

Waterflex 水中健身项目

(有效解决健身房、泳池不能盈利的痛点)

目录

1. 产品介绍 -----	P3~P8
2. 市场概述 -----	P9~P11
3. 团队概述 -----	P12~P14
4. 财务预测及市场规划 -----	P15
5. 融资需求 -----	P16
6. 退出机制 -----	P17
7. 结束语 -----	P18

1. 产品介绍

1.1 目标用户:

健身房投资人、健身房老板、泳池老板、泳池投资人，希望减肥的客户，专业运动员，术后康复，产妇康复，需要改善体质的客户群体，希望改变传统健身体验的客户群体，不能吃苦，不能坚持的”懒人们“。

1.2 典型使用场景:

游泳池，带泳池的健身房，带泳池的酒店。

1.3 市场其他替代产品的差异度:

传统动感单车、跑步机、椭圆机等极易损伤膝盖等关节部位，水中健身由于水的浮力，以及水的按摩作用，人体在水里只有陆地上重量的**20%**，最重要的是传统健身完毕，使用者累得筋疲力尽，在水中健身完毕，使用者却会感到更新颖、更有乐趣。

我司产品有:

水中单车、水中椭圆机、水中跑步机、水中跳床、水中钢管舞、水中瑜伽、水中尊巴、泳衣、水中鞋子、SUP等。

1.4 运营数据

经过山东、上海、江苏、北京的成功案例，参加过水中单车课程的客户，私教转化率提高了**75%**，泳池的使用率提高了**370%**

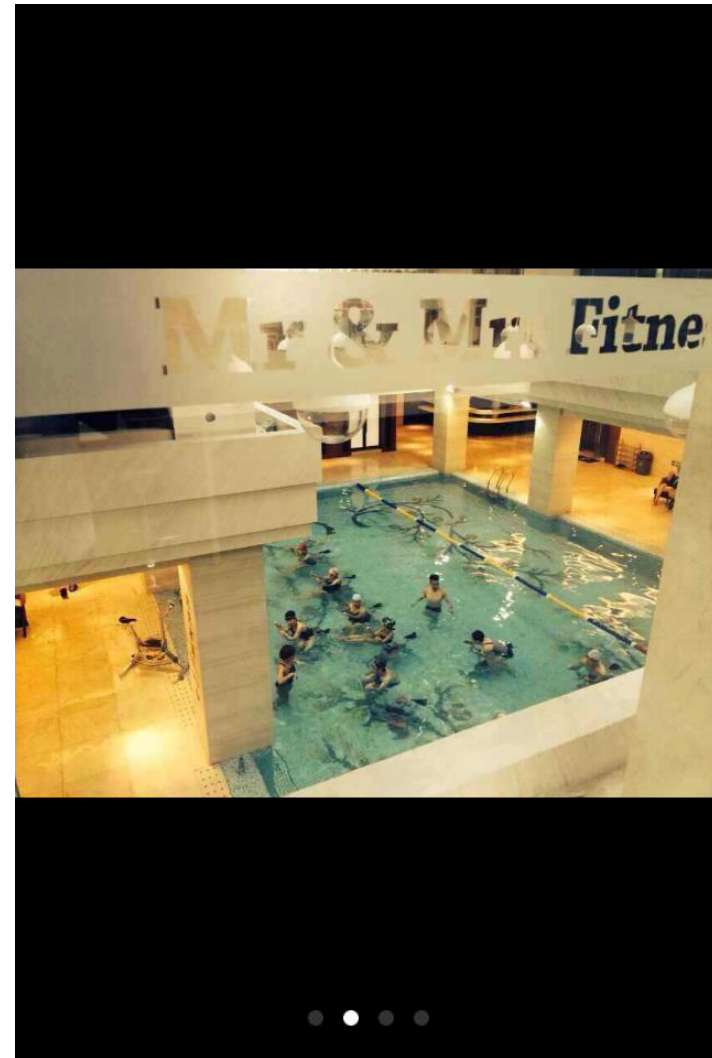
请参考下图客户提供照片

上海琦健身水中健身课程会员拍摄（徐汇店）



Waterflex ----- 水下健身运动领导者

上海琦健身水中健身课程会员拍摄（龙湖店）



It is Water makes you flex ...

山东临沂庆华健身全国连锁俱乐部会员拍摄



北京三里屯洲际酒店



It is Water makes you flex ...

客户反馈:



2. 市场概述:

	国内竞争对手	国外竞争对手	本公司
商业模式	无	B2C	F2C + O2O + 自有教练团队
竞争优势	无	质量优异	性价比高，专业教练团队培训考核，6年专业水准，抄袭难度很大

2. 市场概述:

仅以北京为例，五星酒店约为**350**家、含泳池的健身房约为**1500-2000**家，不算带泳池的四星级酒店或单独的泳池，北京已经有**2300**家潜在客户，按照每个泳池配备**10**台设备，每台设备一万块的价格，仅北京市场，已经有**2300**万的份额，加上二次及后续不断更新的付费培训，仅北京市场份额已经超过**4000**万。

上海、浙江、江苏、福建、广东、山东等地市场情况类似。

国内市场总份额已经达到亿级规模。

目前已经有国内竞争对手在抄袭我们产品，但他们缺少最核心的部分就是培训及完善的服务体系。

我们的竞争优势在于：

1. 品牌优势，**Waterflex**目前在世界排名第一，产品设计全部来自于欧洲，质量标准也是欧洲标准
2. 核心竞争力：经过六年的研发和国外市场销售，我们有着完善的国内外教练团队不停研发水下健身课程
3. 新产品的不断研发与更新：每年我们都会推出**1-2**款新设备，目前我们正在大力研发全球第一款铝合金水下单车，汽车制动式阻力调节水下单车
4. 我司目前也在研发浴缸式水中健身来替代免费的动感单车（也就是不需要泳池）

目前国内健身房传统健身模式已经没有太大亮点，有氧训练比如跑步太枯燥，时间久膝盖还会疼，力量训练太痛苦，很难坚持。水中健身项目可以叫使用者经过**45**分钟的锻炼后，还是充满精力，并且感到很有新意，还想继续锻炼，解决**85%**使用者的痛点即不能坚持。

注：单法国地区自**2012**年起，每年销售金额已经超过**1200**万美金（不包括配套培训服务或其他配件），该销售额每年以超过**20%**的幅度递增。

希望可以借助国家46号文件，根据全民健身上升到国家战略级目标，通过水中健身这个创新型的理念，解决85%锻炼者不能坚持锻炼的“痛点”，切实落实真正的市场需求和民众要求。（下述资料摘自网络）

46号文件即（国务院于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见），到2025年中国体育产业收入要达到5万亿元，相当于8000亿美元，就是说2025年中国要成为世界第一体育产业大国，目前全国已有13个省区公布了促进体育产业发展的地方政策。

最新消息，根据各省区反馈的计划，该数值已经上升到8万亿元。

除去大公司、创业者之外，过去一年，中国体育的领域另一个主角是——地方政府。

“各省2025体育产业‘认购’近7万亿，已破5万亿目标”。不久之前（2015年10月13日），因为新华社报道国家体育总局局长刘鹏的发言，体育圈炸开了锅。

46号文件出台一年里，地方政府“前赴后继”，用不断出台的任务量，回应“5万亿”的大目标。显然，自上而下的体育产业，刮起了一股“领任务”的行政风暴。

实际上，“领任务”这种现象早在8月26日就计算时，并提醒道，体育产业将达到7万亿了。

事实上，出现这样荒谬的现象，地方政府或许有自己的苦衷。在这一波体育产业运动背后，他们其实才是最头痛的群体。

在高层明确提出2025年体育产业规模要达到5万亿的目标下，为了政策落地，各地已经出台相应的计划和指标，但如何具体操作，他们实际上并没有太多好方法。

一位江苏某市体育局的管理者曾告诉说，政策出台之后，他们在全市新建了体育产业创新园区，也打算成立相应的产业基金，问题是如何找相关的体育项目，孵化培育和发展产业的工作，他们表示很茫然。

显然，各地的资源优势并非在2015年才拥有，如今政策一来，指标口号和计划喊出，真正的市场需求是否能一下起来，这其实要打一个问号。

3. 团队概述:

CEO ---- 梁友潇

Airlux Group. LTD. 东南亚市场经理

(开拓东南亚市场, 东南亚小家电市场从年销售额0做到年销售额300万美金)

Hotwind infrared Sauna Ltd. 外贸部总经理

(创建外贸部, 为公司签订最大的法国总代理及国外其他客户)

PoolStar SARL. 中国区客户代表

(he is the family to me, by Raphael Elbaz, CEO of Poolstar SARL.)

Best Faith Trading LTD. 创始人及CEO

Globaz International SA. 副总经理

Waterflex 中国联合创始人 & CEO

Isteno 创始人及CEO



China Master Coach 中国主教练 ---- Ray

NEW COOL健身服务有限公司创始人

中国国家职业健身教练考评员

成功健身学院培训师

中国国家高级职业健身教练

亚洲普拉提学院培训师

2006-2009年镇江扬中市健身训练中心健身教练

常州市英派斯健身教练龙虎榜排名第三

2011常州市起点健身创始人兼培训师

2012年北京健美协会“必确之夜”全国十佳私人教练

康比特阳光教练全国比赛第六名

2014年中国好教练--四星级健身教练

2014-2015 Waterflex 中国区教练培训讲师

CMO —— Sunny Song

前遂生健身华东区市场总监，负责美国知名健身器材品牌在华东市场的销售

美国知名品牌小器械的中国总代理

超过16年的销售渠道经验

同国内知名五星酒店、国内知名连锁健身房有着丰富的合作及服务经验

4. 财务预测与计划（1-2年）：

先主要开拓北京、上海市场：

1. 北京市场预期投入**150万**，找到当地排名前十的健身房或知名酒店合作水下健身，一次性轰动北京市场（预期可产生**1200万**收益）
2. 上海市场预期投入**150万**，找到当地排名前十的健身房或知名酒店合作水下健身，一次性轰动上海市场（预期可产生**1500万**收益）
3. 等北京上海市场进入完毕，花费**100万-200万**推进广东、浙江、山东、江苏市场（预期可产生**1500万**收益）
4. 开拓水下健身公众号、微信（后期研发APP），连同培训、产品打造运动交际圈（预期可产生大批流量，收益不做评估）

6. 融资需求:

融资金额: 500万

出让股份: 10%

预算周期: 12个月

一年时间销售及培训能达到收支平衡

主要用途:

团队搭建: 20%

运营推广: 65%-70%

(前期主推北京, 藉此影响上广深一线城市, 然后辐射成都重庆南京苏州杭州等二线城市, 再将成功模式复制全国)

水中健身APP & 微信 & 微博: 10%-15%

(功能包括外教点评, 水中健身教练数据整合、水中健身推荐、健身元老故事心得、会员交流等等)

5. 退出机制:

上市

公司并购

管理层回购

Thank You.