

健康生活趋势 - 中国 - 2021年3月

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 巧借短视频平台传播健康信息
- 帮助消费者轻松养成健康生活习惯
- 强调与家人和朋友相处的时间对情绪健康的重要性

英敏特2021年趋势《健康待定》(Health Undefined)指出，健康是全面性的，而这个性质确保了品牌在讨论健康议题时语言的一致性，而明确如何切入该议题是品牌需考虑的重点。纵观中国市场，英敏特发现各行各业在进军健康领域时会抓住两个关键点——一是帮助消费者简化健康产品的选择和决策过程，二是突出陪伴家人朋友对改善情绪健康的重要性。

此外，消费者获取健康信息的方式也在改变。如今越来越多的人习惯于通过看短视频来获取健康信息，这表明像抖音这样的短视频平台是品牌在健康领域发挥更大影响力的沃土。



“消费者越来越关注自己的身心和社会健康状况。他们也更加关注超重问题，正在寻求能帮助他们轻松养成健康的生活习惯的解决方案，并且更加认识到优先花时间陪伴家人和朋友是改善情绪健康的重要举措。随着社交媒体的迅速普及，越来越多的人倾向于使用短视频App（应用程序）来了解健康知识”。

刘文诗，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义
- 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线级区分）

综述

- 关键点
- 市场
- 医疗保健在消费支出中所占份额增加
- 中国健康趋势要点
- 不同品类中健康相关宣称的趋势
- 食品和饮料
- 美容及个人护理
- 消费者
- 除了普遍存在的眼部/消化/睡眠/背痛问题，人们对超重的关注度不断提高
 - 数据 2: 发生健康问题的比率，中国，2017vs2019vs2021年
- 在健康学习之旅中短视频平台变得重要
 - 数据 3: 健康信息获取渠道，中国，2020年12月
- 不同渠道各有利弊
 - 数据 4: 对健康信息获取渠道的看法，中国，2020年12月
- 花时间陪伴家人和朋友仍是情绪健康的一个重要主题
 - 数据 5: 健康行动的变化，中国，2020年12月
- 教育内容、方便的在线服务和物美价廉是保持健康生活方式的关键
 - 数据 6: 坚持健康生活方式的方法，中国，2020年12月
- 对零售渠道兴起的轻松实现健康饮食的解决方案越来越感兴趣
 - 数据 7: 对食品零售概念的兴趣，中国，2020年12月
- 我们的观点

议题与洞察

- 巧借短视频平台传播健康信息
- 现状
- 启示
 - 数据 8: 丁香医生抖音账号上的田太医视频，中国，2021年
 - 数据 9: 抖音内容创造者提供实用健康信息的示例，中国，2021年
- 帮助消费者轻松养成健康生活习惯
- 现状
- 启示

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

数据 10: 各品类玩家在其产品中利用“简化”故事的示例，中国，2020年

数据 11: 线下和线上零售空间的健康食品专区示例，中国和海外，2020年

数据 12: 营养师店内指导活动示例，海外，2020年

- 强调与家人和朋友相处的时间对情绪健康的重要性
- 现状
- 启示

数据 13: 小草莓亲子音乐节，中国，2019年

数据 14: 促进与家人朋友之间联系的家用产品示例，中国和海外，2019-2020年

市场

- 医疗保健在消费支出中所占份额增加
数据 15: 消费支出（总支出和医药产品支出），中国，2016-2020年
- 中国健康趋势要点
- 体格健康
数据 16: 健康问题排序，中国，2017vs2019vs2021年
- 精神（或心理、情绪）健康
数据 17: 缓解压力的方法，中国，2020年3-12月
数据 18: 中国国民心理健康发展报告（2019-2020）》，中国
- 社会健康
数据 19: 生活重要性变化情况，中国，2020年4-9月
- 各品类中健康相关宣称的趋势
- 食品和饮料
数据 20: 食品和饮料新品中的健康宣称类别，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）
数据 21: 食品和饮料新品中的前五名“减少”相关健康宣称，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）
数据 22: 食品和饮料新品中的“添加”相关宣称，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）
数据 23: 食品和饮料新品中的前十名功能性宣称，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）
数据 24: 含有胶原蛋白成分的食品和饮料新品，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）
- 美容及个人护理
数据 25: 美容及个人护理新品中的健康相关宣称类别，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）
数据 26: 美容及个人护理新品中的前15名健康相关宣称*，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



数据 27: 有微生物组相关宣称*的美容及个人护理新品，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）
数据 28: 带有颈部皮肤营销宣称*的护肤品新品，中国，2018年3月-2021年2月（滚动年度）

消费者——您所需要了解的

- 除了普遍存在的亚健康问题，人们对体重超标的认知度不断提高
- 年青人：关注早期预防及工作与生活的平衡
- 高收入者：多渠道寻求健康建议
- 低线城市：在线医疗保健和店内指导可简化健康方案决策流程

健康问题

- 视力、消化和睡眠问题仍然是排名最前的健康问题
数据 29: 健康问题的排名，中国，2017vs2019vs2021年
数据 30: 健康问题的发生率，中国，2017vs2019vs2021年
- 视力问题、皮肤问题和焦虑受到年轻人群关注
数据 31: 部分健康问题（按年龄区分），中国，2020年12月
- 高收入消费者对体重超标和呼吸系统问题更加警惕
数据 32: 部分健康问题（按个人月收入区分），中国，2020年12月
- 低线城市消费者“三高”发病率上升
数据 33: 健康问题——“三高”（按城市区分），中国，2020年12月

健康行为的变化

- 新冠疫情后，与家人/朋友之间的联系、学习健康知识以及健康饮食成为流行趋势
数据34: 健康行为的变化，中国，2020年12月
- 与朋友和家人的联系对心理健康起着至关重要的作用
数据 35: 心理健康状况自我评价（按花时间陪伴家人朋友的行动变化区分），中国，2020年12月
- 泉州消费者采取更多行动来减少科技产品的使用
数据 36: 减少使用电子产品的时间变化——比疫情前更多（按城市区分），中国，2020年12月
- 中年消费者正积极采取各种健康的生活方式
数据 37: 部分健康行为的变化——比疫情前更多（按年龄区分），中国，2020年12月
- 为有需要就医的问题的人提供保健品和健康检查
数据 38: 部分健康行为的变化——比疫情前更多（按部分健康问题区分），中国，2020年12月

健康信息获取渠道

- 在社交媒体继续发挥重要作用的同时，健康类App的人气不断上升

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



数据 39: 消费者认为对寻求健康建议有帮助的前五名健康信息渠道 (2015年) 和消费者使用过的健康信息渠道 (2021年)，中国

- 短视频平台受到青睐

数据 40: 健康信息获取渠道，中国，2020年12月

- 信息渠道因年龄而异

数据 41: 部分健康信息获取渠道 (按年龄区分)，中国，2020年12月

- 高收入消费者考虑小众信息源 (杂志、线下讲座)

数据 42: 部分健康信息获取渠道 (按家庭月收入区分)，中国，2020年12月

对健康信息获取渠道的看法

- 不同渠道各有其独特优势

数据 43: 对健康信息获取渠道的看法，中国，2020年12月

- 与健康类讲座和在线社区相结合可提高健康专家“便于分享”的形象

数据 44: 对健康相关专业人士的部分看法 (按健康信息获取渠道区分)，中国，2020年12月

保持健康生活方式的方法

- 教育科普、方便的在线服务和物美价廉是关键

数据 45: 坚持健康生活方式的方法，中国，2020年12月

数据 46: 坚持健康生活方式的方法——TURF分析，中国，2020年12月

- 一些低线城市消费者喜欢使用在线医疗保健平台

数据 47: 坚持健康生活方式的方法——功能强大的在线健康服务平台 (按城市区分)，中国，2020年12月

- 18-24岁的消费者青睐物美价廉的健康食品

数据 48: 坚持健康生活方式的方法——物美价廉的健康食品 (按年龄区分)，中国，2020年12月

- 那些受情绪问题困扰的人群正在寻找有趣的健身活动和灵活的锻炼计划

数据 49: 坚持健康生活方式的部分方法 (按焦虑/抑郁的健康问题区分)，中国，2020年12月

- 健康类App可以扩大触点以优化用户体验

数据 50: 使用健康相关的手机App作为健康信息获取渠道的消费者 (按坚持健康生活方式的部分方法区分)，中国，2020年12月

对食品零售概念的兴趣

- 在货架上标注健康特征及在购物小票上显示营养信息以激发大众兴趣

数据 51: 对食品零售概念的兴趣，中国，2020年12月

- 有知识的消费者关注健康食品专区

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



- 中老年消费者对健康食品促销表现出更高的兴趣
数据 52: 对健康食品有更多的促销活动感兴趣——首选（按年龄区分），中国，2020年12月
- 一些低线城市的消费者认为营养师在店内指导更重要
数据 53: 对举办有营养师提供选购建议的活动感兴趣——首选（按城市区分），中国，2020年12月

认识英敏特城市精英人群

- 对消化问题、焦虑和呼吸系统问题的关注度较2019年有所上升
数据 54: 健康问题排序（按消费者分类区分），中国，2019vs2021年
数据 55: 健康问题（按消费者分类区分），中国，2020年12月
- 健身服务和器材的早期使用者
数据56: 健康行为的变化——比疫情前更多（按消费者分类区分），中国，2020年12月
- 对健康相关专业人士、健康类App和杂志/书籍有新看法
数据 57: 健康信息获取渠道（按消费者分类区分），中国，2020年12月

附录--研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。