



据不完全统计，中国有70%的人处于亚健康状态。根据《亚健康中医临床指南》解释，亚健康是人体处于健康和疾病之间的一种状态。亚健康者存在一定时间内的活力降低、功能和适应能力减退的症状。

在所有亚健康群体中，70%的群体常年肠道不通，83%的女性患有各类妇科疾病，80%的中老年患有颈椎病，40岁以上男性80%的饱受前列腺问题困扰.....遍布在大街小巷的艾灸、按摩针灸店承载着人们的迫切需求，但这远远不够。市场需要一个足够健全的、规范的品牌机构提供健康干预、调理服务，及全方位的健康解决方案。

直到美伶缘出现。从2016年到现在，它已经在全国布局了500家健康干预中心，为至少100万个亚健康患者提供全方位服务。

找到用户，服务用户

市场需求为创业埋下种子。10年里，美伶缘所属集团已经在大健康领域布局了众多的医疗器械线下门店、串连起线上医药网，编织起一张连接线上线下的网。

种子开花结果，也要孕育新的生机。根据《中国大健康产业市场运行暨产业发展趋势研究报告》统计，整个2016年，中国健康产业规模接近3万亿元，预计2020年将达到12.9万亿元。在这条大而全的产业链上衍生出各类商业模式和实体。

同年10月，美伶缘在成立，通过打造健康干预中心，为各类群体提供相关服务。

作为中发投集团的子公司，美伶缘传承了母公司在大健康领域的完备经验，并在该领域探索新的商业模式。美伶缘执行总裁曹可自受命，开始带着团队“打天下”。

曾经的医务工作经历，让曹目睹太多被亚健康困扰的群体，他们因为遗传、饮食、生活方式等原因，产生各种功能性问题。其中之一，排便困难是最常见的“杀手”。

“长期便秘会引起各类代谢性疾病（如高血压、高血脂、糖尿病、脂肪肝、肥胖、痛风），甚至引起肠道癌症。”数据告诉曹可自，干预、解决便秘问题，甚至预防针对亚健康人群，是提供给他们的好方案。于是，由集团自行研制的肠疗仪成了美伶缘线下门店的第一款产品。

这种“肠道SPA”颇具历史性——宋美龄在每天晚上睡觉前都要用灌肠排便，数十年如一日。由于她每天坚持灌肠排便，虽然患有糖尿病依然活到了106岁。中外明星都钟情于肠道SPA来维护健康和美丽。如：茱莉亚罗伯茨、玛丽莲梦露、郑裕玲

，包括前美国总统克林顿，在家中专门设有洗肠室，为其全家定期进行洗肠。而融入最新高科技元素的美伶缘肠疗仪是通过净化的离子水和一定的压力，随着肠道的自然蠕动进入肠道完成清洗。因为不用药物促排，不会产生副作用和依赖性。在半小时至40分钟的洗肠过程中，有7公斤的离子水进入肠道深处，将长期聚积的废物软化、稀释，将残留在肠道的各种腐烂物质、毒素和寄生虫等排除体外。

“肠道SPA”服务也让美伶缘收获了第一批用户。46岁的李明是肠疗仪的受益者，从刚开始的三天三次，到一周清洗一次，来店里使用肠疗仪2个月后，他的身体状况得到明显改善，“口臭减轻了、睡眠好转了、血压也明显下降了”。除了润肠通便，这是让他最惊喜的改变。

口碑是品牌最好的宣传，李明带动了家人、朋友来店里体验，也让美伶缘完成最原始的用户积累。良好的效果和优质的口碑，正是美伶缘健康中心快速发展的根本原因和源动力。

红光磁波仪、全自动艾灸仪、妇科熏蒸仪也是基于强需求逻辑，并被美伶缘运用在线下门店。它们对应了不同人群的不同症状，后续搭配饮食、生活方式指导，高效率地帮助用户恢复健康状态。

从产品向平台演变

如果说产品是美伶缘打入市场的根基，由服务作养料，那么线下门店和线上空间并行拓展则是品牌长久发展的动力。

尽管还未开始大规模地实行加盟招商，美伶缘在全国已经布局了近270个加盟门店。“很多加盟商由用户发展而来”曹可自说，“要成为美伶缘的合作伙伴，根据门店大小，投资10—30万元之间即可。体验式消费效果显著是促使他们成为美伶缘加盟商的推力，核心原因则是集团整套体系输出，从商学院的教授专家提供培训到开店、运营督导，覆盖整个流程和后续服务。我们确保投资者开店就能见到效益。”

除此之外，以每周两次微课堂为主的定期培训，以及督导一对一的跟踪指导和答疑解难，则是美伶缘在中期为加盟商保驾护航的举措。至于各个店面间传递经验，则是由品牌为主导的价值观传递。

线下门店具备仪器、员工，吸引了稳定的客源，美伶缘则开始规划更丰富的产品体系，诸如口服产品、吸氧机、空气负离子机、家庭健康睡系等，将消费场景由店面延伸到家庭，这是增量。

同样的，电商也是增量。线下已经具备完善的加盟、运营体系后，由集团打造的空

中平台——优德医药网则会和门店紧密嫁接，打通线上线下的产品和服务。

消费者在手机终端注册App，可以在优德医药网随时随地购买产品。这无疑扩大了用户的消费场景，也打破了运营藩篱——线下门店有明确的营业时间，但电商可以随时随地运作。这样不仅给消费者提供便利，也让合作商“在睡觉时也能赚钱”。曹可自解释，这种“类淘宝”模式让投资者的盈利方式多元化：投资者购买仪器运用在线下门店，通过提供门店服务盈利；在店内售卖其他产品，通过差价盈利；对接优德医药，让盈利的场景从线下延伸到线上。总的来说，由美伶缘打造的线上线下一体化平台让全国的加盟商成了利益共同体。

从产品到平台，美伶缘只用了一年多。至此，它成功地找到了品牌持续发展的动力，也和加盟商实现共赢，这正是团队甚至集团所规划和设想的。

基于健康干预理念的商业模式，被称为善的商业模式，被社会各界认可。说到未来，曹可自言语中透露出自信，“我们规划3年内在全国布局15万家门店。融资、上市则会让美伶缘的连锁品牌更具竞争力。”