

健康科技 - 中国 - 2019年1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



“慢性疾病是健康科技市场的一大关注焦点。消费者对疾病预防有强烈渴望，这刺激了他们对健康数据和疾病指征的兴趣，也改变了其管理健康状况的方式。消费者也期待健康科技具备更多先进的功能，如数据分析、通知和诊断等功能。”

— 黄开意，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 对更多健康数据和更精准测量的需求增加
- 要求真人专家和健康科技相结合
- 社交媒体的订阅服务

慢性疾病的预防和管理是健康科技市场的关注焦点。为了应对这些与日俱增的需求，保健健身设备与医疗设备之间的界限开始模糊。该两大领域的品牌都想跨界到对方领域一展身手。消费者对计步功能已司空见惯，期待健康科技产品具备更多先进的功能。移动医疗蓬勃发展，但仍面临需要克服的困难；重点品牌也在盈利模式上进行探索。

本报告根据消费者对追踪记录多种健康数据、在线/电话咨询和当前健康科技产品的态度，审视了消费者需求和目前健康科技市场现状之间的差异。消费者的信息获取渠道和健康诊断方式的偏好变化也为市场营销策略提供了一些启发。

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@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

健康科技 - 中国 - 2019年1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

不包括

细分群体定义

综述

市场

数据1: 中国三级医院的负荷, 2013-2017年

公司与品牌

医疗保健市场外的品牌也在争取分一杯羹

医疗设备生产商不断创新, 搭乘移动医疗和可穿戴设备的趋势

移动医疗市场仍在探索盈利模式

阿里巴巴和腾讯同台竞技, 加紧布局医疗领域

消费者

积极关爱个人健康, 甚至开始使用医疗设备

数据2: 在过去6个月中追踪记录过健康数据的消费者占比, 2018年9月

数据3: 对追踪记录健康数据的兴趣, 2018年9月

移动医疗和线上咨询几乎与线下咨询同等重要, 但增长缓慢

数据4: 健康检查诊断的方式, 2018年9月

数据5: 在线/电话咨询的前三大优势, 2018年9月

数据6: 在线/电话咨询的前三大缺点, 2018年9月

消费者希望慢性疾病管理更便捷、隐私保护更严密

数据7: 词云——消费者想要使用的健康科技功效, 2018年9月

数据8: 消费者态度——对健康科技产品的担忧, 2018年9月

我们的观点

议题与洞察

对更多健康数据和更精准测量的需求增加

现状

启示

要求真人专家和 health 科技相结合

现状

启示

社交媒体的订阅服务

现状

启示

市场——您所需要了解的

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 - 2019年1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

消费者需求转向疾病预防和管理
可穿戴设备和移动医疗是未来趋势

市场增长动力

个人医疗保健的焦点已从“治”转到“防”
慢性疾病市场对健康科技大有需求
三级医院鼓励患者选择线上咨询，以优化资源配置
医疗市场的大数据建设带动移动医疗和可穿戴设备的发展

重点企业——您所需要了解的

国际品牌具有技术优势，中国品牌在成本效益上更上一筹
如何盈利仍是移动医疗的一大挑战
慢性疾病管理市场的企业趋于专一化
体检中心：与健康科技企业合作的常客
加入阿里巴巴和腾讯的健康市场生态系统是必然之势？

医疗、保健和健身设备市场

飞利浦旨在成为全方位的健康专家
欧姆龙主打自身特色，通过可穿戴设备和大数据获得动力
三诺通过海外收购和大数据收集创新提高市场份额
小米进军医疗设备市场，提高品牌忠诚度
华为不断创新智能手表和B2B服务

移动医疗市场

“她健康”有巨大潜力有待挖掘
知识共享能否成为移动医疗的盈利模式？
保险公司能否成为移动医疗盈利的后盾？
“移动医疗+硬件”为智云健康带来成功

健康生态市场的中国互联网公司三巨头

百度：专注于依托AI技术的健康解决方案
阿里巴巴和腾讯：重金投资健康医药初创企业
阿里巴巴：借力电商业务，构建健康系统
腾讯：从可穿戴设备开始

消费者——您所需要了解的

对健康科技产品的需求尚未被满足：测量/追踪更复杂的数据，以及数据分析功能
体检中心是最受欢迎的健康检查场所
准确度低制约线上咨询市场的增长
缺乏隐私保护导致消费者对数据分享不放心

健康状况认知

多数中国消费者对自身健康状况有信心
数据9：健康状况，2018年9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 - 2019年1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

低家庭收入的消费者对自己的健康状况更不确定

数据10: 健康状况 (按家庭状况区分), 2018年9月

健康数据的电子测量/追踪

追踪记录 (除了步数、生理期周期和体重外) 更复杂健康数据的市场有待进一步发展

数据11: 在过去6个月中追踪记录过健康数据的消费者占比, 2018年9月

血压高可能是“不健康”的首要因素

数据12: 追踪记录过身体数据的消费者比例 (按健康状况区分), 2018年9月

消费者渴望解读自己的健康数据

数据13: 对追踪记录健康数据的兴趣, 2018年9月

70后消费者的健康管理意识最弱

较年轻消费者强烈希望能预防疾病

数据14: 对追踪记录部分健康数据的兴趣 (按代际区分), 2018年9月

无论收入如何, 消费者都愿意提高健康管理水平

数据15: 对追踪记录部分健康数据的兴趣 (按家庭状况区分), 2018年9月

健康诊断方式

多数消费者关注自己的健康状况

在线咨询市场增长缓慢

体检中心超过公立医院, 成为健康检查诊断最受欢迎的好去处

数据16: 健康检查诊断的方式, 2018年9月

消费者往往会通过多种方式检查健康状况

数据17: 使用过的健康检查诊断方式的种类数量, 2018年9月

谁信任AI?

数据18: 部分健康检查诊断方式 (按年龄区分), 2018年9月

对面对面咨询和在线/电话咨询的认知

在线/电话咨询有效但不够准确

为何不将在线/电话咨询和面对面咨询相结合?

数据19: 面对面咨询和在线/电话咨询的优缺点比较, 2018年9月

对于在线/电话咨询的知识分享, 较年轻消费者有更多质疑

数据20: 消费者态度——通过在线/电话咨询或面对面咨询学习健康管理知识 (按年龄和性别区分), 2018年9月

消费者渴求的健康科技产品

消费者希望健康科技产品能分析数据并提供疾病诊断

数据21: 词云——消费者想要使用的健康科技功效, 2018年9月

中国品牌领跑设备市场

数据22: 词云——消费者在过去6个月内用过的健康科技品牌, 2018年9月

前五大产品占了目前医疗设备市场的大壁江山

数据23: 消费者在过去6个月内用过的前十大健康科技产品, 2018年9月

40岁之后, 男性消费者对血压计的需求超过了女性消费者

数据24: 在过去6个月中使用过血压计的消费者 (按年龄和性别区分), 2018年9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 - 2019年1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

了解健康科技产品的途径

购物网站/手机app是重要的信息来源

电视胜过线下商业渠道

数据25: 了解健康科技产品的途径, 2018年9月

拥有更多信息渠道是否让消费者变得更多疑?

数据26: 消费者用以了解健康科技产品的途径数量, 2018年9月

社交渠道更可能针对较高家庭收入的消费者

数据27: 了解健康科技产品的途径(按家庭状况区分), 2018年9月

健康科技的益处

基本要求: 帮助消费者了解自己的身体

治病强身的潜力

先求有用, 再谈省钱

数据28: 对健康科技产品相关益处的态度, 2018年9月

低家庭收入消费者需要更多鼓励

数据29: 对健康科技产品相关益处的态度(按家庭状况区分), 2018年9月

对健康科技的担忧

个人数据的泄漏可能是使用健康科技产品最大阻碍

数据30: 消费者态度——对健康科技产品的担忧, 2018年9月

40-49岁消费者最不愿意分享数据

数据31: 对健康科技产品表示担忧的消费者百分比(按年龄区分), 2018年9月

消费者偏好分享正面的数据来塑造数字形象

数据32: 同意“我不介意分享我在健康科技产品中获得的个人数据”的消费者百分比(按健康状况区分), 2018年9月

三分之一的消费者对于功能性和使用体验不满意

数据33: 对健康科技产品功能性和使用体验的态度, 2018年9月

年轻男性消费者对健康科技产品的期待更多

数据34: 同意“现有的健康科技产品无法满足我的健康需求”的消费者百分比(按年龄和性别区分), 2018年9月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群中, 监测步数、生理周期和体重的市场已经饱和

更好的体重控制

数据35: 过去6个月追踪记录过健康数据的消费者百分比(按消费者分类区分), 2018年9月

对面对面咨询看法无异

数据36: 对面对面咨询医生的看法(按消费者分类区分), 2018年9月

省时为触点

数据37: 对在线/电话咨询医生的看法(按消费者分类区分), 2018年9月

对数据分析的需求更强

数据38: 消费者渴望的分析类健康科技(按消费者分类区分), 2018年9月

更愿意分享数据

数据39: 对健康科技产品的担忧(按消费者分类区分), 2018年9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 - 2019年1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

附录——研究方法 with 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@mintel.com