

健康生活趋势 - 中国 - 2022年

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

- 影响大健康市场的市场因素（含新冠疫情影响）
- 营销策略与新产品趋势
- 亚健康问题的发生率及消费者对特定疾病的患病情况和担忧
- 不健康的生活习惯和健康行为的变化
- 消费者感兴趣的健康相关产品和服务特征
- 对疾病管理、线下和线下医疗服务及商业健康保险的态度

总体而言，目前患有调研提及的任何一种疾病的消费者比例较小。然而，有较大比例的消费者表示他们担心会患上调研提及的任何一种疾病。由此可见，消费者对特定疾病的预防和管理需求预计将增多，企业则有机会推出垂直医疗健康解决方案，以把握这一需求。

在中国，由于人们对新冠疫情封控愈发感到不安，心理健康已成为热门话题。英敏特即将发布的报告《情绪健康管理——中国，2022年》显示，工作/学习压力、负面情绪和睡眠问题是消费者最关注的心理/情绪健康话题。

消费者意识到自身疾病状况和心理健康状况后，大健康市场中出现的最大威胁之一在于很难鼓励人们为自身健康作出真正的改变。依据《中国公民健康素养——基本知识与技能（试行）》，一份用于评估中国居民对健康相关信息的了解情况和执行能力的手册所指出，中国居民对健康基本知识与技能的素养水平逐年稳步提升。然而，直到外界环境威胁（如新冠疫情）出现前，健康生活方式与行为素养水平时有波动。

因此，大健康市场的企业应把握外部环境威胁带来的机会，帮助消费者培养健康的行为。企业可考虑采取创新策略，包括从心理健康的角度来管理疾病、采用性别中立的营销策略营销有助于维持健康生活方式的健康产品，以及采用性别差异化的营销策略营销针对疾病管理的健康产品。



"为满足消费者对预防性保健解决方案的期待，大健康市场中的企业应专注构建垂直医疗保健体系，帮助人们预防特定疾病。企业可通过创新策略脱颖而出，包括从心理健康的角度来管理疾病、营销有助于维持健康生活方式的健康产品时采用性别中立的口吻，以及营销针对疾病管理的健康产品时采用性别差异化进行描述。"

- 刘文诗，高级研究分析师

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 报告关键议题
- 本报告涵盖的产品

综述

- 市场
- 国民健康素养水平达到目前为止的最高位
- 慢性病构成巨大威胁
- 推广商业健康保险业，以对抗老龄化趋势
- 2022年新冠疫情影响
- 心理健康帮助被热议
- 健康食品和饮料、医疗保健产品和除菌产品仍很重要
- 对保健品消费升级的偏好保持强劲
- 营销与产品创新亮点
- 推出针对少数群体的医疗保健服务
- 在能量、抗氧化、免疫系统健康和心血管健康宣称方面，中国颇具增长空间
- 慢性病预防细分的新品开始强调长时间饱腹感和低升糖指数
- 对男性相关宣称的关注增多
- 消费者
- 消化问题和肝功能问题发生率升高
数据1: 发生亚健康问题的百分比，中国，2021vs2022年
- 患病人数低，但忧虑程度高
数据2: 患病情况，中国，2022年
- 不同年龄段的患者有其特定的健康行为侧重点
数据3: 健康行为的变化，中国，2022年
- 熬夜是第一大不健康生活方式
数据4: 不健康的生活方式，中国，2022年
- 隐私保护强的线上医疗保健服务和女性健康产品最具吸引力
数据5: 产品和服务特征，中国，2022年
- 患者倾向于相信线上就诊体验更好
数据6: 对线下和线上医疗服务的态度（按患病情况区分），中国，2022年
- 年轻人更不愿讨论健康问题
数据7: 对疾病管理的态度（按年龄区分），中国，2022年
数据8: 对疾病管理的态度（按年龄区分），中国，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 从心理健康层面管理疾病将吸引50岁以上群体

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格,可能受汇率波动影响而有变动。

数据9: 寸草心线上医疗健康app, 中国, 2021年

- 垂直医疗保健解决方案即将兴起
- 性别中立和性别差异化策略都将有望蓬勃发展

数据10: No Cosmetics Rasieröl剃须/剃毛油 (No Cosmetics' Rasieröl shaving oil), 德国, 2022年

市场因素

- 慢性病管理与患病风险因素控制协同作用
- 健康素养水平达到12年来的最高值

数据11: 中国居民健康素养水平, 2008-2020年

数据12: 中国居民基本健康知识、基本健康技能、健康生活方式与行为素养水平, 2012-2020年

- 推广商业健康保险业, 以对抗老龄化趋势

新冠疫情影响

- 新冠疫情: 中国市场情况简述
 - 新冠疫情对市场和消费者的影响
 - 新一轮新冠疫情催生心理健康支持需求
- 数据13: 关注的心理/情绪健康话题, 中国, 2022年
- 虽然囤食品优先级高, 但消费者对健康食品/饮料和医疗保健/除菌产品的需求仍很重要
- 数据14: 消费变化趋势——花费变多了, 2021-2022年
- 对保健品消费升级的偏好强劲
- 数据15: 消费升级/降级计划——保健品, 中国, 2021-2022年
- 数据16: 更换品牌——保健品, 中国, 2021-2022年

营销活动

- 推出针对少数群体的医疗保健服务
- 数据17: 美团健康服务专区, 中国, 2021年
- 数据18: 腾讯和北京依众基金会联合推出的无障碍急救平台, 中国, 2022年

新产品趋势

- 产品创新趋势概览
 - 在能量、抗氧化、免疫系统健康和心血管健康宣称方面颇具增长空间
- 数据19: 食品、饮料和医疗保健新品中的前几大功能性宣称, 全球和中国, 2017-2022年
- 慢性病预防细分的新品转向低升糖指数和长时间饱腹感
- 数据20: 食品、饮料和医疗保健新品 (按慢性健康问题相关宣称区分), 中国, 2019-2022年 (滚动年度)
- 对男性相关宣称的关注增多

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据21: 健康相关*食品和饮料及医疗保健新品中的女性和男性特征宣称占比，中国，2017-2022年

- 创新焦点

- 多角度支持骨骼和关节健康

数据22: 日东福德食Haimyun益生元和益生菌膳食补充剂 (Ildong Foodis Haimyun Pre & Probiotics Dietary Supplement)，韩国，2021年

数据23: 杰诺EPA-DHA (二十碳五烯酸-二十二碳六烯酸) 均衡膳食保健品 (Jarrow Formulas EPA-DHA Balance Dietary Supplement)，美国，2021年

- 推出更多辅助口腔护理产品，解决“口罩口气”问题

数据24: 口香糖产品示例，美国和丹麦，2020-2022年

- 肠道健康成为良好健康状态的新基石

数据25: 将肠道健康与更广泛的健康领域相结合的产品示例，法国和英国，2021年

- 考虑有益心脏健康的饮食概念

数据26: Ton's功能性发芽杏仁 (Ton's functional sprouted almonds)，日本，2022年

亚健康问题

- 消化问题和肝功能问题发生率升高

数据27: 发生亚健康问题的百分比，中国，2021vs2022年

- 50岁以上消费者“三高”率明显上升

数据28: 50-59岁人群发生亚健康问题的百分比，中国，2021vs2022年

- 视力问题更常见于50岁以上人群

数据29: 发生视力问题的百分比 (按年龄区分)，中国，2021vs2022年

- 皮肤和消化亚健康问题的性别差异减少

数据30: 发生亚健康问题的百分比 (按性别区分)，中国，2021vs2022年

患病情况

- 患病人数低，但忧虑水平高

数据31: 患病情况，中国，2022年

- 不同年龄段担心不同疾病

数据32: 患病情况——患有或担心患上 (按年龄区分)，中国，2022年

- 男性更担心心血管疾病

数据33: 心血管疾病患病情况——患有或担心患上 (按性别区分)，中国，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

健康行为的变化

- 仍然热衷于陪伴家人朋友、学习健康知识和健康饮食
数据34: 健康行为的变化，中国，2022年
- 不同年龄段采取不同健康行为应对医疗级疾病
数据35: 健康行为的变化——更多（按不同年龄的患病情况区分），中国，2022年
- 包含线上服务的体检可帮助提升整体产品价值
数据36: 健康行为的变化——更多（按体检频率变化区分），中国，2022年

不健康的生活方式

- 熬夜是主要的不健康生活方式
数据37: 不健康的生活方式，中国，2022年
- 人们享受吸烟和饮酒
数据38: 不健康的生活习惯——经常吸烟/饮酒（按性别和年龄区分），中国，2022年
数据39: 亚健康问题——焦虑/抑郁（按不健康的生活方式区分），中国，2022年

产品与服务特征

- 消费者最想要的特征：线上问诊/健康咨询、数据保护和改善女性特有的健康问题
数据40: 产品和服务特征，中国，2022年
- 有较强隐私需求的特定人群
- 健康的年轻人
数据41: 部分产品和服务特征（按年龄区分），中国，2022年
- 目前患病的50岁以上消费者
数据42: 产品和服务特征——承诺不泄露个人数据（按50-59岁的消费者区分），中国，2022年
- 年轻男性倾向被适用于所有人群的产品吸引
数据43: 产品和服务特征——适用于所有人群（按18-29岁的消费者区分），中国，2022年

对健康的态度

- 年轻人更不愿讨论健康问题
数据44: 对疾病管理的态度（按年龄区分），中国，2022年
数据45: 对疾病管理的态度（按年龄区分），中国，2022年
- 患者倾向于相信线上就诊体验更好
数据46: 对线下和线上医疗服务的态度（按患病情况区分），中国，2022年
- 对购买针对亚健康问题的健康保险产品兴趣广泛
数据47: 对健康保险的态度，中国，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

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

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据48: 有兴趣购买针对亚健康问题的健康保险产品的目标人群特征——决策树分析，中国，2022年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 决策树分析
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

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

The logo consists of the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of decreasing size, suggesting a trail or a thought process.

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)。