一定要足够吸引人，并且符合跑步场景

及环境