**本产品面向两类用户：**

**一类是有养生意识的用户**

1. 年龄分布： 具有养生意识的年轻一代、需要养生和强身健体的年老人群
2. 愿望： 获取相对专业的养生知识，健康养生，强身健体
3. 计算机能力： 大部分可熟练上网并且购物，年老人群可在子女帮助下进行体质测试等工作，相对来说比较方便

**一类是销售养生食物、理疗器械的商家**

1. 痛处： 传统的销售渠道已经饱和，竞争激烈，市场小，受新型电子商务冲击大，商品流动周期长
2. 计算机能力： 很一般，尤其不熟悉互联网和电子商务，无法利于其扩大销售渠道
3. 优势： 丰富的货源、丰富的销售经验