创业计划书

项目名称：平安养生馆

策划人：廖美婷、罗凤琪、高夏婷、李诗颖、张楚汶、易小漫、陈达铭、陈健鑫、黄沛东

目录

一、概要

随着人们收入水平的提高，人们追求健康长寿的愿 望增强，加上生活和工作的压力增大、环境的破坏导致的人们健康状况下降，使得人们对健康养生的需求逐年增加。而中医养生有“上工 治未病”之说，上医----医未病之病，中医----医欲病之病，下医----医 已病之病的理论基础；通过中医传统理疗、经络疏通、调解人体阴阳 平衡为主、以治未病为目的打造出**具有中医特色的养生馆。而**目 前还没有一家专业技术性强的养生馆，以及旅游客流的需求，足以 开展第一家具有特色的中医养生馆，抢占先机，独占鳌头。

二、公司介绍

1.公司名称：平安养生馆
2. 项目规模
选址在新城区内，200-300 平方米左右的商铺，交 通流畅，停车方便，周边商业氛围的环境规模。
3. 经营理念
中医特色养生馆通过独特的推拿、艾灸、药浴、 熏蒸、养生茶、药酒等养生项目的服务，达到全方位、针对性、见效 快、纯自然疗法的亚健康调理项目，以满足人们养生保健需求，突出 专业性、品牌性、规模性的特色养生馆。

4.创业背景
现代社会发病率的逐年攀生，亚健康人群的大幅增加，全社会医疗及卫生支出越来越大，呼唤着健康产业的全面发展，全民养生健康热潮运动的流行。从媒体到消费者，养生与健康已经成为最热门的话题之一。中产阶级的形成，老龄化社会的逐步来临，为健康产业在中国发展奠定了群众基础。且随着电脑广泛使用，日常工作中长时间使用电脑的人群越来越多，人们颈椎病的患病率不断增加，发病年龄也在不断往前推移，颈椎病年轻化的趋势越来越明显，这也导致了我国颈椎病治疗市场的前景非常可观。改革开放 30 年来，美容行业惊人的发展，层出不穷的各类产品及品牌投入市场，但是大多数产品还是停留在传统美容护肤的理念。大多还是在做面子工程，项目只做表面化。随着市场需求及亚健康人群的增加，美容与养生的结合及运用将成为一种突破及趋势。做为美容行业认识必须要具备美容与养生的观念及意识。要想达到健康自然美丽，就要从根本着手，治标治本才是美容及养生的关键所在，没健康

谈何美丽。亚健康给身体带来层出不穷的身体状况，写在脸上就是痘痘、色斑、敏感，任何面子问题都跟身体有关，身体健康了脸蛋也就漂亮了。写在身体的感觉：头晕乏力，嗜睡，精力欠佳，免疫力低下，腰腿酸痛胀，肩颈疲劳，身体机能老化，健忘，五脏六腑失调等等症状。这部分人群算不上病，医院不收治，可是每天困扰着你。这部分人群数量高达 70-75%，很是惊人，你我可能都会存在亚健康的状况。

三、中医养生项目

1、推拿、按摩、针灸；
2、悬灸、艾灸、拔罐、刮痧；
3、药浴、熏蒸、足浴；
4、养生茶、保健品；
5、药油、药酒；
6、女士美容美体减肥；
7、中医体质辩证、体检、咨询。

四、中医养生馆营销

1、市场细分

a) 三十岁以上的老板，白领，政府人士，银行工作人员等；
b) b)25—55 岁的女性，有中等以上的收入；
c) 追求健康自然的中医养生人群、老年人；
d) 颈肩腰腿痛、骨质增生等亚健康人群；

2、市场定位

中医特色养生馆—用中端的价格，高端的服务，专业化的水平为客 人服务，设计成金字塔赢利模式。也就是说，在赢利模式设计时，要 组合不同的产品和服务，主要分为两部分：一部分是没有特色普遍性 的项目，它们作为利润的金字塔底部分，这些服务大多是微利或不赢 利的，比如足浴，推拿是很多养生馆都有的，也是一般人都能消费的，那么这部分价格就不能定的很高了，普通大众都能接受，而且比医疗 机构价格又实惠，又能享受到好的环境。另一部分则是非常有特色和 竞争力的项目，比如药浴熏蒸、艾灸、养生茶、药酒等这部分产品或 服务有中医特色，客户对它们的认知利益应该要非常高才可以，它们 作为金字塔顶，可以销售价很高，这样利润就有了。总的说来，“金字塔”赢利模式，就是既要有“暴利”的产品又要有微利的产品，既要有高端客户，又兼顾中低端客户，组合起来，分别对待，才能达到养生馆综合赢利。

3、环境定位

a) 整体风格：室内精装修古朴优雅
b) 失时尚，创造视觉、心境上 最佳享受。洋溢渲染中国风情（中医是中国的国粹，适当采用中国风 可以给人舒适安宁的感觉，跟养生的主题很贴合）的风格。（围绕中国古典风格，统一服装（服务员服装可以采用中国风，

比如旗袍、唐 装、中山装等）宣传单，服务项目名称等诸多方面加以充分烘托）；

c) 养生馆环境促销：作为环境促销，主要为内外部环境。外部环 境能吸引顾客进店标题醒目容易记住，体现中医风格健康的元素；内 部环境能刺激顾客消费，并成功挽留顾客。以古典、节奏缓慢的轻音乐为主，使顾客感到放松，舒适，点上植物精油，让养生馆弥漫着一 股醉人的花草香气。

4、促销方式

a) 广告促销 互联网促销：通过写软文，新闻稿等形式在本地论坛、贴吧，微 博推广本店及服务，建立知名度。辅助群发邮件（使用 QQ 邮件，因为 QQ 使用人群，人员广）进行宣传。条件要是允许的话，建立自己的养 生馆网站，发布各种信息，帮助顾客网上答疑；

b) 人员上门推广。 因为您的客户群主要是一些机关工作人员白领及老板。所以除了 广告营销之外一定要配合人员营销。建立客户群关系。对于机关单位 可以去跟单位商量能不能以福利卡的形式买的消费卡。所以要是这个渠道销售最主要，主要通过关系客户，达到网状式营销；

c) 常规促销。 充分产品销售有利时机：新产品上市促销、流行项目推广时期，进 行会员发展及优惠抵价券的派发。重要节日促销：元旦、春节、妇女 节、母亲节、教师节、中秋节及周年庆典。在这些节日举行优惠活动， 发展会员及优惠抵价券的派发；

d) 专业促销 经常开展一个中医养生免费学堂，一星期开展两次或者一次，地 点放在自己的店里，邀请老板，领导，白领人士、亚健康过来学习养 生健康知识。发展自己的客户。一传十，十传百，学员会越来越多。 效果会更好。

五、管理制度

要想做到长期发展，以及长期留住客户赢的好的口碑。跟我们的 内部管理是分不开的。甚至可以说，内部管理就是我们的生命线。因此，需建立经营管理制度，达到更好的经济效益。

1、日常管理制度、考勤制度；
2、奖励制度、卫生制度；
3、工作流程制度、行为礼仪制度；
4、专业操作规则、专业服务用语；
5、会议制度、培训制度；
6、人事管理、财务制度。

六、投资计划

本项目总投资计划48000万元，通过1年时间形成规模和口碑，2年时间达到赢利，3-4年时间收回成本。

（一）投资规模 1、面积：200-300平方米左右 2、布局：前台导诊厅 1间 中医专业咨询室、接待室 1间休闲茶室和产品陈列区 1间 女子专业区 2间。 3、人员：

总负责人：1 人 专业养生技师：5-8 人 前台收费行政后期： 2 人

（二） （二）投资成本 1、房屋室内精装修：10 万元 2、购置养生设施设备、家具家电：6 万元 3、广告宣传、开业庆典、公关促销：3 万元 4、房屋租金：3-5 万元/年 5、人员工资：平均每人 3000 元/月 6、养生医用耗材、员工服装、办公用品、水电网络等 2 万月/元。

（三） 效益分析

分三期

1、建馆开始营业后，第一期为投入期。需投入广告、宣传，让需要中医保健养生的朋友对我们的特色中医养生馆有一个认知过程，时间为一年。

2、第二期为无回报期，此期开始有会员加入。各馆室开始正常运行，但收入与支出最好也只能收支平衡，此期为一年。

3、第三期为会员稳定期、回报期。此期各会员稳定，并不断有新 的会员加入，散客户也会源源不断；养生馆的效益开始大幅度的上升。 第四年以后的每年会以 30-40%效益利润的增加。 具体数字会与建馆投入的资金、场地、设施成正比，在此未祥列出。 六、项目总结 中医医学是祖国的宝藏，中医文化深入人心，中医养生效果在人们 脑海根深蒂固，中医技术的实用性、专业性得到社会的认可，尤其是 她的自然环保、无创伤性、无药物副作用体现出神秘性效果。我们利 用名校、名医的名人效果，通过专业性、技术性为需要和懂得养生的 人士提高优质的服务，达到养生馆的赢利，再结合旅游资源的客流， 为我们的养生服务提供丰富客源。技术传品牌、管理出效益，特色养生馆项目切实可行。