

MedDiet®医学营养平台商业计划书

MedDiet® Med-Nutrition Platform Business Project

孙欣杙*
Sun Xinyi

黄明浩**
Huang Minghao

摘 要

营养是健康的基础，直接影响国民身体素质与社会经济发展。《“健康中国2030”规划纲要》和《国民营养计划2017-2030》提出，提高居民营养素养，降低营养相关疾病发生率，以及规范特殊医学用途配方食品（FSMP）的应用。数据显示，65%住院患者需临床营养支持，但其中70%未获有效支持，造成并发症，住院时间及费用增加。FSMP可改善营养不良，具有免疫调控，促进康复等作用，帮助患者缩短住院时间并降低医疗成本。

MedDiet®医学营养平台 提供精准，个性化健康管理服务，通过跨境电商整合优质健康产品，并结合临床营养培训，人才库和慢病管理数据平台，全面支持用户健康需求。平台核心亮点是基于AI，大数据和基因检测的数字化私人定制服务，为特殊营养需求者量身打造解决方案。愿景是成为医学营养领域的领导者，推动行业发展，为用户提供更高质量的生活。

关键词：特殊医学用途配方食品，医学营养，精准营养，人工智能，个性化定制

I. 项目背景

1. 行业发展趋势

营养是健康的重要物质基础，国民营养事关国民身体素质的提高和经济社会的发展，也是国家竞争力的最终体现。近年，国家先后发布《“健康中国2030”规划纲要》和《国民营养计划2017-2030》战略方针。临床营养在这两则重要战略方针中也备受重视。《“健康中国2030”规划纲要》中以“居民营养知识素养明显提高，营养缺乏疾病发生率显著下降的目标”为战略目标。《国民营养计划2017-2030》更是着重强调“推动特殊医学用途配方食品和治疗膳食的规范化应用。进一步研究完善特殊医学用途配方食品标准，细化产品分类，促进特殊医学用途配方食品的研发和生产。”

特殊医学用途配方食品（Food for Special Medical Purpose, FSMF）作为患者临床营养支持产品，能够对患者起到提高生存率、缩短住院时间、减少相关花费、减少再住院次数、减少并发症等作用；进而减少总体

논문접수일: 2024년 12월 16일, 게재확정일: 2025년 5월 18일

* First Author, Sun Xinyi, Seoul Business School, aSSIST University, emilysxy@qq.com

** Corresponding Author, Huang Minghao, Seoul Business School, aSSIST University, mhuang@assist.ac.kr

国民医疗支出，提升国民身体素质与生活质量。

我国于2010年和2013年分别发布了《特殊医学用途婴儿配方食品通则》与《特殊医学用途配方食品通则》。这两则通则首次将婴儿与非婴儿特殊医学用途配方食品的概念引入中国。随后，我国于2016年发布了《特殊医学用途配方食品注册管理办法》，开放了特殊医学用途配方食品的注册，拥有国食注字TY批号的特殊医学用途配方食品也随之正式进入中国市场。自此注册管理办法实施以来，已经有206款产品通过审批并正式面市。

2010年至2019年为中国特殊医学用途配方食品（FSMP）产业发展的起步，规范和初步发展阶段。国家食品药品监督管理局（现隶属于国家市场监督管理总局）及相关部门共为特殊医学用途配方食品修订食品安全法中的2条法规，出台2个通则，3个管理办法，4个相关标准及6个征求意见。在这17则相关文件中，仅有4则发表在2016年之前，其余13则皆发表于2016年之后；其中，仅2019年一年就发布5则特殊医学用途配方食品的相关文件。国家大力推动特殊医学用途配方食品政策法规，政策法规的逐步完善将令我国特殊医学用途配方食品市场在近期内快速的发展。

自2020年起，中国特殊医学用途配方食品（FSMP）产业进入快速发展和深化规范阶段。国家食品药品监督管理局在此期间发布了多项产业政策，涵盖产品注册，生产管理，标准规范等方面。政策的主要发布机构包括市场监管总局，国家卫生健康委等。这些政策旨在进一步规范和推动特医食品行业的发展，提升产品的质量与安全性。

2. 市场需求

目前营养不良是病人在医院发病甚至致死的危险因素，13%–69%的住院病人有营养不良的状况发生，而且引起了住院时间延长，致死率增长，呼吸系统和心脏功能受损，免疫功能下降以及婴幼儿生长发育不良等现象，营养事关国民身体素质的提高和经济社会的发展，是重大民生工程。

国民营养与健康状况，是反映一个国家经济与社会发展水平的重要指标，是实现社会可持续发展的基本条件，是国家竞争力的最终体现。

特医食品作为解决患者临床营养问题的主要手段能够帮助提升国民营养的总体水平，因此特医食品行业的发展至关重要。各地先后发布了特医管理规范，为本产业健康可持续发展奠定了扎实的法律基础与政策保障，产业环境日趋向好，进入发展快车道，已成为健康产业的大蓝海。

目前，我国60岁以上人口已超过了2.4亿，占总人口数量的17%。2030年，我国60岁以上人口预计将达到3.6亿，占总人口数量的25%。随着年龄的增长，人体各个器官与功能退化，导致了老年人患病概率与营养不良概率提高，进而增加了老年人对特医食品的需求。我国人口老龄化程度加深将会进一步提升特医食品在中国市场的需求量。

根据中国疾病预防控制中心与IHME统计显示，2017年死亡原因排名前十中有8席为慢性病，慢病死亡人数约占总死亡人数的80%。据《中国居民营养与慢性病状况报告(2015年)》与《1990–2025年我国高发慢性病的流行趋势及预测》数据显示，我国慢性病患者近3亿，且其中心血管疾病，脑卒中与糖尿病患病率的年均增速均超过2%。特医食品作为慢病患者的主要临床营养支持产品，将会更加受到重视。

据《我国临床营养学科的现状与存在问题》中统计数据显示，我国住院患者中约有65%需要临床营养支持，但其中没有得到有效营养支持的患者占比70%。国家统计局数据显示，我国2018年住院人数约为2.5亿。因此推测我国住院患者中约有1.6亿人存在营养风险，其中约有1.5亿人没有得到有效的营养支持。

严重营养不良是导致并发症发生率，病死率，住院时间，住院费用及再住院率增长的危险因素。特医食品能够改善病人营养不良状态。其具有的免疫调控，减轻氧化应激，维护胃肠道功能与结构，降低炎症反应，促进

伤口愈合等功能，最终能够对患者起到提高生存率，缩短住院时间，减少相关花费，减少再住院次数，减少并发症等作用。

II. 项目简介

1. 项目介绍

MedDiet®医学营养平台致力于为全球用户提供全面，精准，个性化的健康管理服务，结合先进的科技手段和专业的医学营养知识，帮助用户实现预防疾病，管理健康的目标。平台以跨境电商为基础，汇集全球优质健康产品，同时打造了集培训，人才库，知识库与数字化服务于一体的综合生态体系。通过临床营养培训中心的建立，平台将培养大批专业的营养师和健康管理专家，并构建强大的专业人才库，推动行业的发展与创新。医学营养知识库与慢病管理数据平台的搭建，则为慢性病患者和亚健康人群提供精准的数据分析和健康监测服务，支持用户进行长期的健康管理。

2. 项目主旨

MedDiet®医学营养平台的主旨在于通过融合营养学，药学，医学以及科技与商业的力量，提供精准，个性化的健康管理服务，推动全球健康意识的提升与疾病预防管理的发展。MedDiet®医学营养平台以提高人民健康生活品质为目标，技术创新为基础，产业需求为导向，人才团队为支持，发挥自身优势，加快产业规模的形成，推动大健康产业的快速发展。

3. 市场定位

MedDiet®医学营养平台的市场定位分为三个维度：目标市场，目标用户群体以及竞争环境下的差异化优势。

3.1 目标市场

全球健康管理市场：随着慢性疾病（如糖尿病，高血压，心血管疾病等）发病率的上升，全球对健康管理的需求愈发旺盛。医学营养作为健康管理的重要组成部分，尤其在预防和管理慢性病方面具有广泛的应用空间。平台将瞄准这一市场，为全球用户提供专业的医学营养服务。

跨境电商营养品市场：跨境电商市场的增长为全球消费者提供了更多优质健康产品的选择。特别是在后疫情时代，消费者对健康产品，营养补充剂和功能性食品的需求大幅提升。平台通过引入全球优质的营养补充剂，保健品及功能性食品，满足国内外用户的多样化需求，成为链接国际健康产品供应链的桥梁。

数字化个性化健康管理市场：个性化健康管理服务已经成为市场趋势。通过大数据，人工智能及基因检测技术，平台能够提供精准的个性化营养方案。这类服务不仅能够提高用户的健康管理效率，还能根据用户的特定健康需求，提供具有针对性的饮食建议和营养干预方案，顺应了全球个性化医疗的潮流。

3.2 目标用户群体

特定疾病患者：主要包括肿瘤患者，无法自主进食的卧床患者，以及手术前后需要营养治疗的营养不良患者等。营养治疗需要贯穿患者治疗周期的全过程，尤其是肿瘤患者，需涵盖肿瘤恶液质患者，康复期及非终末期化疗患者，对这些特定患者，MedDiet®医学营养平台将提供专业的个性化医学营养服务，以帮助他们可以更舒适地接受治疗，并加速康复。

慢性病患者及亚健康人群：这部分人群对健康管理需求强烈，尤其在慢性病预防，营养干预及长期健康监控方面具有持续性需求。平台通过个性化的营养方案与慢病管理数据平台，为他们提供精准的营养干预与健康管理服务。

医疗和健康管理专业人士：MedDiet®医学营养平台还将通过建立临床营养培训中心和专业人才库，吸引大量的医疗营养领域从业者，健康管理师及营养学研究者。这部分群体不仅是平台的用户，也是平台服务的提供者和推动者，通过平台的培训与资源共享，他们能够进一步提升专业技能并参与平台的营养推广工作。

3.3 差异化优势

跨境电商与营养服务结合：MedDiet®医学营养平台独特地将跨境电商与个性化营养服务结合，形成了从全球优质营养品采购到个性化营养建议的一站式服务。用户不仅能够购买到国际领先的营养补充剂，还能够根据自身的健康数据获得量身定制的营养方案。

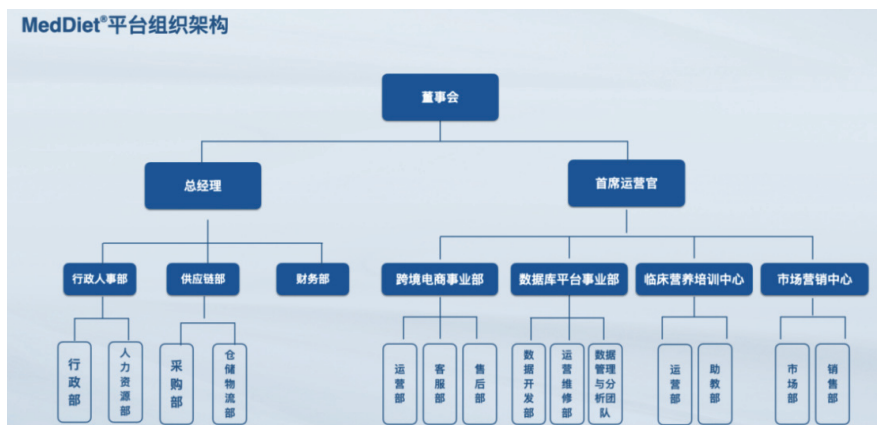
专业临床营养支持：MedDiet®医学营养平台依托于科学的医学营养知识和临床应用，将专业的临床营养服务与个性化营养干预相结合，确保所有方案的科学性与有效性。平台所提供的培训和服务均经过权威机构认证，进一步增强了其在医学营养领域的权威性。

大数据和AI驱动的个性化健康管理：平台通过大数据分析 with AI算法，实时监测用户的健康数据，提供动态的健康反馈与营养建议。相比传统的营养管理方式，平台的数字化私人订制服务能够根据用户的基因检测，饮食习惯及生活方式，提供高度个性化的营养管理方案。

4. 组织架构

4.1 核心架构

【图 1】核心架构



4.2 培训体系

为确保团队成员能够不断成长并具备应对市场变化的能力，平台需要制定系统的培训体系。该培训体系分为入职培训，专业技能培训和领导力培训三大模块。

入职培训包主要含了企业文化与业务流程，指导员工熟悉内容系统，提高工作效率。专业技能培训是指提供技术，市场营销和临床营养领域的前沿培训，确保团队持续发展。领导力培训主要是为中高层管理者设定的，期望中高层管理者通过领导力课程和跨部门协作培训提升全局视野与团队管理能力。

通过科学的培训体系和有竞争力的薪酬激励，提升团队效率与创新能力，同时为员工提供可持续发展的职业规划。

5. 项目愿景

MedDiet®医学营养平台愿景是成为全球健康管理领域的权威平台，助力用户实现更健康，更高质量的生活，并在未来的数字化健康领域变革中发挥关键推动作用。

III. 市场分析

1. 宏观市场分析

特殊医学用途配方食品（FSMP）市场在中国的快速发展得益于政策支持，经济增长，社会需求和技术进步等多方面的推动。

政策环境：特殊医学用途配方食品在中国的市场监管贯穿整个流程。国家及地方市场监督管理局负责监管研发至生产环节，国家市场监督管理总局与国家卫生健康委员会共同监管流通环节。随着中国医疗体制的改革深化，特别是医疗保险覆盖范围的扩大，特医食品逐渐被纳入部分医保范围，特别是针对特定疾病的特定营养需求，这为患者减轻了经济负担，推动了特医食品在市场中的应用和普及。《“健康中国2030”规划纲要》提出了构建全方位，全周期健康服务体系的目标，推动慢病防控，老龄化问题应对等议题的解决。该政策框架下，营养干预被视为预防慢性疾病，延长健康寿命的重要手段，特医食品作为营养干预的重要工具，受到政策大力推动，未来需求将持续增加。

经济环境：中国健康产业规模正在快速扩张，2021年中国健康产业规模达到8万亿人民币，预计到2030年将达到16万亿人民币。特医食品作为健康产业中的重要组成部分，正在受到投资者的广泛关注，更多资本流入该领域，加速了行业的扩展。

社会需求：中国人口老龄化问题日益突出。根据国家统计局的数据，到2022年，中国60岁及以上人口已超过2.64亿，占总人口的18.7%。随着老年人口的增加，营养不良，慢性病，吞咽困难等老年健康问题日益显著，特医食品作为病后康复和健康管理的重要工具，将受益于这一趋势。

技术进步：医疗技术的进步为特医食品市场带来了新的发展机遇。随着现代医学研究的深入，关于营养与疾病，康复之间的关系越来越明确，特医食品的研发和应用也更加精准和个性化。尤其是在重症医学，肿瘤治疗，

肾病管理等领域，特医食品已成为营养支持的重要组成部分，得到了广泛的应用和认可。

2. 行业与竞争格局分析

2.1 中国特殊医学用途配方食品研制端分析

在特医食品还未在中国市场正式被定义时，大部分外资企业已经在中国扎根多年，雀巢，雅培，纽迪希亚均有自己的制造工厂。当时，中国处于市场有需求但规范的特医食品少的情况，市场被外资企业及其产品占据，根据雅培中国研发中心（2017年前）统计，市场份额几乎都被大型外资企业占据。由于外资企业起步较早，技术和产品都较为成熟，其中87%的肠内营养制剂（药品）和60%的特医食品（食品）是外资企业的产品。

由于起步早，美国和欧洲现已经成为特医食品成熟市场，对特医食品的分类明确。布局特医食品的外资企业多出身于成熟市场（美国，欧洲等），并且是有多年医学健康经验，特医食品研制经验的全球领先级特医食品企业，如雀巢，纽迪希亚，雅培等，这些企业呈现产品线多元化的特点。其中，在中国获批特医食品的部分产品是其品牌已有医用食品系列中的单品。

在特医食品注册办法施行后，外资企业产品几乎覆盖审批名单。然而，外资企业94.5%的产品都在国外工厂生产，曾流通的产品均为进口产品。即使外资在中国有工厂，原有的外资特医食品也因成本，供应链，配方等限制，难以在中国大批量生产。

中外资企业同时布局特医市场，但布局形式和产品类型有所差异。虽然外资企业从特医食品（食品）数量来看占巨大优势，但是多数外资产品于特医食品注册办法施行（2016年）前就已存在于中国市场。

中资企业：特医食品的概念和标准近几年才有官方定义，且定义参照成熟市场，对于中资企业来说，这是个全新的领域，中资企业需要研发新产品。多数中资企业存在产品单一化的现象，以贝因美和恒瑞健康为例，恒瑞健康仅布局了非婴儿特医食品，贝因美仅布局了婴儿特医食品。

布局特医食品的中资企业按背景可以分为食品企业及医药企业。多数布局特医食品的医药企业以成立营养品牌子公司或健康科技公司的方式，建立新的工厂及新的生产线，从而研制产品。中资特医食品中55%出自于医药企业。另一部分布局特医食品的企业为不同领域的食品企业，如营养品企业励成生物，乳制品企业圣元，伊利等。与医药企业不同，部分食企利用已有生产线生产特医食品，例如乳品企业中圣元和贝因美，作为老派婴幼儿食品企业利用已有生产线获批了多款特医食品。食企在主攻婴儿特医食品市场时，且同时布局非婴儿特医食品市场，而药企专注于非婴儿特医食品市场。

外资企业：雅培，雀巢，纽迪希亚作为全球领先级的特医食品企业，在非婴儿特医食品，婴儿特医食品和肠内营养制剂领域都有产品获批。外资企业已获批的特医食品中，有81%的产品在特医食品注册办法施行前已经存在于市场，以雀巢和纽迪希亚为例，雀巢（除在华新建公司外）旗下全部产品和纽迪希亚的全部产品，在2016年前都已在市场流通。

尽管外资特医食品企业在中国市场存在多年，但仅凭已有特医食品，这些企业难以在中国特医食品行业井喷之时保持原有优势地位。为了更好地屹立于中国特医食品市场，雀巢，纽迪希亚于2018年在中国投资建设新的特医食品工厂及生产线，研制适合中国市场的产品。雀巢已利用国内生产线研制出获批产品中唯一一款液体特定全营养配方食品。

截至2024年10月23日，我国共有206款（不含已注销的6款）特殊医学用途配方食品获批注册，目前注册的特医食品已实现全品类覆盖，其中2023年以来共批准注册特医食品112个，超过之前6年注册数量的总和，2024年

前三季度已获批42个产品。虽然我国特医食品相比国外起步较晚，产业基础较为薄弱，但特医企业不断投入研发，积累数据储备，强化原辅料把控，落实企业主体责任，申请产品注册数量大为增加，特医食品市场规模持续增大，行业具有强劲的韧性。目前，特医食品发展有以下几个特点：

(1) 已获批特医食品已覆盖全国18个省（自治区）

国内特医食品生产企业主要分布在以江苏省为首的，山东，浙江，黑龙江，吉林，江西等18个省份，共54家企业有特医食品获批注册。其中，江苏省企业数量为13家企业，实有注册产品53个。国产特医食品及企业数量平稳增长自2016年实施特殊医学用途配方食品注册管理制度以来，国产特医食品的注册产品及企业数量逐年增长趋势显著。从2017年仅有3个进口产品获批注册，到目前国产产品注册数共169个，占比高达85%，国内企业数量54家，占比达到81%。

(2) 产品种类全品类覆盖

在获批的200个产品中，其中全营养配方食品，特殊医学用途婴儿配方食品，非全营养配方食品，特定全营养配方食品注册数量分别为64（占比32%），53（占比26.5%），82（占比41%），1（占比0.5%）。按照产品类型统计，其中无乳糖/低乳糖配方14个，乳蛋白部分水解/深度水解氨基酸配方14个，早产/低出生体重婴儿配方19个，母乳营养补充剂5个，氨基酸代谢障碍配方1个，蛋白质，电解质配方，碳水化合物三类组件类特医食品共70个，占非全营养配方食品的85%，肿瘤特定全营养配方1个。

(3) 正视特医食品地位，激发行业发展潜力

不容忽视的是特医食品作为满足进食受限，消化吸收障碍，代谢紊乱或者特定疾病状态人群对营养素或者膳食的特殊需要，专门加工配制而成的食品，在降低死亡率，减少并发症，提升患者生活质量，缩短住院时间，减低医疗费用等方面起到重要作用，是为特殊医学状况人群开的“小灶”，一种重要的营养补充途径。近几年，市场监管部门以“四个最严”的要求为基准，在保证产品质量安全的基础上，向行业不断释放积极信号，鼓励企业创新发展。制定发布《特殊医学用途配方食品标识指南》，为特医食品赋予“小蓝花”身份标识，发布后连续开展3年“小蓝花”科普宣贯工作；修订发布《特殊医学用途配方食品注册管理办法》，不断优化工作流程，缩短审评时限，鼓励企业研发申报罕见病类，临床急需且尚未批准过的特医食品，对此类产品优先审评审批，自优先审评审批机制实施以来，共有4个产品进入优先审评通道，逐步实现注册审批提速提量；实施分类注册管理，发布蛋白质组件，碳水组件，电解质配方等3类产品注册指南，指导企业注册申报，进一步降低研发成本，缩短注册时间，提升审评审批效能。

2.2 中国特殊医学用途配方食品流通终端分析

特医食品流通包括了院内和院外两部分。目前特医食品主要通过招标和采购两种方式进入医院库房，患者通过营养科医师的医嘱或处方进行购买实用。但由于我国政策相对不完善，营养科室建设相对不足，临床医生营养知识相对缺乏和特医食品院内地位不明确，特医食品的广泛使用受到了一些限制，导致特医食品在院内场景的渗透率较低。

目前国家执行的《全国医疗服务价格项目规范》（2012年版）中，营养咨询与评价中的服务项目只有两款，肠内营养香港的服务项目只有“肠内营养灌注”一款。大量临床营养相关的其他日常工作（如：临床营养筛查）未

列入《全国医疗服务价格项目规范》，至今没有收费标准。这也导致大部分医院的营养诊疗服务少，收费难和营养科劳动价值被低估等问题，进而制约了特殊医学用途配方食品的应用。

据亿欧智库统计与推算，目前，我国近有约6800名注册营养临床职业医师，且在北上广深四大城市的三级以上医院中，设有营养科的医院不超过总数的40%。在美国，约有89300名注册临床营养师。并且，70%以上的医院设有由医师，临床营养师，药剂师和护士共同组成的“营养支持小组（Nutrition Care Team）”，全方位地评估患者的营养风险，并对有营养需求的患者进行肠内或肠外营养支持。综上所述，我国院内营养科室与临床营养师的数量与美国相比都有较大的差距，这也是特医食品在院内场景低渗透率的产生原因之一。

我国许多临床主治医师对机体应激状态下营养物质代谢变化特点不够了解，对各种营养制剂的特点不够熟悉，在制剂种类的选择，剂量的使用以及输注方式的采取等方面往往不够科学，导致营养支持治疗的效果不显著，进而导致并发症几率的提高等临床问题。据《住院患者营养风险筛查及营养支持状况分析》报告对我国1182例住院患者调查显示，在临床营养支持中，仅有7.68%的患者使用了肠内营养治疗方式，与美国（99.9%）和欧盟（80%）相比有较大的差距。这是由于许多临床医生的临床营养知识的缺乏，无法确定患者是否可以使用肠内营养治疗以及使用何种肠内营养制剂。

目前特医食品在医院中通常被称作“营养剂”，是患者营养支持的主要支出项目，大多医院中的营养剂分为两种类型：药字号（肠内制剂）与特食字号（批号以TY开头的特医食品）。其中非药物批号的“营养剂”由营养科采购与管理，医院整体参与度低，同时由于营养相关政策，理念与建设的匮乏，医院货品的种类价格甚至质量都无法统一标准，产品良莠不齐。目前拥有TY批号的特医食品并没有被正式纳入全国医院收费系统和医保报销范围内（仅浙江省将对于苯丙酮尿症的特医食品纳入省内医保范围，江苏省也已开始对阳光采购公示的产品纳入医保范围。）这也导致了医生难以开具特医食品处方，患者使用特医食品经济压力大等问题。因此，目前医院主要流通的临床营养支持产品以肠内制剂为主。

IV. 商业模式分析

MedDiet®医学营养平台，在目前政策相对不完善，收费渠道不明朗，特医食品院内“身份”不明确等，缺乏专业临床营养人员等背景下。整合行业资源，通过跨境电商渠道，引进国外的优质特医产品，具有新配方&更专业&遵从属地法规等特点，对临床有需求的特定患者提供专业，优质的医学营养服务。同时开设MedDiet学院，强调实操+理论，培养一批专业的注册临床营养师，并联合国内外专家资源，构建人才库。MedDiet®医学营养平台除了构建人才库，还将结合AI人工智能，建立自己的营养健康数据库，为专业医护人员提供专业的医学营养国际指南方针，并联合专家库专家，对知识库内容进行系统搭建和知识更新，提供专业的临床指导意见。同时开放对患者的端口，进行科普教育和慢病管理等宣教。

1. 盈利模式

1.1 ZeroPure综合跨境电商平台

1) 产品销售利润：通过销售全球优质健康产品，赚取差价和利润。产品包括特殊医学用途配方食品，个性

化营养产品等。

- 2) 交易佣金：平台为第三方供应商提供销售渠道，收取交易佣金，通常按销售金额的一定比例提成。
- 3) 会员订阅费：提供高级会员服务，会员享有独家折扣，个性化营养建议，优先配送等权益，收取定期订阅费。
- 4) 广告收入：向入驻的品牌商或外部广告客户提供广告位或推广服务，收取广告费用。

1.2 NutriClin Academy临床营养培训中心

- 1) 学费收入：通过提供线上和线下培训课程，收取学员的学费，包括短期培训，长期课程，认证课程等。
- 2) 认证考试费用：与行业协会或医疗机构合作，提供认证课程和考试，收取考试费用和认证费用。
- 3) 企业培训项目：与企业或医疗机构合作，提供定制化的技能培训项目，按项目收取费用。
- 4) 订阅服务：为学员提供长期学习的订阅服务，按月或按年收费，学员可以持续访问最新课程和学习资源。

1.3 MedInsightPro数据库平台

- 1) 数据订阅服务：向医疗机构，健康管理公司，科研机构等提供数据分析和健康管理服务，收取订阅费。
- 2) 定制化数据分析服务：提供特定的健康数据分析报告，按照项目或报告内容收费，特别针对慢性病管理，精准营养数据分析等领域。
- 3) 数据授权使用费：将数据授权给第三方公司或机构用于科研，市场分析等目的，收取授权费用。
- 4) API使用费：向企业客户提供API接口，让他们可以集成数据库功能，根据调用量或服务使用频率收取费用。

1.4 协同效应和增值服务

- 1) 个性化健康管理增值服务：通过数据库平台的分析能力，向电商平台或MedDiet学院的用户提供个性化健康管理方案，并收取额外服务费。
- 2) 品牌联合推广和合作：多个事业部可以通过联合推广活动，为品牌带来更高的市场知名度，进而提升整体收益。

V. 营销策略规划分析

1. 目标市场

B 端市场：医院，诊所，慢病管理中心，保险公司，科研机构等，希望通过数据分析和精准营养方案改善患者健康。

C 端市场：主要面向具有较高健康需求的中高端消费人群，包括慢性病患者，老年人，母婴人群，注重个性化健康管理的消费者。

2. 品牌定位

Solgan：营养治疗，让生命更精彩！

品牌差异化：专注于医学营养，为特定疾病的患者提供专业化的医学营养服务。

3. 营销策略

3.1 产品策略

ZeroPure 跨境电商平台：通过引入全球优质的特殊医学用途配方食品及医学营养膳食补充剂，构建多元化产品线，满足特定客户的临床需求。

MedInsightPro 数据库平台：借助人工智能，大数据和基因检测等技术，提供个性化的营养定制服务。这将成为平台的差异化亮点，吸引关注健康管理的高端客户。

NutriClin 临床营养培训与认证服务：通过与行业协会，政府机构合作，提供权威的临床营养培训和认证，增强平台在专业领域的认可度。

3.2 价格策略

产品价格：基于不同客户群体需求和产品定位，采用分层定价策略。针对高端客户，推出高附加值的定制服务；对于普通消费者，可以通过跨境电商平台提供具有竞争力的价格。

培训价格：对B端客户（医院，机构）提供定制化培训项目，收取高额服务费；对个人学员提供优惠学费，鼓励大规模注册，增加品牌影响力。

3.3 渠道策略

院内+院外：学术营销+药品/器械渠道+新零售三者结合

线上+线下：融合传统分销，新零售，专业健康电商平台于一体的营销模式

3.4 推广策略

学术推广：以北上广三级甲等医院为中心，辐射各专科科室，联合全国学术带头人，以学术推广为核心，深耕医学营养领域。

SEO/SEM：通过搜索引擎优化（SEO）和搜索引擎营销（SEM）提高网站的自然流量和广告流量，吸引潜在客户。

社交媒体营销：在微信公众号，小红书，微博等平台发布医学营养相关的内容，打造专业形象，吸引关注健康管理的用户。

内容营销：发布关于医学营养的专业科普软文，通过病例分析，行业白皮书等提升平台的权威性与品牌效应。

精准广告投放：通过大数据分析，在健康相关网站，应用程序，社交媒体上进行精准广告投放，吸引目标客户群体。

3.5 公关与品牌传播

媒体合作：通过与主流健康，医疗相关媒体合作，进行软文推广，案例分析和专家访谈等，增加平台的权威形象。

KOL 合作：与专业营养师，医生，健康博主等合作，通过他们的影响力向潜在客户传递品牌价值。

患者教育：针对慢病患者和老年人群体，推出线上健康讲座，营养课程，通过免费的健康知识普及活动，提高品牌认知度。

4. 客户关系管理与服务支持

4.1 客户关系管理

SCRM 系统：通过客户关系管理系统（SCRM）跟踪客户需求，购买行为，分析数据，及时为客户提供个性化的营养建议和后续支持。

会员制度：推出VIP会员制度，提供个性化健康管理方案，专属折扣，优先服务等特权，提高客户粘性。

4.2 售后服务

健康顾问支持：为每位客户配备专业的健康顾问，定期进行健康跟踪，及时调整营养方案，提供长期的健康管理支持。

售后保障：通过灵活的退换货政策和多渠道的客户支持，增强客户的购物体验，提升品牌信任度。

5. 绩效评估

5.1 关键绩效指标 (KPI)

销售收入：按季度或年度设定销售收入目标，并根据不同产品线和客户群体的贡献率进行评估。

客户获取成本 (CAC)：通过营销活动跟踪客户获取成本，确保在合理范围内。

客户终身价值 (CLV)：跟踪客户的长期价值，评估个性化营养管理服务对客户粘性的影响。

转化率：跟踪从网站访问到购买的转化率，优化广告投放和网站体验。

市场份额：评估平台在医学营养和个性化营养市场中的竞争地位和市场份额变化。

5.2 调整与优化

根据市场反馈和数据分析，定期优化营销策略和产品定位，确保平台始终保持竞争优势。

VI. 财务预算分析

1. 投资预算

〈表格 1〉 投资预算

一级项目	二级项目	预算
跨境电商平台开发	平台开发与设计	2,000,000
	移动端APP开发	1,000,000
	服务器与云服务	600,000
	第三方集成工具	400,000
数据库平台开发	数据库系统搭建	2,000,000
	大数据和人工智能算法	3,000,000
	数据安全与隐私保护	500,000
临床营养与培训中心	在线培训系统	600,000
	内容管理系统	300,000
	技术维护与更新	1,000,000
团队人员成本	技术团队	3,000,000
	运营团队	2,500,000
	市场与销售团队	5,000,000
	培训与认证团队	2,000,000
市场费用	数字化营销投放	5,000,000
	市场费用	5,000,000
	活动费用	2,000,000
基础设施费用	办公场地租赁费用	1,200,000
	设备与软件	1,200,000
	运营费用	300,000
其他费用	法律与财务费用	500,000
	其他保险等费用	300,000
总预算		39,400,000

2. 盈利预算

〈表格 2〉 盈利预算

年度	预计投入 / 万元	预计实现销售收入 / 万元
2025年	1000	-
2026年	1200	1760
2027年	2700	3560
2028年	7500	7960
2029年	15000	43960

3. 融资与退出方式

3.1 融资策略

〈表格 3〉 融资策略

融资类型	目标融资金额 (人民币)	用途	股权转让比例	投资人类型
天使轮融资	1000万元	用于初期技术开发(跨境电商平台, 数据库平台, 培训平台的核心功能开发), 市场调研和初步团队组建。	5-10%	天使投资人
A轮	1200万元	推动平台的全面上线, 包括跨境电商平台扩展, 数据库平台的数据收集与分析优化, 培训中心的课程开发与推广。同时用于市场推广, 用户获取以及团队扩张。	15-25%	风险投资公司 (VC)
B轮	2700万元	用于扩大业务规模, 包括跨境电商业务的国际化扩展, 数据库平台的技术升级和大规模数据分析的应用, 以及培训学院的认证和课程拓展。同时加强品牌建设和市场份额占领。	15-20%	风险投资公司 (VC)
C轮	7500万元	C轮融资主要用于大规模业务扩展, 品牌升级, 国际化市场布局, 以及技术和数据平台的深度优化。	15-25%	风险投资公司 (VC) 战略合作伙伴融资
D轮	1.5亿	D轮融资的主要目的是为了进一步推动国际市场扩展, 并为未来的IPO (首次公开募股) 或并购做好准备	25-30%	成长型基金和私募股权投资 /战略投资者/并购基金

3.2 退出方式

(1) 二级市场股权转让

适合时间: 通常在A轮或B轮之后, 部分早期投资者可以通过二级市场将股权转让给后续投资者或战略投资者。

(2) 管理层回购 (Management Buyout, MBO)

适合时间: 通常在B轮之后或IPO前夕, 当创始团队或管理层希望保持对公司完全控制权时, 可以考虑通过管理层回购。

(3) IPO (首次公开募股)

适合时间: 在D轮融资完成后, 公司通常准备进入IPO阶段。平台可以选择在中国的科创板或创业板上市, 或在国际市场(如纳斯达克或香港交易所)上市。

(4) 并购退出

适合时间: D轮融资完成后, 战略投资者或并购基金可能会寻求通过并购实现退出。如果平台的技术或市场资源对大型企业具有吸引力, 并购可能是另一种优质退出方式。

(5) 二级市场股权转让

适合时间: 在C轮或D轮后期, 部分早期投资者可以通过二级市场股权转让给新投资者或战略投资者, 实现部分退出。

VII. 风险分析和防范措施

1. 市场风险

随着市场需求变化和竞争加剧，平台应通过差异化战略，灵活定价和技术创新保持竞争优势，并扩大国际市场布局来分散市场风险。

2. 运营风险

供应链管理，数据安全和技術风险是平台必须关注的核心运营问题。通过构建多元化供应链，加强数据隐私保护，优化技术架构，平台能够提升运营的稳定性和安全性。

3. 财务风险

现金流和融资风险在平台的快速扩展过程中尤为重要。通过精细化财务管理，保持健康的资金来源和多元化融资渠道，平台能够有效规避财务困境。

4. 法律与合规风险

跨境电商，医学营养数据等领域的合规要求较高，平台应通过法律顾问团队，知识产权保护，合规性审查等措施降低风险。

5. 人员管理与战略风

人才流失和决策失误是可能影响平台发展的重要因素。通过内部激励，继任计划以及外部专家咨询，平台可以增强人员和管理层的稳定性。

6. 宏观经济与政策风险

经济波动和政策变化是不可控因素，但通过成本控制，多元化市场和收入结构调整，平台能够增强抵御经济和政策变化的能力。

在商业运营中，我们会严格遵循属地法规，尽可能避免相关风险的发生，并通过建立企业内部强大的风险预警机制，灵活的运营策略以及不断的技术创新，平台将在未来的竞争中保持领先地位，同时确保可持续发展。

参考文献

- Corradini, C., Lantano, C., Cavazza, A. Innovative analytical tools to characterize prebiotic carbohydrates of functional food interest. *Anal. Bioanal. Chem.* 2013, 405, 4591-4605.
- Dwyer, J. T., Wiemer, K. L., Dary, O., Keen, C. L., King, J. C., Miller, K.B., Philbert, M.A., Tarasuk, V., Taylor, C.L., Gaine, P. C., et al. Fortification and health: Challenges and opportunities. *Adv. Nutr.* 2015, 6, 124-131.
- European Commission. Food Supplements. Available online: https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/supplements_en.
- European Commission—Foods for Specific Groups. Available online: https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/special_groups_food_en.
- FDA. Medical Foods Guidance Documents & Regulatory Information. Available online: <https://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/MedicalFoods/default.htm>.
- HONG XIA XU CHUN HUA SONG ZHEN MING FU et al. Malnutrition and quality of life in Chinese cancer patients a clinical study of 23 994 subjects *J. J Nutr Oncol* 2021, 6(1), 16-32.
- Kuhnert, P. Foods, 3. Food Additives. In *Ullmann's Encyclopedia of Industrial Chemistry*; Wiley-VCH: Weinheim, Germany, 2016; Available online: 10.1002/14356007.a11_561.pub2.
- Rehman R, Pinkos B, Shapiro JM, et al. Nutritional management of inflammatory bowel disease. *Rhode Island Med J* (2013) 2022; 105, 31-37.
- RENA NAKYEYUNE XIAO LI RUAN YI SHEN et al. Diagnostic accuracy of the malnutrition screening tool MST in adult cancer patients a systematic literature review and meta-analysis *J. J Nutr Oncol* 2021 6 1 33-41.
- SANTARPIA, L., BOZZETTI, F. Acute impact of home parenteral nutrition in patients with late - stage cancer on family caregivers preliminary data *J Support Care Cancer* 2018, 26(2), 667-671.
- YANG J., ZHANG Q., WANG X. Role of nutritional support for postoperative recovery of respiratory function in patients with primary lung cancer[J]. *Oncol Lett*, 2018, 16(5), 5978-5982.
- 陈伟, 李增宁, 许红霞, 等. 特殊医学用途配方食品 (FSMP) 临床管理专家共识 (2021版) [J]. *中国医疗管理科学*, 2021, 11(4), 91-96.
- 丛明华, 李淑雯, 程国威, 等. 肿瘤全营养配方食品在食管癌放疗患者中的应用[J]. *中国肿瘤* 2016 25 6 491-494.
- 国家市场监督管理总局. 特殊医学用途配方食品注册管理办法 (2023) [Z]. 2023-11-28.
- 韩军花. 中国特殊医学用途配方食品标准法规—现状及展望[J]. *营养学报*, 2017, 39(6), 543-548.
- 李增宁, 陈伟, 齐玉梅, 等. 肿瘤患者特殊医学用途配方食品应用专家共识[J/CD]. *肿瘤代谢与营养电子杂志*, 2016, 3(2), 95-99.
- 梁芳慧, 赵春红, 黄睿, 等. 我国特医食品行业的发展现状与机遇分析[J]. *现代食品*, 2023, 29(15), 33-37.
- 苗静, 吴瑾, 秦叔逵, 等. 全优膳用于恶性肿瘤患者营养支持的前瞻性, 开放标签, 非干预性, 多中心的临床观

察性研究报告J. 临床肿瘤学杂志, 2020259769-775.

齐玉梅, 陈伟, 李增宁, 等.我国24省市部分三级医疗机构营养科建设现状[J]. 营养学报, 2021, 43(4), 358-361, 369.

王海燕. 新中国成立70周年我国特殊食品监管法规体系演变历程[J]. 中国食品药品监管, 2019(5), 30-43.

王立明, 姚国忠, 吴醒. 消化道恶性肿瘤患者术后营养支持方式的研究[J]. 实用临床医药杂志20162013203-204.

韦晓瑜, 聂大可.关于特殊医学用途配方食品注册管理制度实施的思考[J].中国食品卫生杂志, 2022, 34

吴怡等,《特殊医学用途配方食品产业的发展及治理》, 中国食物与营养, 2024.

Abstract

MedDiet[®] Med-Nutrition Platform Business Project

Sun Xinyi

Huang Minghao

Nutrition is the foundation of health, directly influencing the physical fitness of the population and the development of society and the economy. The “Healthy China 2030” Plan and the “National Nutrition Plan 2017–2030” emphasize improving residents’ nutritional literacy, reducing the incidence of nutrition-related diseases, and standardizing the application of Foods for Special Medical Purposes (FSMP). Statistics show that 65% of hospitalized patients require clinical nutrition support, but 70% of them do not receive effective care, leading to increased complications, longer hospital stays, and higher medical costs. FSMP can alleviate malnutrition, regulate immunity, promote recovery, and ultimately help reduce hospital stays and costs.

MedDiet[®] Med-Nutrition Platform offers precise, personalized health management services. By integrating high-quality health products through cross-border e-commerce, along with clinical nutrition training, a talent pool, and a chronic disease management data platform, it comprehensively addresses users’ health needs. Its core strength lies in AI, big data, and genetic testing-powered digital personalized services, delivering tailored solutions for individuals with special nutritional needs. The platform aspires to become a leader in the field of medical nutrition, driving industry advancement and providing users with a higher quality of life.

Keywords: Foods for Special Medical Purposes (FSMP), Medical Nutrition, Precision Nutrition, Artificial Intelligence (AI), Personalized Customization
