

健康陪伴AI商业计划书

Business Plan

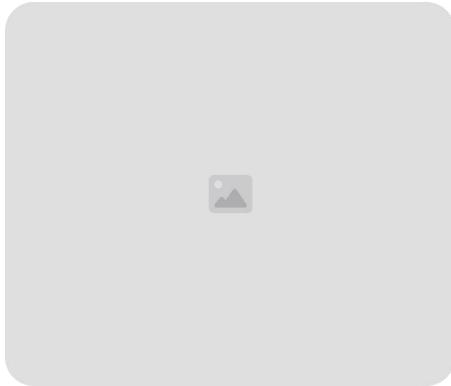
Presented by :

Will

Date Present :

January, 2026

核心团队



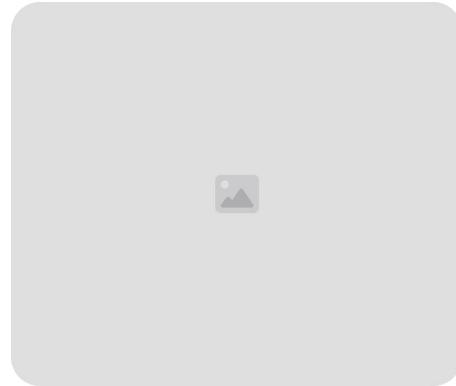
赵锐

前京东运营总监

国家注册营养师

小红书头部营养师博主

西北大学-制药工程毕业

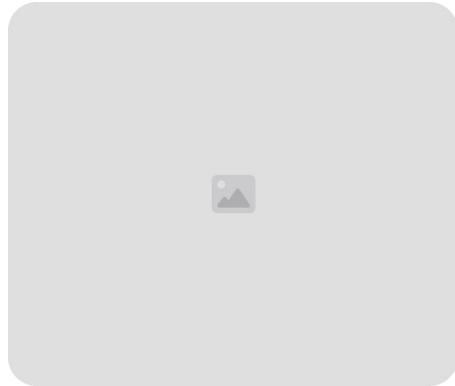


李晨阳

欢聚时代系统架构师

华中科技大学计算机学士

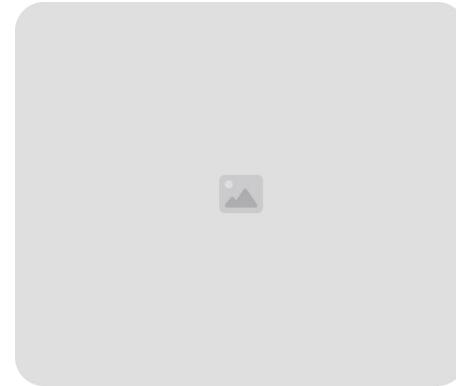
武汉大学人工智能硕士



郭素涵

阿里运营专家

香港中文大学数据分析硕士

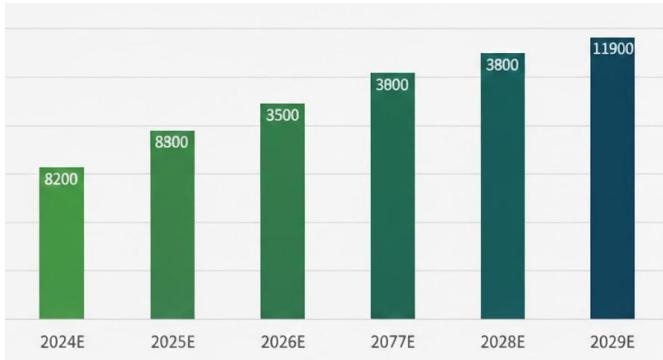


健康需求爆发，但传统健康管理高成本，低成功率

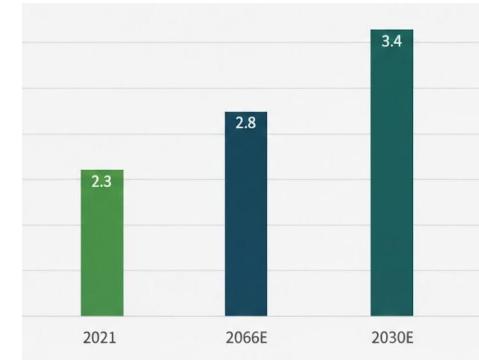
AI将改变行业：让高质量健康管理可以规模化，成本降低100倍

肥胖，慢病逐年增高
即缺专业个性化建议，长期执行失败高

中国慢病市场规模趋势（亿元）



中国超重人群趋势（亿人）



传统健康管理

VS

AI驱动健康管理

高成本 (2000元/月)

质量参差 (人主导)

难坚持

信任低 (保健品配套)

管理成本高，无法规模化

低成本 (20元/月)

高质量个性化

游戏化驱动

靠服务盈利

边际成本低，易规模化

目标用户：

AI将改变行业：让高质量健康管理可以规模化，成本降低100倍

目标用户

30-45，女性，一二线为主

有科学营养基础意识，在吃2款以上补剂

有明确的健康需求（抗衰，减肥，亚健康，四高）

但是缺少方法

不是目标用户

肥胖但极度不健康

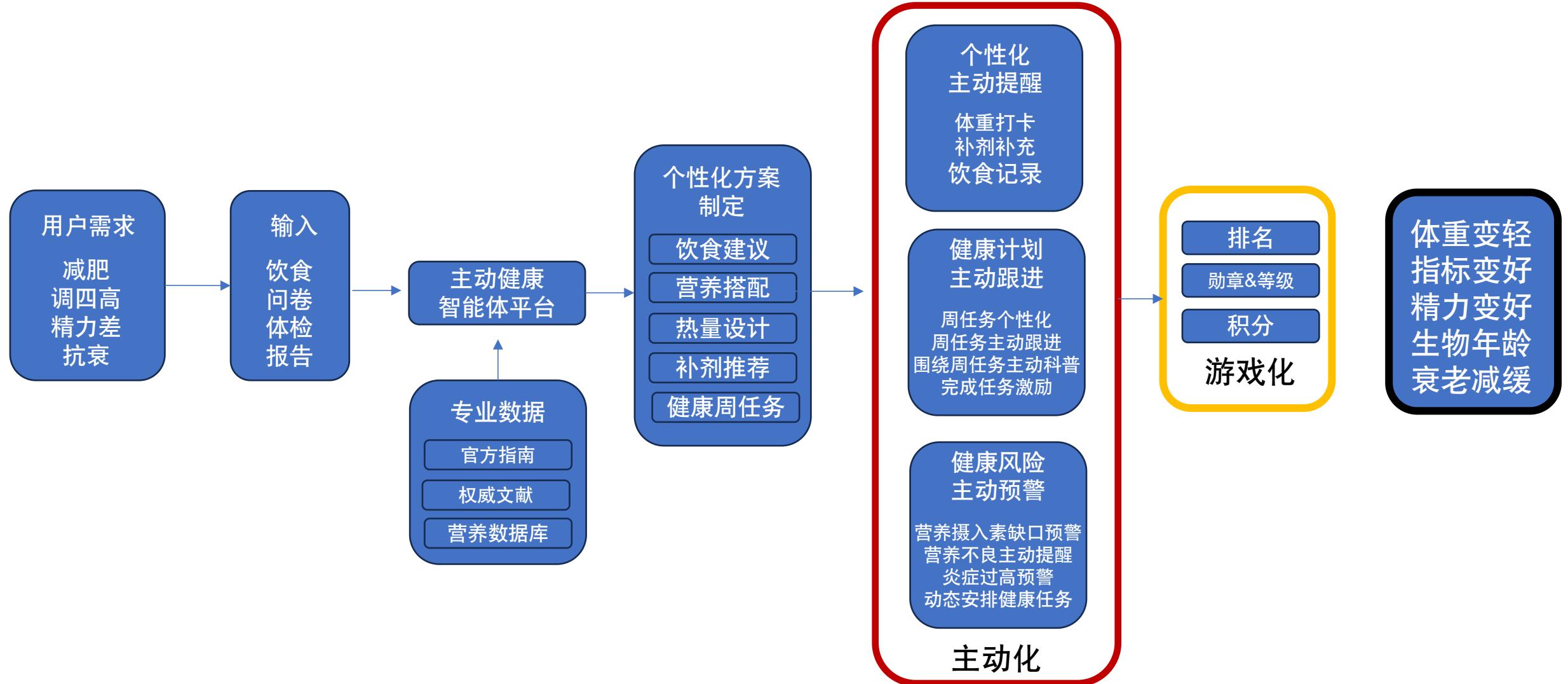
特别注重中医养生

极度繁忙无暇照顾身体

营养领域专业人士

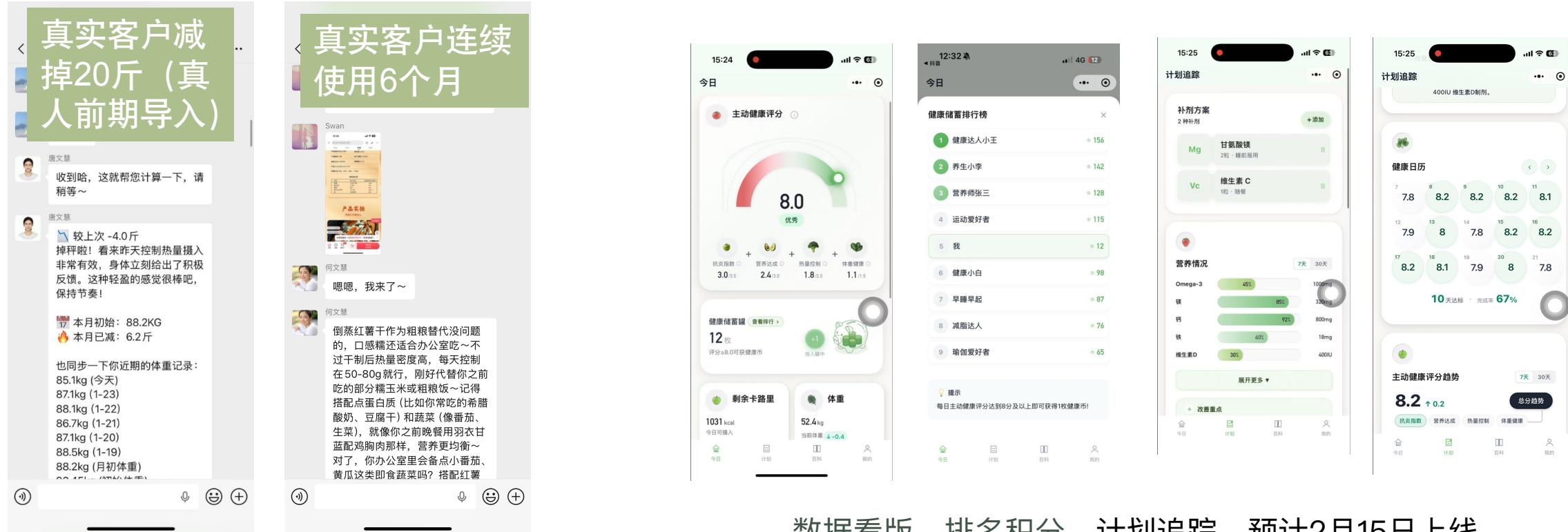
我们把健康管理，从“用户提问”变成“系统接管”

主动管理形成健康闭环，游戏化减少执行难度，身体改变驱动长期使用



150 名付费用户，健康管理闭环已初步验证

减重结果 + 连续使用 + 数据化追踪，系统已可规模化复制



主动提醒，日常咨询，营养评估已验证
(真人导入，AI托管)

数据看版，排名积分，计划追踪，预计2月15日上线

订阅费是基础，客户终身价值上限有空间

基础订阅 + 升级服务 + 增值商品，单用户年度价值 800-1000 元，CAC 明显可控

构成项目	金额 (RMB)	说明
基础订阅 (核心)	248	AI 全年健康管理/饮食运动指导
进阶检测升级 (约30%用户)	+350	专项检测数据分析
增值商品 / 服务	+200~400	健康补剂，商品等
综合 ARPU / LTV	800~1000 元	综合年度单用户产值

渠道类型	CAC 区间 (RMB)	渠道说明
内容 + 私域	40 - 80 元	核心获客渠道，通过垂直内容精准吸粉
用户转介绍 (MGM)	≈ 20 - 50 元	高满意度带来的低成本增长
渠道/B端合作	80 - 150 元	体检中心，健身房、保险机构精准导流

从 IP 冷启动，到可复制增长的获客路径

目前销售渠道已经打通，小红书微信私域初见规模



阶段	核心渠道	代表方式	获客逻辑
早期 (0-6 个月)	内容 + 私域	创始人 IP 内容；创始人私域社群	高信任背书，精准转化
中期 (6-18 个月)	内容规模化	产品账号内容；方法论 / 案例内容；小额投流	内容验证后放大，降低试错成本
中长期 (18 个月+)	裂变 + 合作	老用户转介绍家庭；B2B2C / 企业 / 医疗合作	信任裂变 + 组织采购

从主动健康人群切入，未来可以拓展到慢病管理人群

层级	定义	人群基数	统一客单价 (ARPU)	年市场规模 (RMB)	关键说明
TAM	潜在市场总量	≈ 9,900 万人	¥350	≈ 346.5 亿元	25-55岁、有慢病/亚健康痛点且有付费意愿的人群总量。
SAM	可服务市场	≈ 1,980 万人	¥350	≈ 69.3 亿元	习惯线上订阅制、认可AI数字化健康管理的核心用户。
SOM	可获得市场	5 – 30 万人	¥350	1,750 万 – 1.05 亿元	初步通过私域转化、内容引流及口碑推荐可直接触达的规模。

未来1年里程碑，目前仍然在付费意愿验证阶段

阶段目标	截止时间	关键交付	核心指标	付费用户 (累计)	预期 ARR
验证付费意愿	3/1	AI 方案 + 基础监测小程序上线	付费率 $\geq 5\%$, 7 日留存 $\geq 50\%$	250-1000	≈ 9 万
验证行为改变	6/1	进阶检测版上线；打卡/PK 计划个性化	30 日留存 $\geq 35\%$, 进阶版转化 $\geq 20\%$	1,000-2000	≈ 35 万
验证规模扩张	9/1	内容体系社群 SOP；从个人 IP 到品牌化	用户 $\geq 5,000$; 综合 CAC ≤ 80 元	5,000	≈ 175 万
家庭 & B 端联动	12 个月	家庭套餐上线；企业健康管理 PoC	家庭户均产值 ≥ 800 元；B 端签约 ≥ 2 家	10,000	≈ 350 万
稳定可复制	明年	增长飞轮稳定；自动化续费机制	续费率 $\geq 50\%$; 年营收破千万规模	30,000	$\approx 1,050$ 万

资金持续投入，可以复制，有效，无痛的健康管理系统

用途方向	投入重点	具体内容
产品与研发（核心）		<ol style="list-style-type: none">1、AI 营养与智能体研发；行为激励系统优化；个性化模型持续迭代2、人员招募：前端1名，2名智能体优化
品牌建设（核心）	营销品牌	招募市场与品牌负责人；内容体系与品牌方法论搭建；品牌活动，内容制作，投流

**让健康管理，
从“被误导、被收割”，变成“科学、快乐、被长期负责”。**

健康管理需求激增，AI必将重塑健康领域

Completely synergize resource taxing.



34%

**Brand
Recognition**

Proactively envisioned multimedia based expertise and cross-media growth strategies.



34%

**Returning
User**

Proactively envisioned multimedia based expertise and cross-media growth strategies.



34%

**Return of
Investment**

Proactively envisioned multimedia based expertise and cross-media growth strategies.

我们的愿景

Strategy & Business Plan

*Content Marketing is a commitment,
not a campaign.*

”