



养老商业模式构思



张其成
2023.12.26

版本：1.3

更新时间：2023-12-26

养老概述

- 行业渗透率不足20%（资本的观点）
- 老百姓对养老的观念：进了养老院就是在等死（不安全、不快乐）
- 养老成本过高
 - 转介绍获10%收益
 - 渠道共享，大礼包设计（资源整合）
 - 满购赠养老成本
- 理念：做一个可感知的养老，比在家养老更幸福。
- 定位：年轻人为客户，老年人为用户
- 生态：与用户合伙，拿佣金，组建亲友生态
- 宣传片：省钱篇、快乐篇、保障篇、共建篇



养老模式——客户痛点

理念：让长者融入大家庭，开启第二个春天。

广告一句话：做一个可感知的养老，比在家养老更幸福。





养老生态的优势清单

省钱

建立生态园区（积分机制，农业、义工（老人互助团，培训支持）、轻手工业：需资源整合，针对有劳动能力的老人，赚积分）

甄选产品，（半成品）供应链赋能，降本提效，集中采购或服务接入，提供按摩保健服务

快乐

亲子/异性互动/亲友团、互联（监控、视频连线，也可以作为引流工具）

老年保健操、文艺表演（给予一定的自主权，推荐落实）//、特色服务（生日等）

老年大学（从需求出发，园艺）

服务（旅游、周边游）

对接关怀机构（文化敬老）

赋能保障

老人健康水平监测互联平台（子女随时可以了解，包括穿戴设备、人工不定期检查（推荐周期、实施周期，按标准定价））

建立大数据监测预警系统（通过数据赋能，降低偶发事件发生的概率）、提供配餐供应系统（分类按需就餐），对于驿站，提供终端接入、集中养老推荐系统（大数据赋能）

有条件可以采用大模型的垂直医疗赋能（需要咨询百度的大模型对接能力）

引流

驿站提供免费的常规检查服务（身份识别+自动化检查）+的赋能引流

养老模式——免费生态（拓展）

- 常规费用免费，交3年押金（分3档，对接投资机构）
- 保健需求个性化评估辅助决策系统
- 消费平台满购免，一样的品牌与价格，一样的促销活动（618、双11、双12等）
 - 保健品（膳食，个性化决策服务，避免无效消费）
 - 家庭生活必需品（消费迁移，甄选后商品必须是客户能够认可接受的）



模式三步走

- 方向选择，与客户同频，客户不认同，为无效模式
- 模式打磨，深入沟通，现场考察，选择最优切入点
- 模式落地，规则量化设计，客户触达



模式三境界

痛点不痛

- 服务可信、效果可期、过程可控

免费降维

- 消费迁移、消费后置、消费金融

特色壁垒

- 技术→服务→文化



大健康底层逻辑



健康
中国



模式概念——集群经济体

- **定义：**封闭式生态循环体，降低集群内的综合成本，规模化经营，集中购销，赚外部供应链的钱。
- **运营等效：**一个国家内自成生态循环，内部无关税，通过规模化需求，在外贸交易上有议价的话语权，降低交易成本。
- **适用模式：**前端免费，后端盈利，生态内价格保护。
- **适用场景：**一个生态系统的建立，其中各个组成部分通过内部合作形成协同效应，实现整体利益最大化。
- **拓展应用：**政府在招商引资过程中，为了获取某个核心资源，可以把整个闭环打造完毕，再引入该资源，使循环体运转起来。

模式案例——写字楼租赁（50套，260万）

- 租金：第1月100万，第3个月100万，第6个月60万
- 收租：
 - 租金锚定价：6万/年（5000元/月）
 - 一套，3万/年押金，交3年，合计：150万/年
- 共享销售
 - 只收办公桌、茶几台的月租费500元/套+管理费200元/套，合计：3.5万元/月，42万/年
 - 食堂，30元/2餐/1天×20人/套×50套=3万/天，180万/2月，30%，盈利54万
 - 电脑，6000元/台×10台/套×50套=300万，25%，盈利75万
 - 办公椅，600元/张×30张/套×50套=90万，35%，盈利31.5万
 - 办公用纸、纯净水，67.5万





商业模式，只可模仿，不可复制，结合优势，方能成功。

守住初心才能让商业模式实现自己的品牌之路，并走向持久，为什么要这么说，可以领悟一下我在百家号里讲到的关于“良性资本”的观点。总之，要想赚一时之快，还是想赚一世之福，全凭自己心中的一念。



