

健康生活趋势 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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



“中国消费者越来越重视健康，这对品牌和公司来说是个利好消息，因为消费者需求和目前市场上提供的产品之间存在着巨大的缺口。采用更优质的原料和精致包装可以使产品变得更具吸引力。另外，随着健康意识的提高，消费者细分变得越来越重要，因此全能型产品策略将不再适用。”

— 李宇静，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 消费者有哪些以及什么类型的亚健康问题？
- 维持健康生活方式所需具备的最重要因素是什么？
- 健康食品所具备的最重要因素是什么？
- 哪些信息渠道对消费者获取健康生活讯息最有帮助？
- 消费者对健康相关的移动应用和可穿戴设备感兴趣吗？
- 消费者对健康生活持何种态度？

随着生活节奏的加快和可支配收入的提高，患有亚健康问题的人口比例也日益提高。来自工作和日常生活的压力仍然是造成亚健康状态的主要原因。英敏特研究同时也指出，很多人受到多种亚健康问题的困扰，表明亚健康将成为未来一个非常严重的问题。

另一方面，由于消费者有强烈的意愿购买产品和服务来提高自身的健康状况，因此对于那些与健康紧密相关的行业（如食品和饮料）而言，这也意味着他们会有更多商业机会。

这篇报告深入探讨了中国消费者对于健康和养生的态度。涵盖方面包括：亚健康状态、健康饮食、运动、保健信息获取渠道等。消费者对健康类移动应用和可穿戴科技的态度在本报告中也有阐述。

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

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.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

健康生活趋势 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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

引言

研究方法

缩写

综述

消费者

健康状况

数据 1: 亚健康问题, 2015年3月

数据 2: 亚健康问题的频度分析, 2015年3月

维持健康生活方式需具备的重要因素

数据 3: 健康生活所需具备的重要因素, 2015年3月

对健康食品的看法

数据 4: 决定健康食品的因素, 2015年3月

获取健康生活信息的渠道

数据 5: 获取健康生活信息的渠道, 2015年3月

对健康类应用及可穿戴设备的兴趣

数据 6: 对应用及可穿戴设备的兴趣, 2015年3月

对健康生活的态度

数据 7: 对健康生活的态度, 2015年3月

关键议题

针对视力不良的消费者的产品创新机会

可穿戴设备的未来取决于其如何摆脱健康追踪器的定位

如何打造“天然”概念来吸引中国消费者

如何瞄准食品和饮料市场上不同的消费者群体

我们的观点

议题和洞察

针对视力不良的消费者的产品创新机会

现状

启示

数据 8: 患有近视的学生比例 (按学校级别区分), 2000-2013年

数据 9: 具有促进视力健康的食品与饮料新品 (按产品品类区分), 2012-2014年

数据 10: 中国市场上含有蓝莓成分的食品和饮料新品在总体食品和饮料新品中的份额 (按品类区分), 2014年

数据 11: 具有明显宣称的产品样例, 2011年

数据 12: 具有强烈的视觉冲击的产品样例, 2012年

可穿戴设备的未来取决于其如何摆脱健康追踪器的定位

现状

启示

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

健康生活趋势 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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

如何打造“天然”概念来吸引中国消费者

现状

启示

数据 13: 具有无添加和不含添加剂宣称的产品范例，中国，2014-15年

数据 14: 使用植物包装的产品样例，越南和比利时，2013-14年

如何瞄准食品和饮料市场上不同的消费者群体

现状

启示

数据 15: 对健康生活的态度，2015年3月

数据 16: 消费者细分（按消费者对健康饮食的态度区分），2015年3月

数据 17: 巴西莓/树林水果，2014年

趋势与应用

给出证据

解码生活

肥胖的烦恼

消费者——健康情况

要点

不到15%的受访者认为自己是健康的

数据 18: 健康状况，2012年11月和2015年3月

数据 19: 没有亚健康问题的消费者（按城市级别区分），2012年11月和2015年3月

视力差是最常见的亚健康问题

数据 20: 亚健康问题，2015年3月

数据 21: 科技产品的拥有情况，2015年3月

三“高”问题已不再是老年人的专有

数据 22: 选取的亚健康问题（按性别和年龄区分），2015年3月

超过半数的受访者受到多种亚健康问题的困扰

数据 23: 亚健康问题的谱度分析，2015年3月

压力仍然是导致亚健康问题的主因

数据 24: 选取的亚健康问题（按个人月收入区分），2015年3月

数据 25: 选取的亚健康问题（按婚姻状况区分），2015年3月

数据 26: 具有减压功效的产品范例，日本和马来西亚，2013-2015年

消费者——维持健康生活方式需具备的重要因素

要点

经常做运动已成为维持健康生活方式的最重要因素

数据 27: 健康生活所需具备的重要因素，2015年3月

数据 28: 认为经常进行锻炼是养成健康生活方式的最重要因素的受访者（按性别区分），2014年1月和2015年3月

消费者的收入不同，行为也千差万别

数据 29: 健康生活方式所需具备的重要因素（按个人月收入区分），2015年3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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

健康生活趋势 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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

即使是处于亚健康状态下的消费者也或多或少地忽视定期体检的重要性

数据 30: 健康生活方式所需具备的重要因素 (按亚健康问题区分), 2015年3月

数据 31: 认为经常进行锻炼是养成健康生活方式的最重要因素的受访者 (按性别和年龄区分), 2014年1月和2015年3月

可穿戴设备有待开发

数据 32: 健康生活方式所需具备的重要因素 (按是否拥有可穿戴设备区分), 2015年3月

数据 33: 亚健康问题的频度分析 (按是否拥有可穿戴设备区分), 2015年3月

消费者——决定健康食品的因素

要点

“天然成分”和“更健康的生产方式”被认为是决定健康食品的最重要的两大因素

数据 34: 决定健康食品的因素, 2015年3月

数据 35: 具有“天然”包装的产品范例, 美国、意大利和英国, 2014-2015年

低卡路里和低糖的优势已去

数据 36: “好”糖样例, 印度、加拿大和瑞典, 2013-2014年

例如, 高收入者对有机食品的兴趣更强烈, 而粗粮更吸引低收入家庭。

数据 37: 决定健康食品的因素 (按个人月收入区分), 2015年3月

数据 38: 具有多种健康功效的产品样例, 中国, 2015年

年龄较大的消费者更可能担忧转基因问题

数据 39: 决定健康食品的因素 (按性别和年龄区分), 2015年3月

数据 40: 具有“不含转基因成分”的酱料和调味品在总酱料和调味品新品中所占的份额, 中国, 2010-2014年

消费者——获取健康生活信息的渠道

要点

尽管消费者从多种信息渠道获取信息, 但电视和健康类网站仍被认为是最有帮助的

数据 41: 获取健康生活信息的渠道, 2015年3月

消费者对信息渠道的选择因年龄段的不同而呈现差异

数据 42: 获取健康生活信息的渠道 (按年龄区分), 2015年3月

推广保健品的机会

数据 43: 获取健康生活信息的渠道 (按健康生活所需具备的因素区分), 2015年3月

消费者——对应用及可穿戴设备的兴趣

要点

健康相关的移动应用和可穿戴设备的渗透率仍然很低

数据 44: 对应用及可穿戴设备的兴趣, 2015年3月

数据 45: 对应用及可穿戴设备的兴趣, 2015年3月

更多的消费者愿意使用移动应用而非可穿戴设备来追踪活动量

20-29岁的消费者以及高收入者应是健康类应用和可穿戴设备的目标群体。

消费者——对健康生活的态度

要点

消费者对健康的认知随着时间的推移而加深

数据 46: 对健康生活的态度, 2015年3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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

健康生活趋势 - 中国 - 2015年5月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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

消费者对于吃的健康持有不同观点

数据 47: 对健康生活的态度, 2015年3月

超过半数的消费者表示很难放弃垃圾食品, 但他们也认为健康比口味更重要

数据 48: 对健康生活的态度, 2015年3月

消费者更信赖来自亲朋好友的推荐

数据 49: 对健康生活的态度, 2015年3月

消费者——认识英敏特城市精英人群

要点

为什么要定义“英敏特城市精英人群”?

他们是谁?

数据 50: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征 (按性别、年龄和个人收入区分)

数据 51: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征 (按性别、年龄和个人收入区分)

英敏特城市精英人群更可能患多种亚健康问题...

数据 52: 亚健康问题的谱度分析 (按消费者分类区分), 2015年3月

数据 53: 健康状况 (按消费者分类区分), 2015年3月

...英敏特精英人群更有可能依赖健康食品和保健品以及进行定期体验来保持健康

数据 54: 健康生活方式所需具备的重要因素 (按消费者分类区分), 2015年3月

英敏特城市精英人群对有机和营养强化食品表现出更大的偏好

数据 55: 决定健康食品的因素 (按消费者分类区分), 2015年3月

英敏特城市精英人群是使用健康类应用和可穿戴设备的先行者...

数据 56: 消费者已经使用的健康类应用和可穿戴设备 (按消费者分类区分), 2015年3月

...消费者对健康的态度各有表述

数据 57: 消费者对健康的认同度 (按消费者分类区分), 2015年3月

数据 58: 消费者对健康的认同度 (按消费者分类区分), 2015年3月

他们明显更依赖网络及移动端来获取健康咨询

数据 59: 消费者获取有用的健康信息的渠道 (按消费者分类区分), 2015年3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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com