

居家瑜伽健康智能科技床商业计划书（种子轮）

一、执行摘要

项目名称：居家瑜伽健康智能科技床

- 一句话定位：全球首款智能调节瑜伽锻炼与睡眠健康管理的居家科技床（已有产品原型及市场初步验证），将“卧床睡眠”与“居家瑜伽”两大高频场景一体化。

- 核心价值主张：帮助现代都市人群在有限居住空间内，以极少时间、精力与经济成本实现每日瑜伽练习与健康睡眠管理监测调节，解决“没时间去瑜伽馆”和“家中无空间放置传统瑜伽锻炼器械”的双重痛点。

- 目标用户：25-45岁都市女性（月收入1.5—3万核心），兼顾产后妈妈群体、中老年康复群体。

二、市场分析

2.1 瑜伽市场：高速增长，居家化趋势明确

中国瑜伽行业正处于高速增长期。行业整体市场规模从2016年的198亿元迅速增长至2024年的600亿元，历史复合年增长率高达14.86%。Grand View Research数据显示，2025年中国瑜伽市场收入已达137.973亿美元，预计到2033年将达到295.584亿美元，复合年增长率10.1%。

居家瑜伽练习已成为最重要的市场趋势之一。在《2025年瑜伽市场调研：居家练习需求与装备适配性研究》为题的相关资料中，其中提到针对城市白领瑜伽练习者的调查显示，有58%的瑜伽练习者选择居家练习以节省交通费用和时间成本，城市白领每月平均节省约300元交通费。居家瑜伽、冥想与放松已经成为城市人群减压的重要方式（尤其是对社恐、时间碎片化、形体管理人群更为明显），有72%的初次瑜伽练习者因瑜伽馆关闭、课时费高昂、来回奔波费时费力费钱无法坚持而转向线上、居家练习。尤其最近几年商业瑜伽馆破产倒闭的趋势明显（像2023年像梵音瑜伽这类知名品牌）。

此前，GymSquare调研了解，中国80%的瑜伽馆处于艰难盈利状态。这是时代的拐点。此外，由于45%的居家瑜伽练习者居住空间小于10平方米，对居家科技型、高端型、多功能健康智能舒适型瑜伽锻炼装备存在迫切需求。

2.2 智能家居与智能床：万亿级赛道爆发前夜

在智能床/床垫细分赛道，2025 年中国智能床垫市场规模已突破 180 亿元，处于高速增长阶段。《智能床》国家标准已正式实施，为行业规范化发展提供了制度保障。

2.3 细分赛道：智能瑜伽设备的蓝海机会

目前全球智能瑜伽垫市场规模约 15-20 亿元，复合年增长率约 6%-7%，但该赛道集中于“垫子”形态，尚未出现与床融合的产品形态，居家空间有限的痛点尚未被充分解决——将瑜伽功能集成于床，本质上是“空间效率革命”。摩登时代，消费者不断追求功能、美学、智能科技于一体的复合型居家健康产品，重要的是在居家瑜伽锻炼放松后既睡眠形成自然、舒畅及科学的连贯性，给高质量健康睡眠提供了有力保障。

2.4 市场痛点与切入机会

当前瑜伽锻炼面临三大痛点：

- 空间不足：45%的居家练习者居住空间有限，无法同时放置床和传统独立瑜伽练习装备
- 时间成本高：去瑜伽馆单次时间成本约 2-3 小时
- 课时费过高：（二线城市一节课高达 300—400 元）

居家瑜伽健康智能科技床将“床”这一高使用频率（每天 7-8 小时）的家具，叠加每日 15-30 分钟瑜伽练习场景，实现空间复用、时间效率最大化。

三、解决方案与产品设计

3.1 产品核心功能

- 模块 1：智能瑜伽指导系统
- 床垫集成高密度柔性压力传感器阵列，实时采集人体压力分布，通过 AI 算法进行瑜伽体态分析。
- 语音+震动+App 视觉多模态实时反馈，纠正下犬式、桥式、猫牛式等核心体式。

- 内置瑜伽课程库，瑜伽线上面对面现场指导，可根据自己适合时间约课，适配初学到进阶不同水平，每日 15-30 分钟个性化课程推荐。

- 模块 2：主动健康监测系统

- 7×24 小时无感监测心率、呼吸频率、体位变化、睡眠质量。
- 综合瑜伽练习数据与睡眠数据，建立“健康指数”模型，提供运动与睡眠优化建议。
- 异常数据即时推送至关联手机 App 及亲友端。

- 模块 3：普拉提、凯迪拉克高度契合智能调节床架

- 可智能调节头枕与腿部承托，辅助特定瑜伽体式（肩倒立、桥式、肩倒立式、仰卧英雄式等）多种瑜伽体式，多种精确角度支撑、升降配合零重力姿态协助凯迪拉克各种拉伸动作训练及调节功能，通过床体仰角、抬腿角度任意调节，促进血液循环，缓解肌肉酸痛，缓解疲劳。
- 电动升降便利老年人和康复人群上下床。

3.2 竞品对比分析

- 主要竞争对手包括喜临门、慕思、顾家家居等传统床垫品牌布局的智能床产品，以及 YogiFi 等智能瑜伽垫品牌。本产品通过“品类融合”在蓝海区域建立差异化定位——既从智能床市场切入瑜伽细分场景，以更大体量覆盖智能瑜伽垫市场的存量用户。
- 从“主动健身体验”到“被动健康服务”，无需刻意安排时间，床上睡前一练、晨起一练等碎片场景即可完成日常健康运动管理。
- 硬件既服务入口：居家瑜伽智能科技床是整个居家健康生态入口，不断叠加新功能（冥想、产后修复、瑜伽教练及康养康复面对面现场练习指导），用户对整个居家健康生态的需求、服务会不断增加而持续付费，生命周期价值远高于硬件单纯销售价值。

四、技术壁垒

4.1 核心技术的可行性论证

- 柔性压力传感器阵列技术已得到学术界和产业界的充分验证。MIT Media Lab 的 3DKnITS 项目展示了基于针织智能织物的深度学习方法，能够以高精度实时识别活动姿态和压力分布。基于 Velostat 压阻材料的智能压力电子垫（SPeM）系统已被验证可用于睡眠姿态和瑜伽动

作识别，具有良好的可靠性和商业化前景。

- 压力传感解决方案已具备 OEM/ODM 供应链基础，定制柔性薄膜压力传感器可用于床垫和瑜伽垫等表面，实现精准压力监测。

4.2 专利及未来专利布局策略

- 授权专利：

- 实用新型专利：一种自动升降弹性跳舞钢架床，专利号：ZL202221457438.9

- 实用新型专利：一种不锈钢床架弹性装置，专利号：ZL202022576139.4

- 外观设计专利：床头，专利号：202030644213.4

- 种子轮阶段同步启动更多专利布局：

第 1 年：完成 6—8 项专利申请（传动、传感结构、感知算法等）

第 2 年：累计 15 项以上专利申请布局，构建核心技术壁垒

第 3 年：形成围绕“多模态健康感知+AI 康复指导”的专利池

目前重点差异化布局在“AI 体态识别+实时反馈”的软件能力、软件开发算法、用户健康数据库、AI 模型迭代构成持续的专利技术护城河。

五、商业模式

5.1 收入来源

- 硬件销售收入（主要）

- 初期主推标准款居家瑜伽健康智能科技床，定价区间 8,000-10,000 元，定位于中端（已有产品原型及专利）

- 后期推出高端 Pro 款（增加柔性压力传感器阵列技术、体态监测精度及按摩功能），定价 12,000-15,000 元

- 订阅服务收入

- 付费瑜伽课程/训练计划：月费约 30-50 元

- 高级健康报告与分析服务

- AI 私教深度定制方案

- 生态拓展收入

- 品牌联名瑜伽辅具配件（瑜伽砖、瑜伽带等）

- 与保险公司合作健康数据服务

5.2 销售渠道

- 线上：品牌官网、小米有品/京东/天猫旗舰店（初期以众筹验证市场需求）
- 线下：智能家居体验店（体验式消费）
- B 端渠道：高端酒店康体中心及康养企业、企业员工健康福利采购
- 直播团队营销（抖音、视频号、小红书）
- 在研发新商业模式及获客渠道：目前在处于验证初期（在创始人看来是最具投资价值和潜力的商业获客渠道，轻资产快捷运营与项目形成完整商业闭环模式，最看重把商业模式、营销渠道壁垒建设成为比技术专利壁垒更为强大坚固的护城河，由于篇幅有限，有意向可二次详述）。

六、竞争分析

6.1 竞争格局

- 传统智能床企业（喜临门、慕思、顾家家居）：资金雄厚、渠道成熟，但产品集中于睡眠场景，缺乏瑜伽锻炼组合
- 智能瑜伽设备企业（YogiFi 等）：专注于瑜伽指导，但产品形态局限于垫子（在寒冷气候时地上冰凉，瑜伽锻炼人群坚持困难，从而影响瑜伽锻炼兴趣及锻炼效果），无睡眠监测和健康管理功能，未切入床品类。
- 瑜伽内容平台（Keep 瑜伽、每日瑜伽等）：内容丰富但缺乏硬件反馈闭环

6.2 竞争优势

- 品类首创：瑜伽+睡眠二合一的开创性产品形态
- 高频刚需场景绑定：床是人人每天使用的产品，用户粘性天然高
- 技术与内容的双轮驱动：硬件传动传感+AI 算法+高质量课程构成竞争壁垒
- 政策红利：智能家居与健康消费均为国家重点扶持方向，计划在一到两年迈入国家重点扶持的科技型及高新技术企业
- 可复制、规模化扩张优势明显
- 潮牌高端科技制造，硬核估值

- 创始人工业设计、智能自动化技术背景，具备产品不断迭代更新和捕捉时代前沿工业产品消费方向的感知和敏锐力。

七、团队规划（种子轮核心需求）

种子轮阶段团队核心成员建设规划如下：

7.1 创始人/CEO 战略、融资、产品定义 居家运动、睡眠健康智能科技领域连续创业者(本人)

7.2 首席营销官 (CMO)，负责市场营销战略执行 (组建中)

7.2 硬件负责人 (CTO) 传感系统、嵌入式开发、供应链 智能硬件研发背景 (组建中)

7.3 软件/AI 负责人 算法模型、App 开发、数据平台 机器学习/AI 方向 (组建中)

7.4 瑜伽/健康康养顾问 课程内容研发、体式标准定义 瑜伽认证导师或运动康复专家 (组建中)

种子轮资金将优先用于核心团队搭建，专利壁垒的强化和尽快迈进科技型企业及高新技术企业（制造业信息自动化行业）方向的标准迈进，重点打造性能奢侈品与潮流消费品，目前正属于国家时代发展精准卡位的结构性机会。

八、财务预测与里程碑

8.1 三年财务预测（假设推演）

- 第 1 年 小批量验证、线上众筹（投入阶段）
- 第 2 年 正式量产、全渠道铺开 百万级营收
- 第 3 年 规模放量、Pro 款推出、出海试水 千万级营收潜力

8.2 融资及发展里程碑

- 融资金额：200 万人民币（种子轮），出让股权比例 8%。
- 种子轮（0-18 个月）：200 万 → 完成工程样机（2 款开发）、核心算法原型、专利申请、种子用户招募
- 天使轮（18-24 个月）：1,000-1,500 万 → 小批量生产完成、线上众筹验证、用户数据积累、品牌冷启动
- pre-A 轮（24-36 个月）：5,000 万-1 亿 → 全渠道铺开、第二代产品研发、海外市场试水

8.3 资金用途（200 万元分配方案）

- 硬件研发（样机、开模、测试） 35% 70 万
- 软件/AI 开发（算法、App、后台） 25% 50 万
- 团队建设（核心人员薪酬） 20% 40 万
- 专利与知识产权布局 8% 16 万
- 早期市场验证与营销 7% 14 万
- 运营预备金 5% 10 万

九、风险与应对

9.1 供应链风险：核心传感组件成本、良率，与成熟传感器厂家合作定制，控制单一供应商依赖。

9.2 市场竞争风险：头部品牌快速跟进模仿的可能性，加快专利布局，夯实专利壁垒护城河，充分做好长期主义策略，预防市场威胁与风险，以内容与算法构筑差异化壁垒。

9.3 市场教育风险：用户对新型品类缺乏认知，通过 KOL 测评、瑜伽社群口碑、线下体验店降低认知门槛。

十、投资亮点

10.1 赛道优势：瑜伽睡眠双千亿市场交叉，CAGR 分别达 10.1%（瑜伽）和 10.0%（智能床），增量空间巨大。

10.2 产品差异化：全球首创“智能睡眠+AI 瑜伽辅+居家健身”一体化产品形态，填补市场空白。

10.3 平台型商业模式：硬件销售+内容订阅双重变现，用户粘性与 LTV 显著提升。

10.4 政策共振：国家体育总局《运动促进健康事业高质量发展指导意见》全面推动体卫融合，与产品方向高度契合。

10.5 蓝海窗口期：竞品仍处功能单一阶段，即刻进入有品类红利。

10.6 种子轮估值合理：早期切入市场，投资人有机会以合理估值进入即将爆发的新赛道。

十一、未来战略

让科技回归人本，为让更多家庭点亮“健康生活新方式”的社会使命。我们致力成为智能健康睡眠和居家瑜伽领域的引领者，用科技重新定义健康居家生活，持续用长期匠心精神，扎实深耕一个赛道（在创始人看来，一个企业的未来战略，如果只注重资本、值钱和规模的方向，而放松深耕技术、放弃商业渠道创新和不关注利润是一种赌博行为，只靠资本规模的不良竞争将会给企业产生巨大的不确定性风险）。

政策红利、市场需求、技术成熟三大引擎同时发力，2026 年正站在这条赛道的最佳启动窗口。期待与志同道合的投资者、创业者、技术伙伴、瑜伽社群创作者一起，把这张改变家庭健康生态的“居家瑜伽健康智能科技床”带入千万家庭，将科技、健康与睡眠三大万亿级市场交汇于一张床，从整个居家健康生态入口，共同开启新的篇章和奋斗旅程！

十二、结语

为专注做好一件事情、一个产品，不惜准备、积累、打磨、历经、储备、蓄势很多年，每一步前行，都不忘初心，沉淀匠心，用坚韧的恒心去实现人生的意义和使命。生命的价值在于：为身边的人、为遇见的人、为社会、为国家付出什么，解决了什么难题（哪怕不是那么伟大的），贡献了什么，人生为使命而活、为使命而奋斗，才不枉此生，期待与您并肩前行，共同创造、实现人生的意义与价值，同时为中国制造、中国科技增砖添瓦！

备注：（由于文字编辑软件的关系，文件在平台转换时有一些段落格式出现不标准、不规范现象，但不影响用意，谢谢理解！）

【温馨提示：任何套路或带负能量的单位及个人，敬请不要打扰，谢谢！】

