

# 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

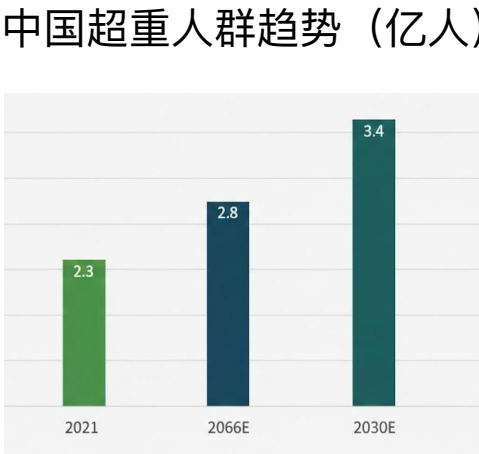
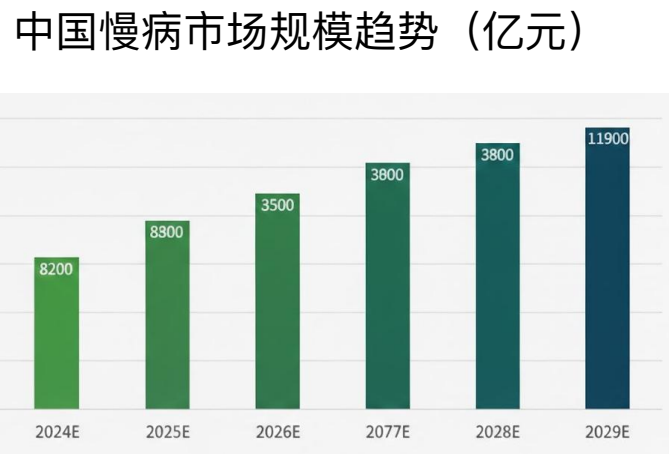
香港中文大学数据分析硕士



# 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



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

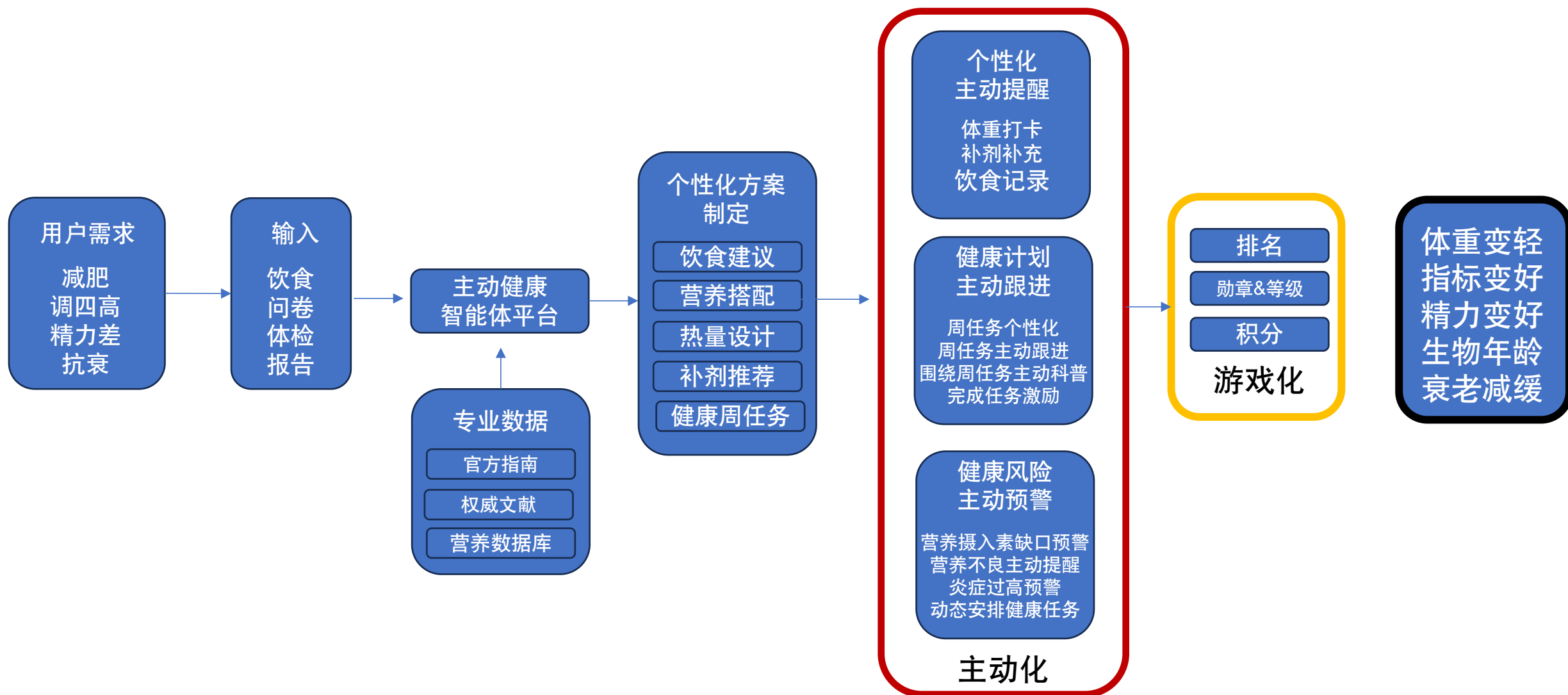
特别注重中医养生

极度繁忙无暇照顾身体

营养领域专业人士

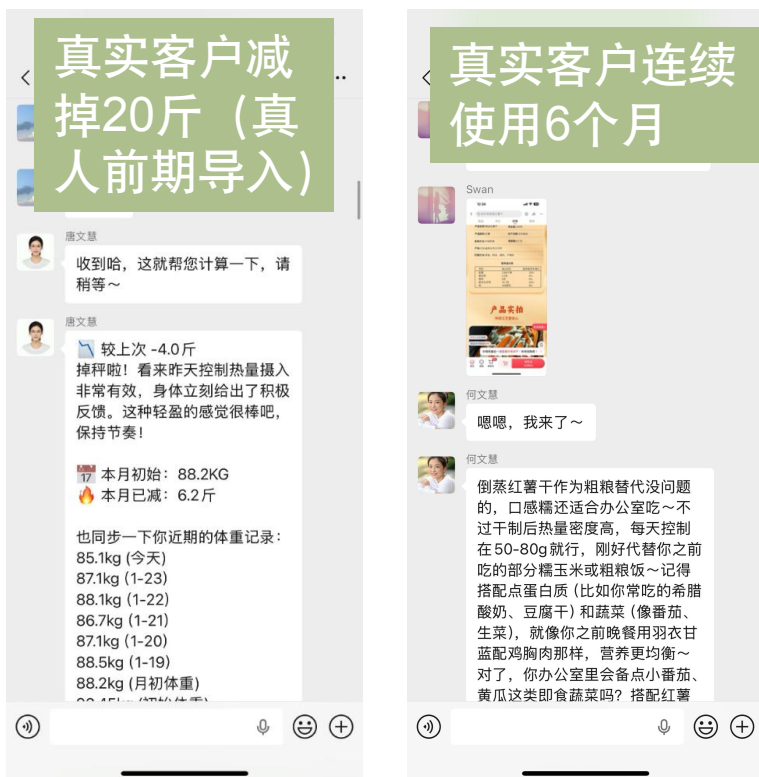
# 我们把健康管理，从“用户提问”变成“系统接管”

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



数据看板, 排名积分, 计划追踪, 预计2月15日上线

主动提醒, 日常咨询, 营养评估已验证  
(真人导入, AI托管)

# 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   | $\approx 9$ 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 | $\approx 35$ 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 $\leq 80$ 元  | 5,000      | $\approx 175$ 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 $\geq 800$ 元; B端签约 $\geq 2$ 家  | 10,000     | $\approx 350$ 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） |      | 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<br>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；<br>内容体系与品牌方法论搭建<br>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.”***

---