

# 南阳中医馆商业计划书编制撰写公司

产品名称	南阳中医馆商业计划书编制撰写公司
公司名称	河南刘贵商务服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	品牌:南阳中医馆 发布品牌:融河矩媒
公司地址	河南省南阳市卧龙区卧龙岗街道卧龙路经纬国际1号楼810（注册地址）
联系电话	13323693821 13140513661

## 产品详情

中国医药学是一个伟大的宝库，应当努力发掘，加以提高。——诺贝尔医学奖屠呦呦引自毛泽东的话。

### 一、项目概况

中医，华夏文明传承的瑰宝，数千年来，历经无数战乱、瘟疫的中华民族，正是因为中医默默守护绵延至今。

中医馆始终恪守中医理念，收集蕴藏在民间非常丰富、简单而又疗效神奇的治疗疑难杂症的偏方、秘方、验方进行应用和研究，旨在弘扬中医传统文化、传承祖国医学为已任，是集中医诊疗、中医理疗、健康教育、中医研究及中药销售等为一体的特色大型中医馆。

#### 1.中医馆文化

使命：弘扬中医传统文化、传承祖国医学。

价值观：中医智慧，大医精诚。

定位：传承和弘扬中医的健康医疗平台。

愿景：中医实现伟大复兴，中医馆成为国际顶级中医健康医疗平台。

#### 2.经营理念

中医馆通过独特的中医诊疗、中医推拿、中医针灸、中药药浴、中药熏蒸、中医拔罐、中医理疗、中医

解毒美容美体等中医自然疗法服务，达到全方位、针对性、见效快、纯自然的中医疗法，以满足人们健康需求，突出专业性、品牌性、规模性的特色中医馆。

### 3.项目定位

中医馆是集中医诊疗、中医理疗、健康教育、中医研究及中药销售等为一体的特色大型中医馆。

## 二、市场分析

### 1.中医现状

中医正迅速走向衰落，中医药服务领域在缩小，特色优势有淡化趋势。

中医治疗率低、危急重症就诊率低、中草药使用率低。

中医管理机制僵化导致中医举步维艰。

中医药人才临床经验相当匮乏，名中医奇缺。

中医药事业后继乏人，中医药人才大部分有西医化趋势。

中药资源短缺、质量不稳定、制剂工艺粗糙、临床用药的安全性、有效性等问题。

### 2.SWOT分析

#### 优势

- a.中医副作用少；
- b.中医拥有深厚的群众基础；
- c.中医博大精深，涵盖了多种技术与治疗方式

#### 劣势

- a.传统中药需要煎煮后服用，过程较为繁琐耗时；
- b.中药味苦，药性温和，起效较慢；
- c.诊疗方式由古代的经脉学说发展而来，现代科学较难验证。

#### 威胁

- a.西医医学运用现代先进科学诊疗手段，国际认可度高，根据性强；
- b.西药药性强，起效快，易见成效；西药服用方便，而且较传统中药容易入口。

## 机会

- a.发展中医药是国家未来全球战略和经济发展的需要；
- b.随着健康观念的变化和医学模式的转变，中医药越来越显示出独特的优势。

## 3.市场前景

21世纪以来，随着人们生活水平的提高，社会压力的增大，人们越来越关注自身的健康，强烈要求全面提升生活品质 and 生命质量。同时随着西药的泛滥，副作用的危害也让人们心存敬畏，于是中医顺应了大众的需求，很好的实现了人们的期望。随着健康观念的变化和医学模式的转变，中医药越来越显示出独特的优势，许多发展中国家和发达国家都在开始应用传统医药。中医星火燎原已成趋势，中医馆市场前景为越来越多的人看好。

## 4.目标客群

白领、老板、政府人士

亚健康人群和中老年人

中高端收入的女性

中医拥护人群

追求健康养生的人

## 5.未来规划

2018~2020年中医馆在济南竖立品牌形象，并且达到赢利和回收成本的目的。

2020~2022年中医馆布局山东并在全国中医行业市场开展连锁医馆。

2022~2024年登陆资本市场，抢占全国中医行业资源市场。

## 南阳中医馆商业计划书

### 三、商业模式

#### 1.运营模式

中医馆+官网+客户

中医馆的运营模式是互联网+中医馆的模式，建立官网作为医馆和客户沟通的桥梁，客户可以通过官网进行咨询、预约和购买中药等服务；同时医生对客户的诊断情况上传到官网（只有客户自己和医生可看到），其他医生也可以根据诊断情况进行讨论交流，客户可通过医生之间的交流对自己的病情能够更深层次的了解。

## 2.盈利模式

### 特色服务+普通服务

“金字塔”赢利模式就是用中端的价格，高端的服务，专业化的水平为客人服务，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，才能达到中医馆综合赢利。

## 3.股权分配模式

创始人（投资人）51%+其他投资人、医生及管理层49%

## 四、组织管理

### 1.组织结构

### 2.管理制度

中医馆要想做到良好发展，以及长期留住客户赢的好口碑，这跟中医馆内部的管理是分不开的；甚至可以说，内部管理就是中医馆的生命线。因此需建立完善的经营管理制度，以达到更好的经济效益。

### 3.客户推荐制：

顾问推荐客户到中医馆就医，顾问可获得一定顾问金。

### 4.中医馆医生类型

#### 供职型医生

医生就职于中医馆，不可在外再兼职。

#### 顾问型医生

医生在中医馆属于顾问，可在外兼职，每周只需在规定时间内在中医馆上班即可，且客户由中医馆推荐或自带客户。

## 5.会员制度

购买中医馆的产品或在官网直接进行注册申请成为普通会员，依据消费额度或购买可升级为星月日三级会员，同时享受相应级别会员待遇。

#### 会员等级

普通会员：购买中医馆的产品或在官网直接进行注册申请成为普通会员。

星级会员：消费满5000元或2000元/年购买即可晋级为星级会员。

月级会员：消费满10000元或5000元/年购买即可晋级为月级会员。

日级会员：消费满20000元或10000元/年购买即可晋级为日级会员。

## 会员享有待遇

普通会员：购买产品享受9.5折优惠。

星级会员：购买产品享受9折优惠，服务优先权；享受在线多医会诊，线下治疗线上论证。

月级会员：购买产品享受8.5折优惠，定期专人回访和个性贴心服务，享受在线多医会诊，线下治疗线上论证。

日级会员：购买产品享受8折优惠，私人医生回访和个性贴心服务，享受在线多医会诊，线下治疗线上论证，生日当天可获赠生日礼物一份。

## 五、项目规划

### 1.项目总规划

### 2.功能规划

### 3.项目装修定位

中医馆采取中国古典建筑风格的精装修，古朴优雅不失时尚，创造视觉、心境上良佳享受，洋溢渲染中国风情。

### 4.项目工作人员着装定位

中医馆工作人员围绕中国古典风格，统一服装（唐装、中山装等）。

## 六、营销策略

### 1.合理的市场定位

中医馆需要充分的进行市场调研，通过调研了解市场情况，以达到精确的市场定位；中医馆是集中医诊疗、中医理疗、健康教育、中医研究及中药销售等为一体的特色大型中医馆。

### 2.准确的市场切入点

中医馆是在赚取眼前利益的同时，更赚取未来的大市场 and 长远的诚信品牌。未来消费者选择产品会从以价格为首要参照标准逐步转向以质量和服务为第一选择。

### 3.特色产品差异化

中医馆依托“福”文化定位，以传统中医理论体系为依据指导项目与产品开发，发挥正统道地阿胶特色

优势，塑造中医行业第一品牌；“福”字，是中医馆比较独特的也是比较基本的特点，“健康是福”，区别于其他中医院与中医诊所，产品差异化将带来无限商机。

#### 4.目标客户精准传播

“商机创造服务”，一个好的中医馆不仅需要自身质量过硬，也要通过合理的包装和精准的推广才能达到效益扩大化，所以中医馆需要提高自身服务质量的同时也要达到精准传播。精准客户营销为企业实现精准的目标客户传播及创造业务机会的双重价值。

#### 5.宣传渠道

网络渠道

传统广告媒体

面对面营销模式

### 七、财务分析

#### 1.投资计划

中医馆总投资预计6000万元，资金主要用于中医馆的装修、医疗设备、工资福利等方面；中医馆预计通过1年时间形成规模和口碑，2年时间达到赢利，3年时间收回成本。

#### 2.经济效益

中医馆的经济收益在第1年因新开业，影响力和知名度还不足，所以收益上相对较低，但是，随着中医馆的宣传推广和口碑效应，第2年收益将会相对平稳，所以预算中医馆的经济收益以第2年为基准：

中医诊疗：200元/人次 × 200人次/天 × 365天 = 1460万元

中医理疗：250元/人次 × 200人次/天 × 365天 = 1825万元

中药销售：50元/副 × 500副/天 × 365天 = 912.5万元

代煎服务：10元/剂 × 100剂/天 × 365天 = 36.5万元

投资回报率 = 净利润/投资 × 100% = (2920 + 4234 + 5450 - 6000) / 6000 × 100% = 110%

中医是祖国的宝藏，中医文化深入人心，中医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，尤其是它的自然环保、无创伤性、无药物副作用和体现出神秘性效果。中医馆项目可以利用名中医的名人效果，通过专业性、技术性为有需求的人士提供中医优质服务，达到中医馆赢利的目的。现今中医已有燎原势，中医市场前景可观，并且中医行业经济效益良好，所以中医馆项目切实可行。

。