**藏象集团合作方向分析**

一、藏象集团主营业务简要分析

1、职业开发推广、人才培训。与“中国就业培训技术指导中心”（CETTIC）、人力资源和社会保障部职业技能鉴定中心（OSTA）合作开发的职业培训项目。

（做的是定期的线下培训，线上或电话报名在实体培训基地进行学习，学习通过后可进行就业方面的服务）

2、品牌加盟。藏象中医辨体健康小屋、藏象中医辨体调理馆，这块业务属于门店加盟，开办养生会錧，合作费用3—10万，区别在于店铺可经营的产品与证书、教育服务的级别不同。

（这里的业务资源主要是“中国健康管理联合会”、“中华中医药学会”、“人力资源和社会保障部CETTIC”给予的加盟的认证、藏象自主的健康工具大礼包“养生工具箱、产品文宣等”，属于品牌店加盟形式的业务”）

3、产品合作。“北京九品源健康科技有限公司”这个是藏象旗下专注于健康养生行业产品的研发、生产、销售及职业教育培训于一体的服务性公司，主要生成一些健康养生的茶饮、理疗工具，这些产品需要配合品牌加盟一起打包销售。

4、产业交流、文化传播、养生专项基金慈善公益平台。这几块主要是公司的品牌文化的建设。

二、合作方向分析

1、在线培训业务。这块利益点从藏象的业务来讲，现在为一个主营业务，但对市场来讲不够利益最大，如果只是用我们的教育平台做这个合作，需要在线学习的学员有相当的保有量和藏象的大量课程投入和经营，我们也需要较多的人员去维护这个平台的运营，我不建议直接把在线培训业务当成最终的合作方向。

2、加盟商服务平台。这块与藏象自身业务关联过于密切，属于定制定的服务产品不了更大的市场效应，只能保障他们自身b端的保有量，这显然也是不够对市场资源有强大的吸引。

3、利用现有的几块资源融合，找出突破点建立起互联网产品带动平台上的现有用户，将线下用户导入到线上平台，再利用平台的资源聚由用户的需求嫁接各种商业资源，这样的互联网平台才是更受现在资本追捧的，不是依赖线下和政府资源而是相互带动。

三、具体合作的产品

1、合作的形式。首先在这样的合作中，我方的的“优势”是：技术实力、互联网平台建设经验、互联网产品运营能力。站在这个角度上我们相互合作可以称为强强合作，减少了大量前期的技术调研和互联网产品的建设投入。

2、做什么样的产品。

* 一期由教育平台入手，快速保有用户，最终串连整个业务体系中的三类用户形成大的互联网和实业相结合的生态平台：

1）、经销商（代理商）应用产品（含推广、招生、交流、推广、产品推荐）；

2）、学员（课程知识点、考试练习、精华短视频课程、养生市场动态、人才推荐认证、招生信息与流程）

* 二期建立完整的数据分析与业务管理平台

1）、建立养生类资源管理台，用于投放资源到用户端；

2）、会员（养生錧或产品效果反馈、与经销商，藏象官方互动、健康分析跟踪、产品推荐、搭建o2o平台）

3）、收集数据分析与反馈，将用户行为与个人体质信息匹配到养生、保健、甚至医疗类的产品上，精准推荐到用户并做出相应服务；

4）、商户资源管理与经营

5）、网络课程体系管理

四、成本与投入

整个平台如果按同时去做的话体量很大，投入也很多，所以我们需要在产品体系中由现有的教育平台入手，快速做出一个对C端用户最适用的产品，将在线学习的用户保有在我们的系统平台，只要初期有一定的活跃用户，就可以分阶段带动我们的资源和“故事”引入更大的资金量。

初期需要技术、产品、设计三方面人才就可以，投入量上大约会在15-20人上下的一个团队，团队形成雏形后3个月内产出一期产品，双方进行线上线下结合的形式运营推广。

中期投入就主要在运营和产品深度建设上，这部分的投入第一看用户活跃数、第二看融资情况和战略规划。

五、总结

对于这个合作，藏象的教育业务是互联网资本的一个入口，用互联网平台将养生、保健、商业、用户这些资源去整合运作，有非常大的市场空间。