

健康生活趋势

中国, 2016年8月



中国消费者采取全面平衡的理念来管理健康, 并对更有效的预防措施需求强烈。有规律的运动正逐渐成为健康生活的重要组成部分, 而西方饮食概念尚未在中国消费者中广泛流行。食品安全、环境污染控制和负面情绪控制正变得越来越重要。

马子淳
高级研究分析师



乐观对健康管理意义重大

实现健康生活方式的重要性



消费者承受的工作、经济和家庭关系压力与日俱增, 他们需经常保持的乐观心态来抗压。这就解释了自助和自我激励式营销在市场上广受欢迎的原因, 例如, 欣赏每日生活中的精彩瞬间、从小事中看到美、以积极的口吻和方式叙述故事。

来源: 第一调查网/英敏特 | 基于: 3,000名20-49岁互联网用户

两大情感需求空间: 放松和控制

被认为是实现健康生活方式的最大障碍

48%
环境污染



45%
缺乏充足睡眠



37%
饮食不规律



三大健康障碍表明消费者对抗污染和无污染产品、保证充足优质睡眠的方式和规律饮食越来越重视。这反映出消费者越来越觉得无保障、压力大和无助。因此, 品牌应在情感层面上宣传产品如何缓解压力、舒缓情绪、提供全面保护和实现现实生活中的意外纷扰。

来源: 第一调查网/英敏特 | 基于: 3,000名20-49岁互联网用户

安全胜过附加价值

实现健康饮食的要素



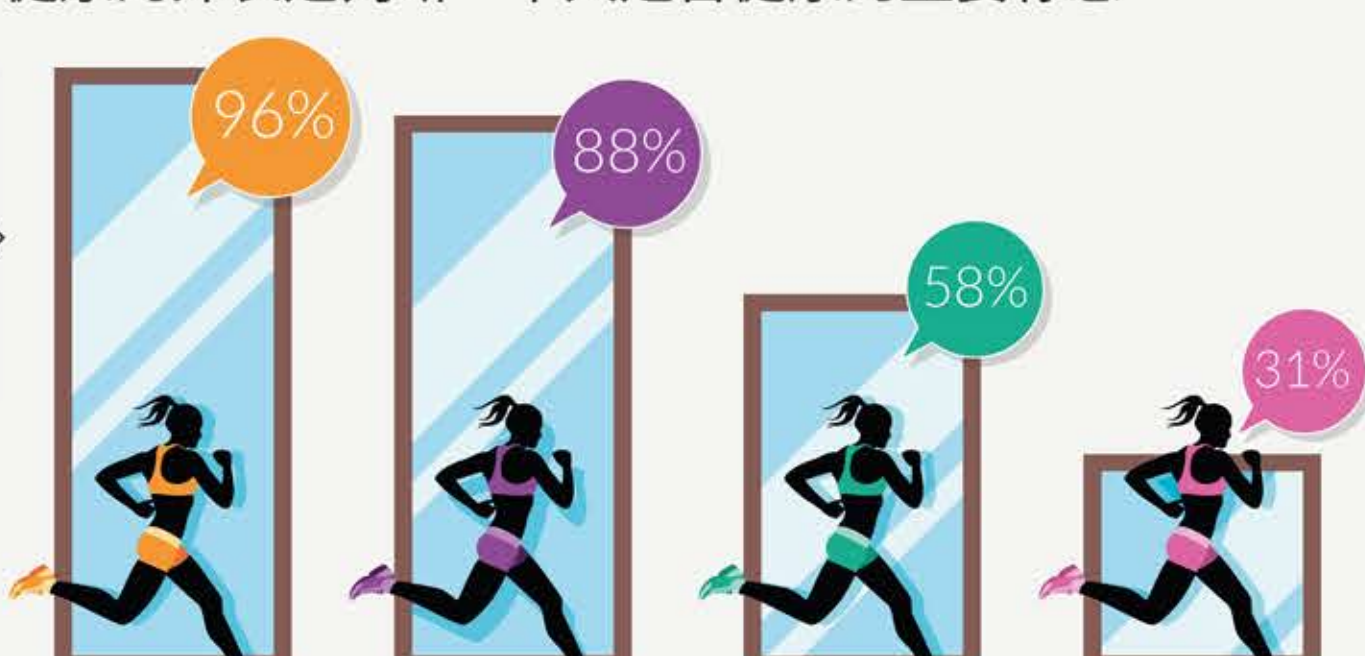
凭借安全特征, 有机食品被认为是实现健康饮食的最有力因素。消费者越来越担忧过量糖摄取会导致疾病, 他们认为糖比卡路里更危害健康。这再次表明中国市场日益成为安全驱动型市场。减少卡路里(如控制体重和减肥)和添加营养等附加价值成为次要需求。

来源: 第一调查网/英敏特 | 基于: 3,000名20-49岁互联网用户

消费者对健康的需求和侧重呈多元化趋势

“健康的外表是判断一个人是否健康的重要标志”

积极改变者和实用主义者强烈认同外表是反映健康的良好方式, 但提升外表吸引力对积极改变者非常重要。舒适感追求者认为舒适感比外表迷人更重要。



来源: 第一调查网/英敏特 | 基于: 3,000名20-49岁互联网用户

谢谢! 请联系

上海
+86(21)6032 7300



邮件
infoasia@mintel.com



网址
china.mintel.com

©2016 英敏特国际集团有限公司 保留所有权利 英敏特保密资料

