

健康科技 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“随着消费者面临着新的健康问题、老龄化问题，并且心理压力加剧，健康科技正获得越来越多的关注。中年人专注于健康风险管理，年轻人则寻求健康科技中的游戏化内容。健康科技未来的商机在于多方面：提供以消费者为本的实用功能、迎合消费者对数据简化重新燃起的兴趣、并通过更好看的外观设计及功能加强产品的潮流性，从而帮助他们全方位改善健康。”

— 刘文诗，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 解读消费者对“实用功能”的需求
- 简化数据日渐受需求
- 加强健康科技产品的潮流性

根据英敏特2021趋势《健康新定义》与《数字化困境》，虽然科技令消费者有更多重要的机会掌控自己的健康，但科技发展带来的高度连通性与数据的复杂性也令人焦灼。中国健康科技市场中正有着这类趋势。消费者一方面尽管使用率低，但十分有兴趣尝试健康科技产品；另一方面十分重视实用的功能，并需要更简洁的数据。

为了在帮助消费者提升整体健康和解决其在科技方面的顾虑之间找到平衡，健康科技市场中的两大契机在于改进功能和简化数据。

英敏特趋势驱动力“身份认同”探索了消费者也希望通过其购买和使用的产品，展现自己独特的一面。鉴于这一重要的消费者趋势驱动力，有着潮流定位的健康科技产品或许也是新机遇，尤其是外观设计更好看、有着热门功能并且有社交功能的健康科技产品。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

健康科技 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

报告不包括

细分群体定义

数据1: 低/中等/高家庭月收入群体的定义 (按家庭月收入和城市区级区分)

综述

关键点

市场概述

科技产品的使用率高，并将在新冠疫情过后继续增长

关键细分赢家

谁在创新？

科技技术创新：医疗级别认证和无创功能的出现

功能创新：针对身体健康问题进行心理治疗

服务创新：VR技术向多元化服务应用拓展

营销创新：跨品类合作

消费者

多数对自身健康状况有信心

数据2: 健康程度评价，中国，2020年12月

尽管使用率低，仍有强烈意愿尝试新品

数据3: 健康科技使用情况，2020年12月

睡眠质量和体重追踪最受关注

数据4: 健康类app功能，2020年12月

不精确、太繁琐和隐私泄露是首要顾虑

数据5: 对健康科技的顾虑，2020年12月

加强健康类app的有效性在于数据分享

数据6: 数据分享，中国，2020年12月

数据7: 对健康科技效果的态度，中国，2020年12月

受教育程度高的消费者对家用健身器械有安全方面的顾虑

数据8: 对健身设备安全性的态度 (按部分教育程度区分)，中国，2020年12月

我们的观点

议题与洞察

解读消费者对“实用功能”的需求

现状

启示

数据9: Suisse Life Science Group公司推出的iDDNA饮食计划，瑞士，2018年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

健康科技 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据10: 欧姆龙的VitalSight与Toothpic的以照片为基础的牙科app，美国，2021年

简化数据日渐受需求

现状

启示

数据11: Halo手环与Moodbeam One穿戴设备，美国和英国，2019-2020年

加强健康科技产品的潮流性

现状

启示

数据12: 兼具精美外观设计与功能性效果的健康科技产品，中国，2020年

数据13: 微信中的“微信运动”，中国，2017年

市场——您所需要了解的

科技产品的使用率高，并将在新冠疫情过后继续增长

健身app可通过提升安全性和突出自身优势，吸引新用户

消费级基因检测价格更亲民

线上医药健康从被动治疗转向触及健康敏感型用户

未来商机

市场概述

科技产品的使用率高，并将在新冠疫情过后继续增长

数据14: 在科技和通讯产品 (a) 上的月支出变化，中国，2020年3-11月

增长细分中的亮点

身心健康类app在较低线级市场有前景

健身app是拉动消费增长的重要细分

消费级基因检测变得价格更亲民且更为普及

线上医药健康从被动治疗转向触及健康敏感型用户

未来商机

若想提升个性化健康服务的准确性，厂商需考虑多种健康因素

数据15: InsideTracker追踪器，美国，2017年

将个人健康数据分享给正确的人

谁在创新？

科技技术创新

家用智能健身走在前沿

数据16: 华米Amazfit Home Studio，中国，2020年1月

可穿戴设备通过认证医疗器械级别，展现更强的安全性

数据17: OPPO手表ECG版与BioButton，中国和美国，2020-2021年

无创型健康科技设备在2020年CES里人气走高

数据18: CES上展示的非创型健康科技设备，美国，2020年

预测技术助力在健康问题发生前检测征兆

数据19: CarePredict Tempo™ Series 3智能可穿戴手环，美国，2019年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

健康科技 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

功能创新

帮助提升眼部健康和睡眠质量

数据20: OPPO ColorOS7和Bose睡眠耳塞II (Bose Sleepbuds II), 中国和英国, 2020年

针对身体健康问题进行心理治疗

数据21: Headspace的减重冥想计划, 美国, 2021年

服务创新

VR技术向多元化服务应用拓展

虚拟群体活动为居家健身增添新活力

数据22: 交换自行车——全世界骑行系列, 2020年

营销创新

跨品类合作

数据23: 伊利与小米的合作计划宣传短片, 中国, 2020年12月

消费者——您所需要了解的

尽管使用率低, 仍有强烈意愿尝试

中年人亟需预防, 年轻人寻求乐趣

不精确、太繁琐和隐私泄露是使用健康科技过程中的主要顾虑

加强健康类app的有效性在于数据分享

受教育程度高的消费者对家用健身器械有安全方面的顾虑

健康程度评价

多数对自身健康状况有信心

数据24: 健康程度评价, 中国, 2020年12月

学历较高的消费者更自信——尤其在身体健康方面

数据25: 健康程度评价 (按教育程度区分), 中国, 2020年12月

健康科技使用情况

尽管使用率低, 但尝试使用专业设备和服务的意愿强烈

数据26: 健康科技使用情况, 中国, 2020年12月

DNA个性化服务、饮食管理和心理健康app最具吸引力

数据27: 对当前健康科技产品拥有率与购买兴趣的分析, 中国, 2020年12月

较低线城市消费者中存在商机

数据28: 部分健康科技产品的使用情况——我没有, 但有兴趣购买/下载 (按城市线级区分), 中国, 2020年12月

中年人亟需预防, 年轻人在设备中寻求游戏化的功能

数据29: 部分健康科技产品的使用情况 (我没有, 但有兴趣购买/下载) (按年龄区分), 中国, 2020年12月

身体健康变差时, 对心理健康app的需求增大

数据30: 正在使用与未来有兴趣下载有关心理健康的app的情况 (按对身体健康程度评价区分), 中国, 2020年12月

健康类app功能

睡眠质量和体重追踪最受关注

数据31: 健康类app功能, 中国, 2020年12月

数据32: 健康类app功能——TURF分析, 2020年12月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

健康科技 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格,但是也可能因为汇率的改变而有所改变

期望的健康类app功能与不同年龄段的健康目标息息相关

数据33: 部分健康类app功能(按年龄区分),中国,2020年12月

对健康科技的顾虑

不精确、太繁琐和隐私泄露是首要顾虑

数据34: 对健康科技的顾虑,2020年12月

父母关注产品外观

数据35: 对健康科技的顾虑(外观设计不好看)(按家庭构成区分),中国,2020年12月

对经期、感冒发烧提供的适当指导

数据36: 对健康科技的顾虑(没有详细的使用指导)(按部分健康类app功能区分),中国,2020年12月

数据分享

分享健康数据的意愿颇高

数据37: 数据分享,中国,2020年12月

回应不同年龄群体的不同需求

数据38: 部分数据分享情况(按年龄区分),中国,2020年12月

想尝试筋膜枪、游戏机和DNA健康计划的消费者愿意与健身教练分享数据

数据39: 与健身教练分享数据(按购买部分健康科技产品的兴趣区分),中国,2020年12月

对健康科技的态度

怎样的健康类app是“有效的”?

数据40: 对健康科技效果的态度,中国,2020年12月

怎样的健康科技产品是“紧跟潮流的”?

数据41: 对健康科技产品潮流感的态度(按愿意在社交媒体上分享个人健康数据的消费者区分),中国,2020年12月

数据42: 对健康科技产品潮流感的态度(按对健康科技产品外观和流行健康科技功能的态度区分),中国,2020年12月

受教育程度高的消费者对家用健身器械有安全方面的顾虑

数据43: 对健身设备安全性的态度(按部分教育程度区分),中国,2020年12月

数据44: 苹果Fitness+,美国,2020年

对健康有信心的消费者希望简化健康数据

数据45: 对健康科技产品提供的信息的态度(按表示其身体和心理健康有所提升的消费者区分),中国,2020年12月

认识英敏特城市精英人群

更有兴趣尝试DNA个性化健康服务和筋膜枪

数据46: 部分健康科技产品的使用情况(我没有,但有兴趣购买/下载)(按消费者分类区分),中国,2020年12月

更愿意与专业健康专家与品牌分享数据

数据47: 数据分享(按消费者分类区分),中国,2020年12月

对用健康类app记录压力和焦虑程度需求更强

数据48: 健康类app功能(按消费者分类区分),中国,2020年12月

附录——研究方法与缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲,中东,非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@intel.com