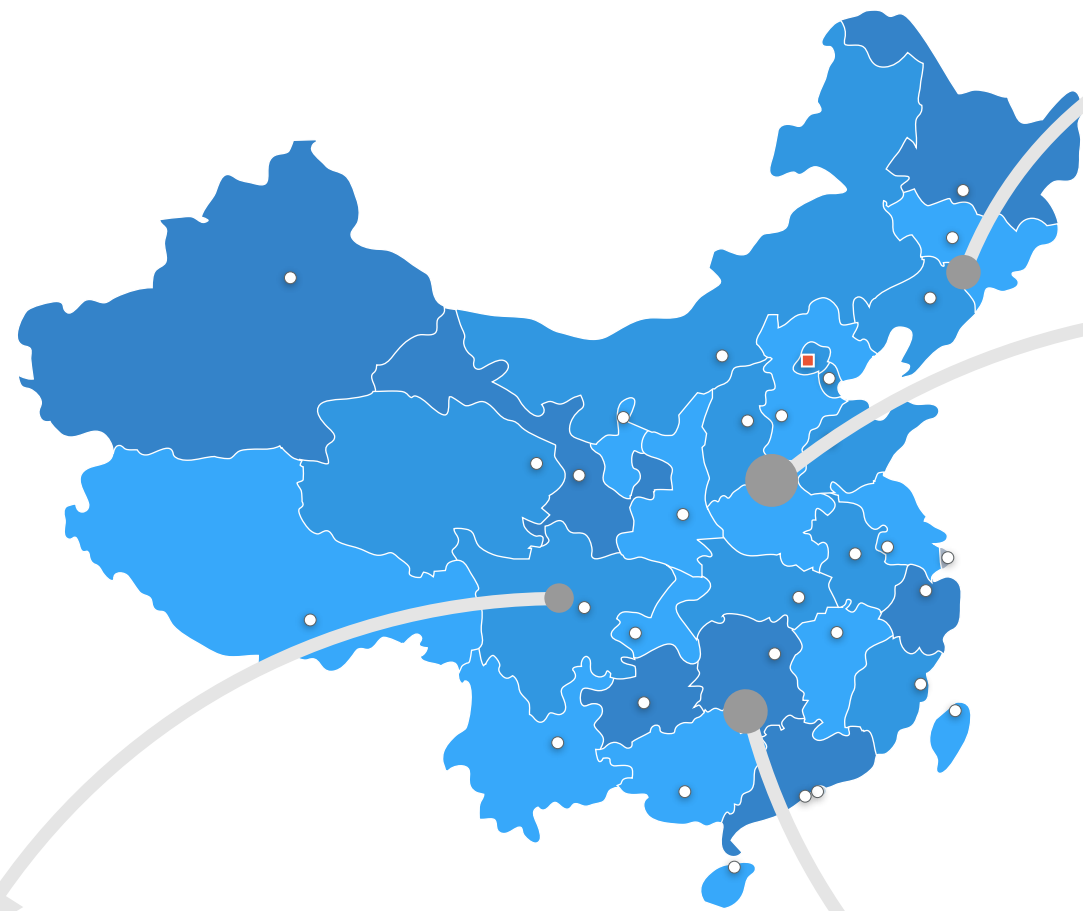


医健优选

【专业家用医疗器械互联网自营商城】

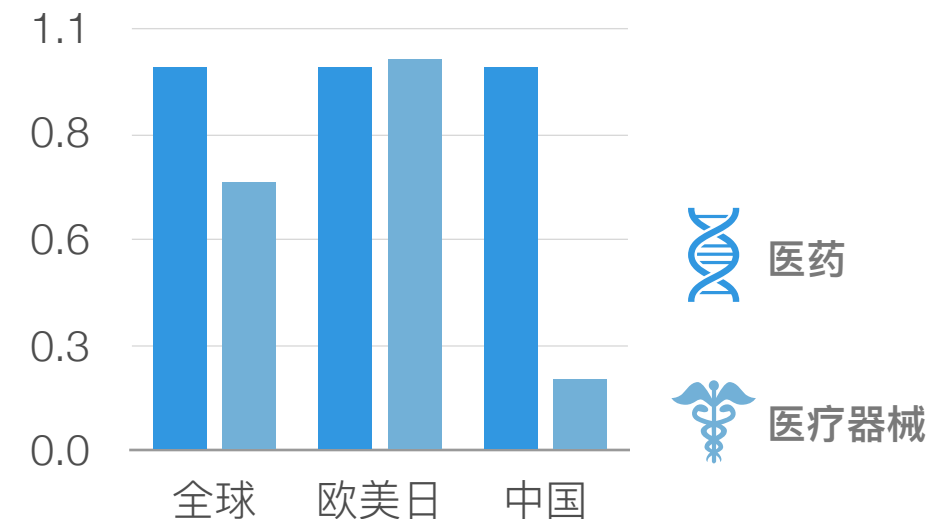


14151 & 70,000+

全国实有医疗器械生产企业14151家，共有医疗器械注册证超过7万个。

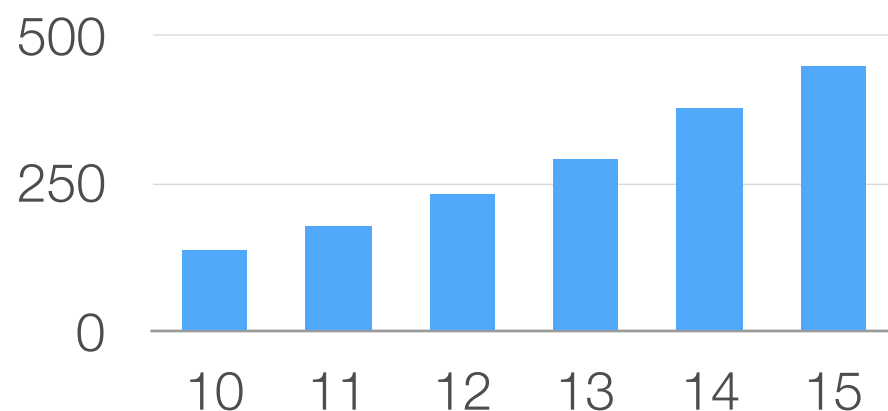
5 : 1 的国际差距

发达国家和中国在医药和医疗器械的消费比例差距悬殊。



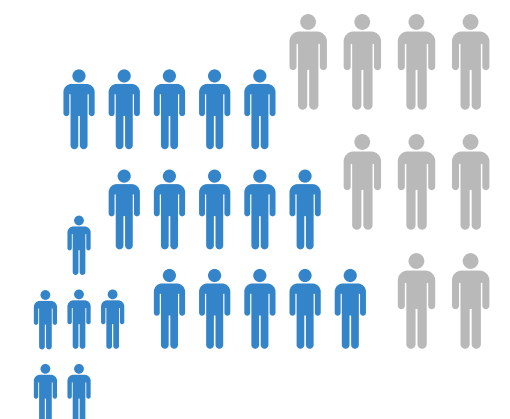
高速的发展趋势

预计2016年家用医疗器械销售额将突破500亿。



人口结构的调整

人口老龄化+二胎开放+收入水平提高+保健意识增强



消费者急需一个靠谱的 线上购买渠道!!

大流量线上渠道信息同质性严重

传统线上体验
不佳

常冠以“中国”、“官方”等字样

易成为夸大营销的
受害者

问卷调查显示88.2%的用户

担心质量缺
乏安全保障

每千人医生数2.99

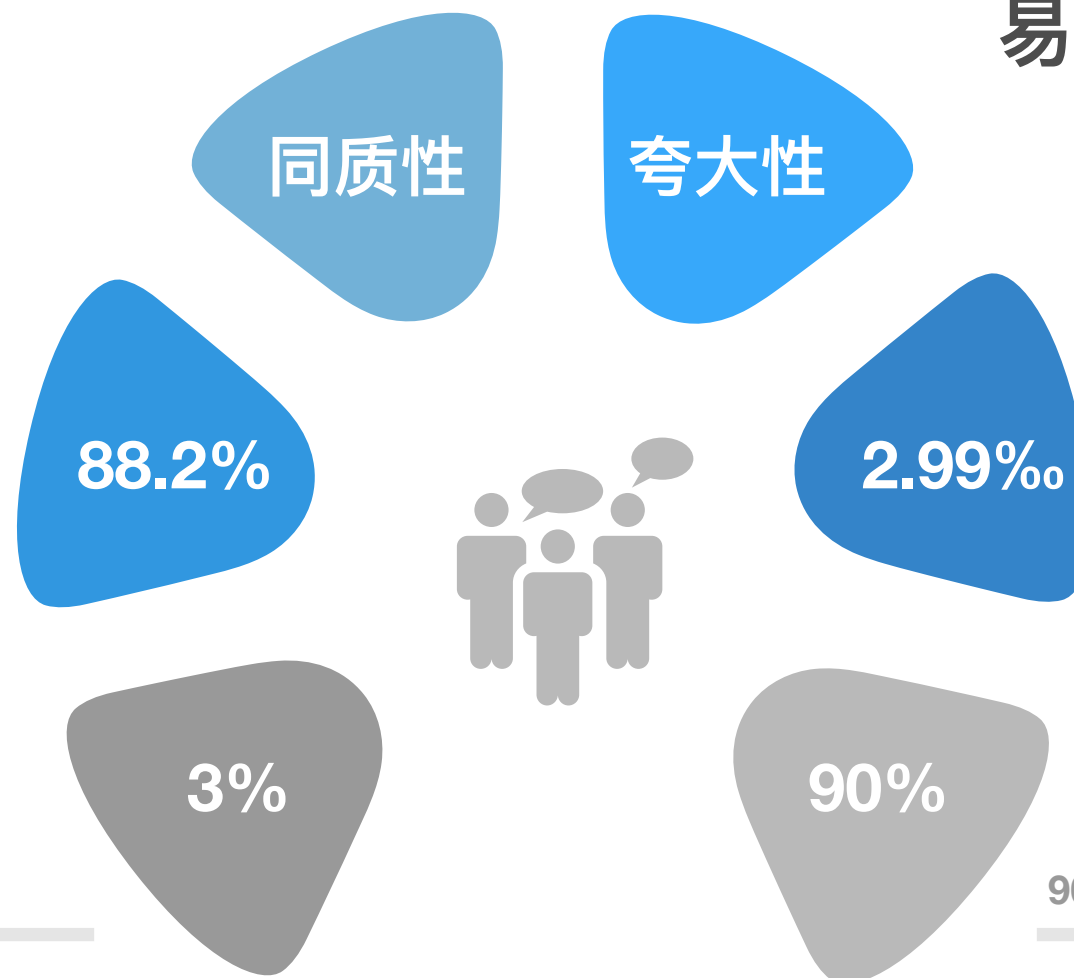
专业知识欠缺

药店中医械平均占比仅为3%

线下购买
渠道少

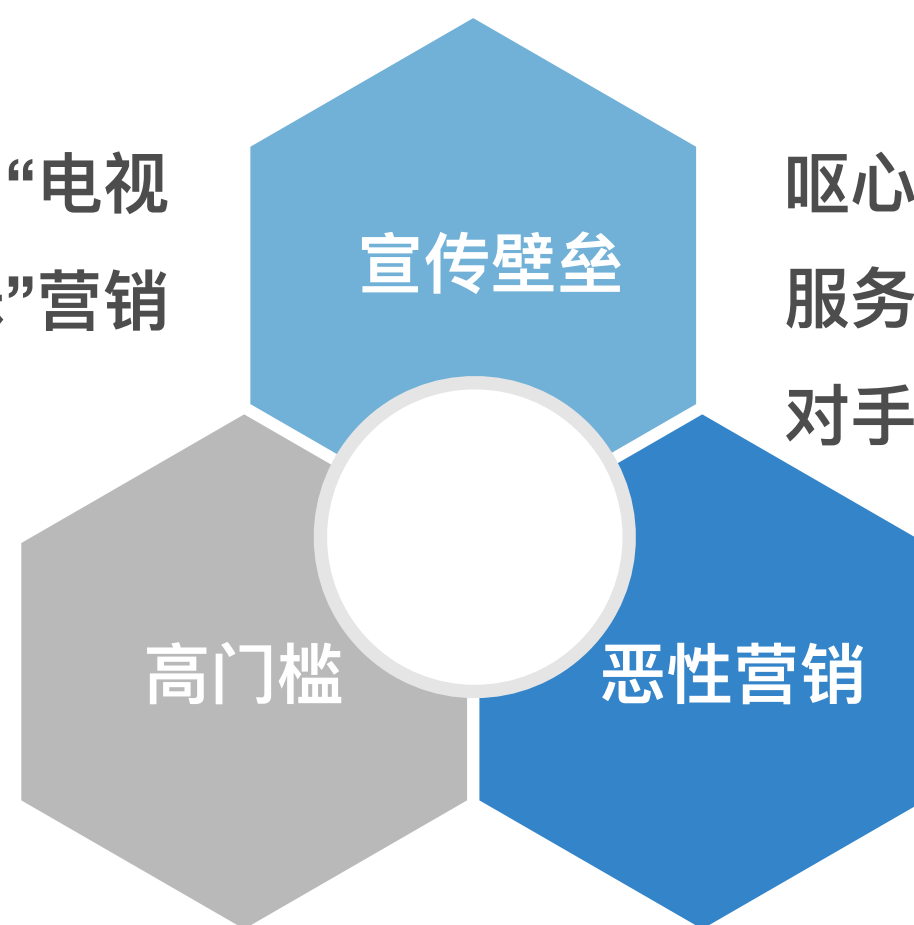
90%以上用户会将包装、说明书丢弃

产品售后服务
体验差



大量国内医械生产厂家产品需要公平 透明展示的平台！

市场深受“莆田系”、“电视购物”等渠道的“特殊”营销方式冲击。



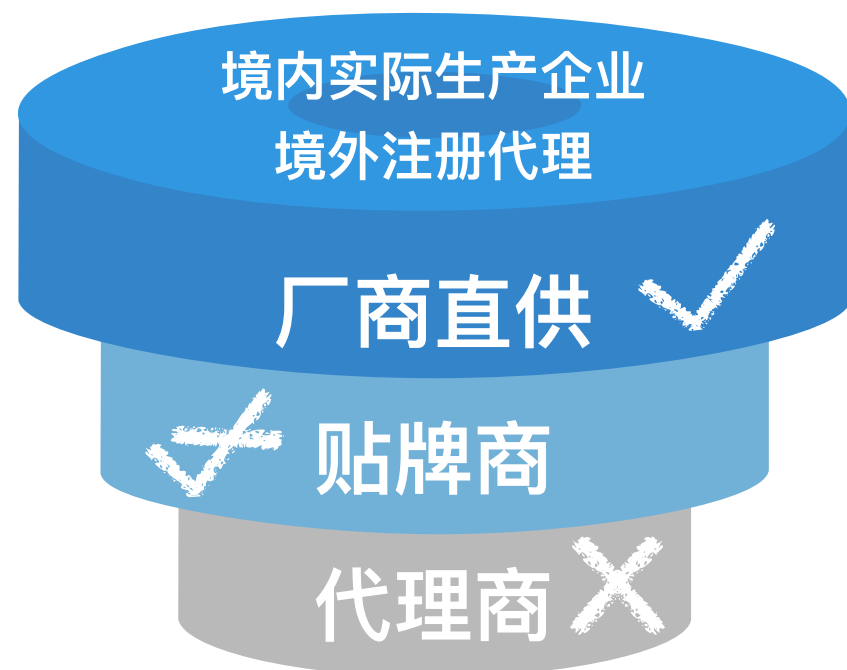
呕心沥血提升性能、质量服务，却输给精于销售的手。

专业监管机构门难进，流通市场路难行。

“关系”难开拓，“渠道”遭垄断。

为了让消费者可以放心买到好产品的同时可以帮助他们
在一堆好产品中挑选适合自己的。

渠道优选



直接从厂商采购，拒绝从代理商拿货，
保证拿货的渠道安全和价格优势

产品优选



将商城供方评审与行业平台资源（监管、
认证、检验）深度融合。产品的性能，质
量更优。都是同类产品中更好的一批！

星标醒示系统

全网站统一占位的信息可视化系统，将产品的关键信息属性进行醒示。

创新排序模型

商品性能 + 厂商综合实力 + 专家打分等方式排序商品，科学推荐，促进用户消费决策科学化。

专业导航菜单

通俗易懂的分类名称导航 + 病种导航 + 适用人群导航，更快更准进入需求对应产品页。

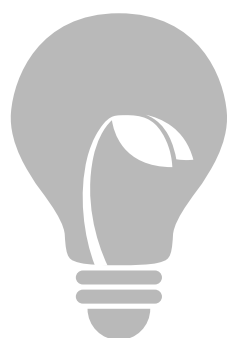
散点坐标判定系统

创新性的将多维度产品性价比以散点分布形式展现，人性化的布局让用户直观了解到产品的品类定位。

详细信息参数对比

用户可将多件同类产品的关键性参数进行比较，呈现对比信息，辅助消费决策和增加消费信心。

精心为医健消费者优选产品，打造透明、安全、稳定、价优高性价比的放心购买渠道。



初期

行业+地缘+人脉优势——一直签首批本质上能够撼动市场的质优价廉的产品。

让合作对象即医
械厂商无法质疑
的软实力



GDFDA背书医械自营平台的第一家



GDFDA首个医械信息查询民生工程



广东省医疗器械管理学会破格担任副会长单位



医械行业国家级+国际级战略合作机构



中期

销售+服务的模式优势——稳固一批，开拓一批优秀厂商作为合作伙伴并确保最惠待遇。

- 帮助市场化不强的优质厂商打开市场大量出货——**利益纽带**
- 全面提升一个产品乃至一个厂家的网络销售竞争力——**知遇之恩**
- 让厂家花一份钱做四件事，并且进一步共享行业资源——**专业服务**

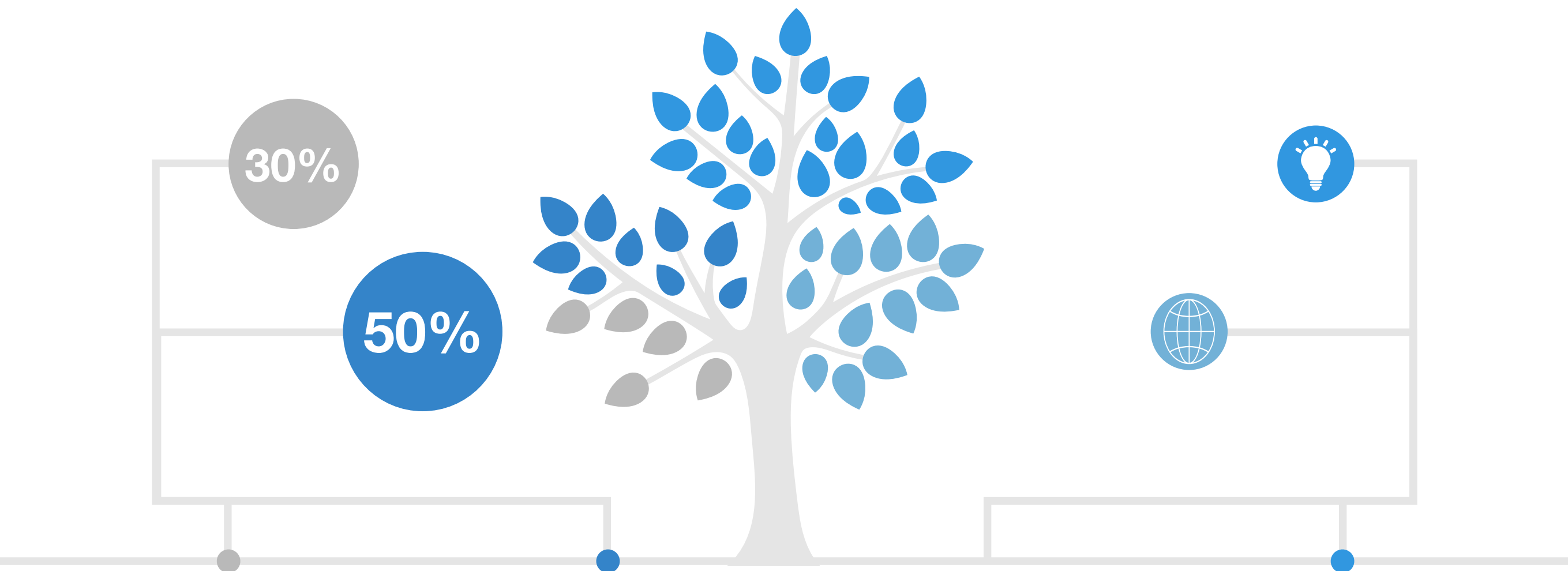


后期

医健消费理念+消费场所的全新生态——既掌握“**什么值得买**”话语权，又拥有（甚至独享）“**值得买的产品**”的最优渠道。

双重优选





厂家检测服务

- 三成的差价
我们以市场价6折的价格获得相关服务。再以9折的价格提供给厂家。
- 双赢
通过检测认证的厂家我们将其支付的费用全额作为首期采购款返还给厂家。

产品销售价差

- 高溢价产品
医疗器械作为高溢价产品，即便砍去中间层层还价，我们仍能保持50%毛利的正常销售价格。

增值衍生服务

- 痛点
高值大型家用器械租赁。
- 粘性
健康顾问管理服务
- 兴奋点
健康大数据

创新工坊盈利

- 认同感
医健优选产品生态圈
- 痒点
医健物联新品开发



自筹资金

创始团队自筹300万元资金启动医健优选项目。



团队组建

公司目前全员22人，80%以上本科学历。



试运营调整

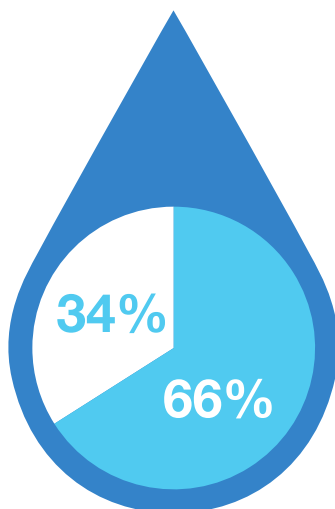
500笔专业人群的订单测试，信息改进，建议回收。



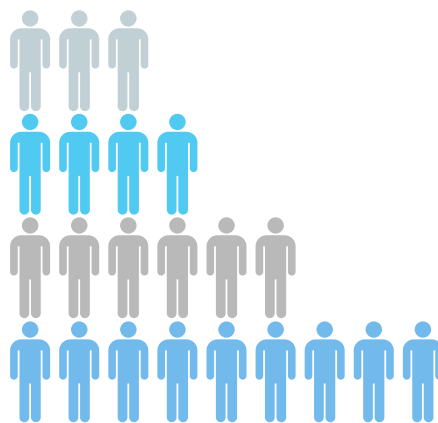
正式上线

医健优选web，app，H5商城于2016年6月19日正式上线运营。

股权清晰



规划合理



人群专业



首月数据

1684	780
用户	销量
234	19万
平均单价	营业额



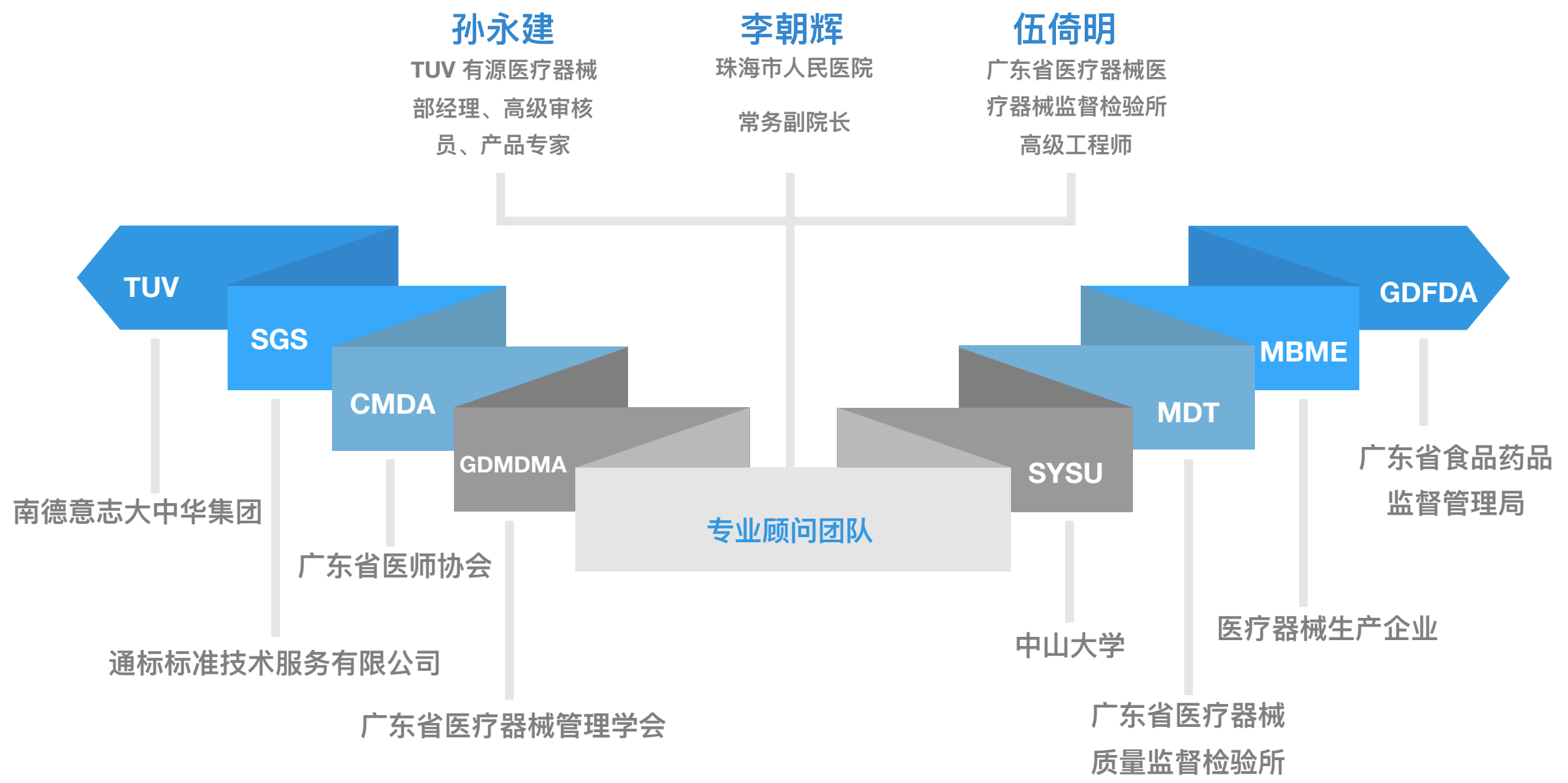
类型	B2C平台型	B2C平台型	B2C平台型	O2O	B2C自营型	B2C自营型	专业B2C 自营型
知名度	高	高	较高	较高	普通	普通	弱
三方入驻	是	是	是	是	否	否	否
SKU	高	高	高	普通	普通	高	普通
专业信息展示	弱	弱	普通	弱	弱	普通	高
质量保证	弱	弱	普通	弱	高	高	高
可视化创新	无	无	无	无	无	无	有

医健优选更先进！

- 零门槛委托运营，为医疗器械打造全新价值衡量体系；
- 投资提升厂商自己=提升排名，并获得高额补贴和销量承诺。
- 若大型平台以同样模式升级将导致其三方入驻店铺流失及降低排名优化收入。



- 杨善鸿**
CEO，三代学医，曾任某医用中心供氧器械生产企业副总经理，带领销售团队累计完成年销售额1亿元以上业绩。
- 万飞**
COO，曾任医疗器械上市企业宝莱特医用科技国际业务部欧洲区域代表；珠海迈博医疗设备有限公司总经理。
- 齐自盛**
CTO，曾任纽约世界贸易集团高级系统师和最年轻的技术主管之一，主持开发高频交易系统的关键技术。
- 廖雨蒙**
CMO，曾任boss直聘市场总监，深圳市跨境电商协会商务总监，5年商务经验，3年市场运营推广经验。





公关宣传推广									
SEO优化	¥ 300,000								
行业媒体投放	¥ 120,000								
新媒体运营推广	¥ 360,000	经营费用							
CPM, CPS	¥ 180,000	办公场地租金	¥ 240,000	团队费用		销售商务渠道			
展会	¥ 100,000	办公费用	¥ 24,000	创始团队	¥ 200,000	行政商务拓展	¥ 60,000	货品库存 + 流动资金	
地推活动	¥ 240,000	员工福利	¥ 60,000	技术维护	¥ 760,000	ISO 13485体系	¥ 80,000	库存（固定）	¥ 400,000
社群运营	¥ 50,000	仓储建设	¥ 40,000	市场及运营	¥ 800,000	认证（太一）		流动备用金	¥ 200,000
三方引流	¥ 150,000	商务接待	¥ 36,000	行政文案	¥ 240,000	厂家开发拓展	¥ 360,000	（浮动）	
合计	¥ 1,500,000	合计	¥ 400,000	合计	¥ 2,000,000	合计	¥ 500,000	合计	¥ 600,000

谢谢！

