



蒸桑拿的夏天里,如何给家里的宝宝消暑也成为年轻父母的烦心事,带孩子到婴儿游泳馆与水做游戏无疑是一个很好的选择,既能消暑,又能达到锻炼身体的效果。

婴儿游泳起源于20世纪60年代,21世纪初便开始风靡全球。省内婴儿游泳馆不少,还有很多医院也提供这项服务。但,如何能真正做出规模,做出特色,做到让家长放心呢?这里面还是有些门道的。

■见习记者 朱蓉 实习生 刘林萍 余亚运

# 婴儿泳池里的财富在扑腾

## 【詹博士婴儿游泳馆】

制胜秘诀:营造专业可靠的氛围  
 创业人:詹莉  
 创业时间:2004年

作为国内较早的婴儿游泳馆,与其他同行一样,詹博士起步时遇到最大的问题便是如何得到消费者的认同。即使国外婴儿游泳早已风靡多时,但当时,在国内还是个全新的概念。

为解决这个问题,老板詹莉聪明地利用其海外儿科学博士后的专业背景,依托医院这个载体来进行概念的推广。

创业之初,由于是和医院进行合作,不便进行商业广告宣传,詹莉便开设了属于自己的“詹博士博客”,不时在上面分享一些医学育儿常识。由于内容专业,针对性强,赢得了不少顾客的好感。

“詹博士婴儿游泳馆”渐渐在市场上打开局面之后,詹莉依旧坚持只与医院合作,全力树立自己品牌的医学权威概念。同时,这样的选址也方便了带孩子进行身体检查的父母。很多顾客都是趁着带孩子体检的时候,顺便到游泳馆进行消费,一举两得。

## 【哈尼宝贝婴幼儿游泳馆】

经过十余年的发展,詹莉的婴儿游泳馆在全国范围内都已小有名气,已经拥有四百多家加盟店,单店顾客最多时一天能接待50到60个宝贝。

### 独门绝招

#### 专为宝宝设计的游泳用具

詹博士婴儿游泳馆发展到现在,从宝宝游泳时使用的脖圈到全套的护理产品,都已经形成了自己的品牌。所使用的脖圈,也根据宝宝年龄和体重分为三个型号。与其他婴儿游泳馆所使用的亚克力材料泳池不同,他们采用的是充气式的双层泳池。詹博士的市场经理陈香介绍说,这样的设计主要是为了最大程度上确保宝宝在水中蹬动时不会受到伤害。另外,双层设计也能在一定程度上保证水温的恒定,避免二次加水可能给宝宝带去不适感。

制胜秘诀:“人无我有”的设备和人性化的设计  
 创业者:杨林  
 创业时间:2012年

杨林夫妇的哈尼宝贝婴幼儿游泳馆开在雨花区一个大型小区里,店的规模不大,选址在这里主要是看中了附近几个小区较为集中的特点,只要能把附近小区的宝宝都吸引来,也是十分可观的客源了。

在哈尼宝贝开业之时,长沙市场上已经有了形形色色的婴儿游泳馆,杨林夫妇很清楚,要想脱颖而出,就必须做到“人无我有”才能吸引顾客。因此,他们引进了长沙第一个涡流水疗智能池,力度适中的水脉冲和恒温系统都是普通池无法做到的。

为他们锁定大批忠实顾客的另一件法宝就是泳池人性化的设计。在游泳区外,杨林给宝宝们准备了玩耍区。这样可以帮助对环境敏感的孩子适应,也可以预防他们下水后因为陌生感而产生哭闹。“你知道,如果一个孩子哭起来,可能所有的孩子都

会跟着哭的,那生意真是没法做了。”杨林笑着说。另外,哈尼宝贝还有专门的哺乳区,缓解了年轻妈妈前哺乳的尴尬。

现在这家拥有1个大池、4个小池的婴儿游泳馆,最多的时候一天能接待20多个宝贝。杨林夫妇还搭上了长沙团购风潮的顺风车,知名度得到了很大的提升。

### 独门绝招

#### 根据季节灵活调整营业时间

杨林根据季节的变化灵活对营业时间进行相应的调整。每到盛夏时节,便将营业时间调整为下午两点半到晚上九点。这样既方便了大多数上班族的年轻夫妇,日落以后气温下降也更便于出门。

制胜秘诀:“一对一”服务概念  
 创业人:陈宝萍  
 创业时间:2010年

## 【安安母婴会所】

2010年,陈宝萍看到长沙市场上只有家政服务公司而没有一站式配套的母婴会所的市场空白,便通过与上海、深圳等成熟的公司合作,开了这家安安母婴会所。

安安的婴儿游泳项目强调“一对一”服务概念。在宝宝游泳、清洗以及按摩的全程中都是由一位游泳师进行配对服务。另外,安安还拥有长沙市内唯一的一个婴儿泡泡浴泳池,能通过机械波使池中水产生节奏适中的水波,在游泳的同时锻炼宝宝的肺活量。同时鼓出的泡泡,满足孩子的好奇心理,分散他的紧张情绪。

在成立不到两年的时间里,安安已经拥有了一千多名会员,并有三年内在长沙市增开四家连锁店的打算。

### 独门绝招

#### 横向式配套母婴服务

除了婴儿游泳外,安安还经营包括月嫂、孕师、产后修复、月子中心、家政等多种横向服务。由于这种一站式的服务十分便利,很多客户生产后在这里请了月嫂。因为服务满意,就会经常带宝宝来游泳,同时自己也进行一些例如纤体、妊娠纹修复等项目。这就给安安相关服务项目提供了相对稳定的客源,形成一种良好的循环效应。



## 记者手记

### 专业化,更放心

婴儿游泳作为近年来新兴的行业,得到市场肯定的最大原因莫过于医学界的肯定——不止一位医学家认为,婴儿游泳有益于孩子早期的智力开发和骨骼生长。为了孩子不输在起跑线,加上生活水平的普遍提高,即使是一次五六十的高价,大多数家长还是舍得花钱的。

广西师范大学经济管理学院副院长陆奇岸教授认为,专业是中国婴儿游泳馆生存和发展的前提。“詹博士”品牌在最初便能够抓住顾客的心理,借助代表专业、权威的医院,并利用创始人詹莉相关医学专业背景,再加上博客等现代沟通手段强化专业特色,逐步形成了一种“专业化场所(医院)+专家(海外儿科学博士后)+专业化产品(品牌)”的婴儿游泳商业模式。

用“专业化”打响品牌后,还需要

强化专业化和个性化的服务,实现专业化和个性化的统一。这也正是“哈尼宝贝”与“安安母婴会所”等婴儿游泳馆所采取的经营策略。

另外,作为一个新兴行业,国家相关规范和标准都尚未出台,国家相关部门对其的属性也尚未有界定,现行市场上的婴儿游泳馆完全处于依靠行业竞争和自律来运转的状态。在这种情况下,无论是准备经营的生意人,还是想带孩子去消费的顾客,都需要多加注意。无论是安全系数还是卫生系数,都是必须纳入首先考量的范围。婴儿娇嫩得像含苞未放的花骨朵,任何一个不小心,都可能带来致命的伤害。从业者必须具备相应的医学和护理常识,以期能够更好地在赚钱的同时服务社会,皆大欢喜。

## 理财师点评

婴儿游泳在中国是个新兴行业,它最大的好处是能较好地锻炼婴幼儿的心肺功能,提高抵抗力,提高婴儿身体的协调性,刺激大脑,促进骨骼的生长发育,因此得到了广大年轻白领客户的好评。家长们在选择专业婴儿游泳服务时,通常更重视其安全性、专业性,从而更希望由专业医护人员作为婴儿游泳师,或者更重视婴儿游泳服务从业人员的专业素质以及方便的交通。

因此,此类婴儿游泳服务小企业经营者的最大需求基本可确定为:

- 1、资金,用于开设分店,引进设备及专业人员,宣传品牌、采购行业周边衍生产品;
- 2、客户,稳定且不断增长的客户来源;

3、渠道,更多的产品销售渠道。

针对此类客户的需求,作为全国性综合型国有股份制商业银行,第一,中信银行可为客户提供个人经营性贷款、商用房经营股权质押贷款等各种融资服务以及网上银行、POS机、信用卡、贵宾增值理财等专业化服务;

第二,可依托中信银行超200万的信用卡用户群体,与行业中较优质的品牌开展信用卡联营折扣活动,将起到较好的宣传效果,带来稳定客户;

第三,可依赖中信银行较强的公司业务系统,联系大中型医院、体检中心、大中型医疗设备供应商、知名早教机构及母婴店等优质公司业务客户,公私联动,扩大其产品销售渠道。

■中信银行长沙红旗区支行公司银行部经理 周佳

