华为运动健康 iResearch 艾瑞咨询

国民运动健康洞察报告

艾瑞咨询联合华为运动健康APP发布

2021年

海量行研报告免费读

摘要：运动健康的五大变化

后疫情时代，心理健康受到高度关注

疫情期间，人们的心理健康受到巨大冲击，抑郁、紧张、不安的情绪仍然有待安抚，抗“抑”任重道远。

代际越年轻，健康焦虑感越强

疫情暴露了健康防御的短板，也加重了大众对于健康的忧虑感。“没有自认为那般健康“的焦虑意识蔓延，不良生活习惯诸多的年轻群体焦虑感更强。

人们转向主动健康管理，对互联网医疗服务尝试意愿度较高

我国居民的健康素养水平逐年提高，越来越多人愿意通过主动改善自己的生活习惯来预防疾病的发生。多数用户对互联网医疗服务持肯定态度，未来尝试意愿度较高。

运动需求分化明显，场景更多元、诉求更细分

小众运动场景日益崛起，带动了新的运动需求；保持健康成为人们最基础的运动诉求，而改善外形、舒缓解压、社交养生开始成为重要的运动驱动力。

运动健康智能设备正逐步实现设计个性化，功能精细化，并朝着主动健康管理迈进

未来运动健康智能设备将覆盖不同细分人群的个性化需求，并进一步拓展可监测的数据类型和运动场景，此外还将联动应用软件打造综合的运动健康平台，帮助用户实现主动健康管理。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。
注释：本报告内容主要基于艾瑞咨询2020年12月iClick在线定量调研问卷数据得出，有效样本量N=2100。数据来源不涉及华为运动健康APP用户个人数据。

©2021.1 iResearch Inc.

Part 1：国民运动健康态度 1

Part 2：国民运动健康行为 2

Part 3：国民运动健康科技工具 3

Part 4：国民运动健康未来趋势 4

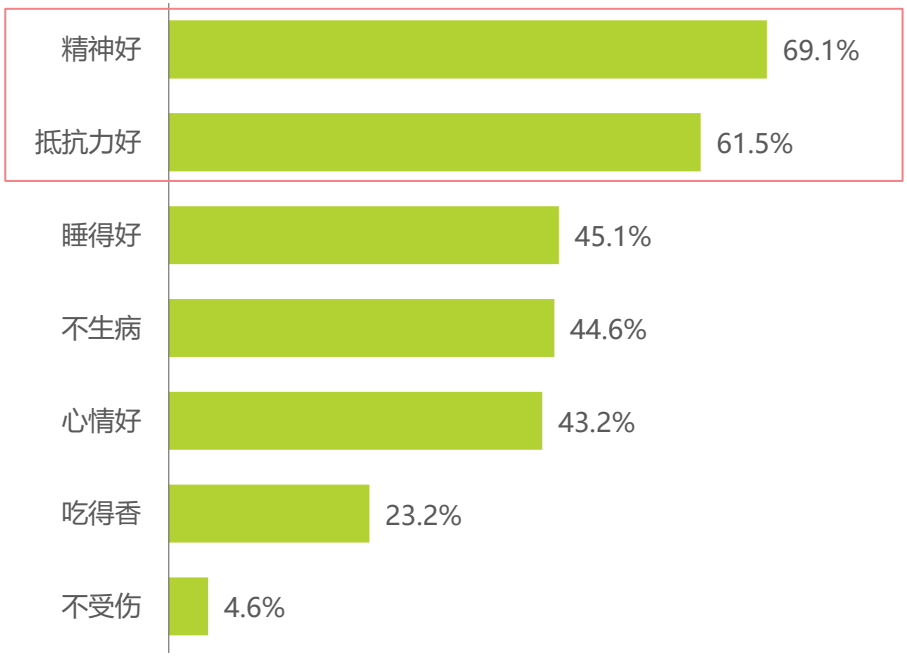
附录：报告样本说明 5

健康需求升级

神清气爽不油腻，百病不侵免疫强

人们对健康的评判维度不再仅限于“不生病”，而是追求更高层次的健康状态，既包含外在整体状态的“精神好”，又包含内在免疫系统的“抵抗力好”。

人们心中的健康标签



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

“健康”联想关键词



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

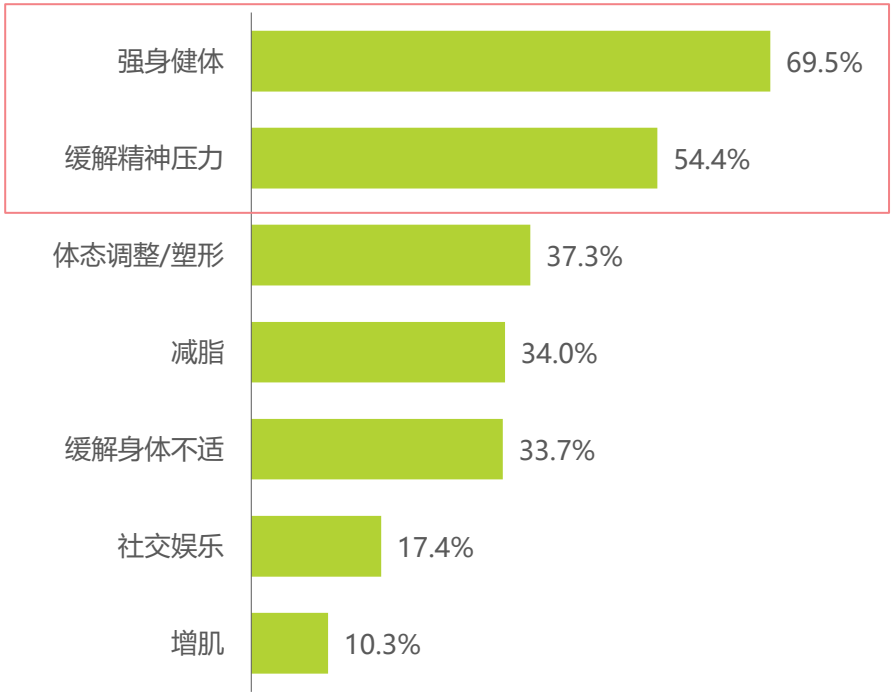
©2021.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

运动需求升级

一边燃烧卡路里，一边释放自我

运动不再只为了强身健体，同时已成为人们舒缓解压的重要方式。缺乏专业运动指导是人们目前最大的运动困扰。运动不再是日常的小打小闹，大家对于运动专业化的需求更为强烈。

运动目标



运动困扰

TOP1 42.9% 缺乏专业运动指导

TOP2 33.2% 没时间运动

TOP3 31.9% 没有运动环境（场所、设施等）

样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

©2021.1 iResearch Inc.

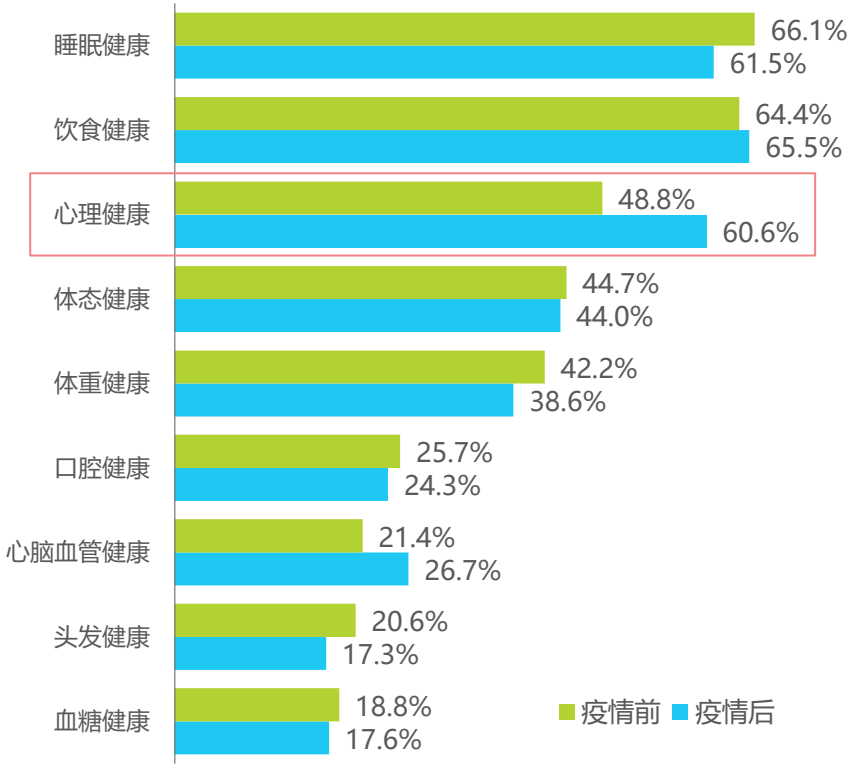
©2021.1 iResearch Inc.

后疫情时代

心理健康获得“C位”关注

突发的新冠疫情对人们的心理状况产生冲击，集中隔离、收入减少、社交活动骤减、担心感染等诸多因素导致大众产生了不同程度的心理健康问题。疫情后，人们对心理健康的关注度提升最为明显。

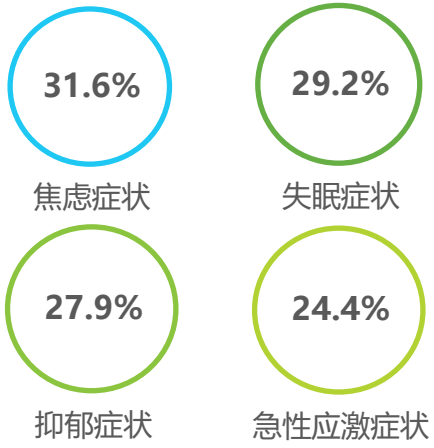
疫情前后人们关注的健康问题



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

疫情期间出现不同心理健康症状的人群比例

2020年初，北京大学第六医院发起了一项新冠疫情大流行期间中国普通人群心理健康症状的线上调查。结果显示，调查对象中出现不同心理健康症状的人群比例为——



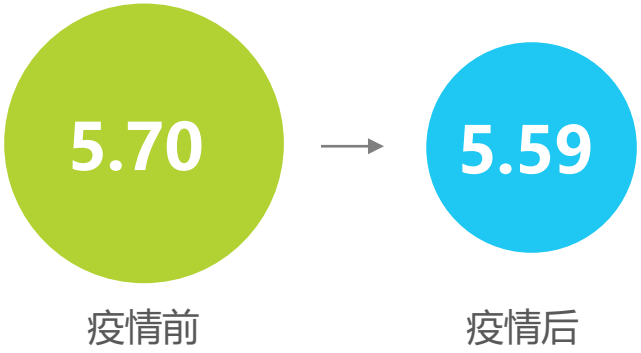
来源: Shi L , Lu Z , Que J , et al. Prevalence of and risk factors associated with mental health symptoms among the general population in China during the coronavirus disease 2019 pandemic[J]. JAMA Network Open, 2020。

后疫情时代

越年轻，健康焦虑感越强

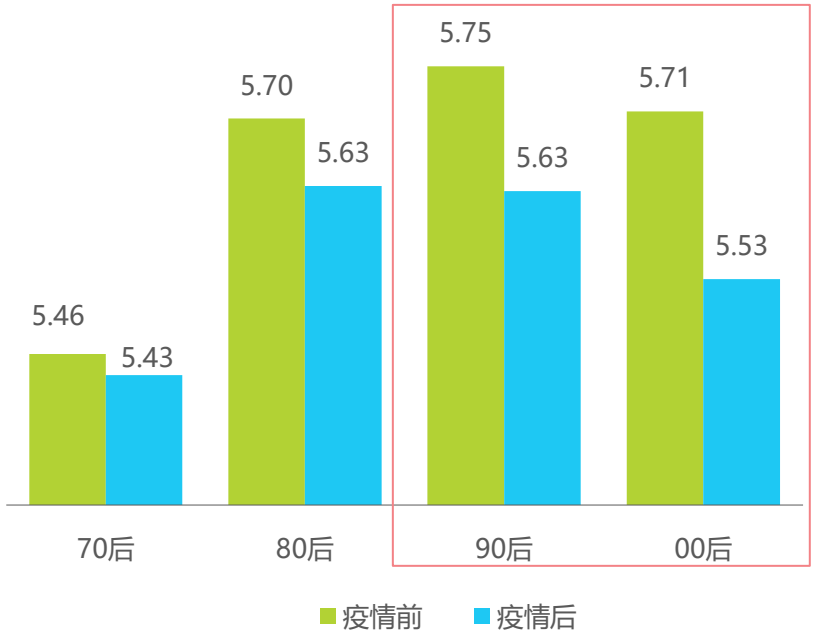
在疫情影响下，人们重新审视自身的健康状况，对健康现状的总体满意度下降，焦虑感变强。健康条件最为富足的00后、90后，疫情前后的总体健康满意度评分差值最大，成为当下最焦虑自身健康状况的群体。

总体健康满意度评分



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。
注释：满意度自评总分为7分，1分表示非常不满意，7分表示非常满意。

不同代际人群总体健康满意度评分

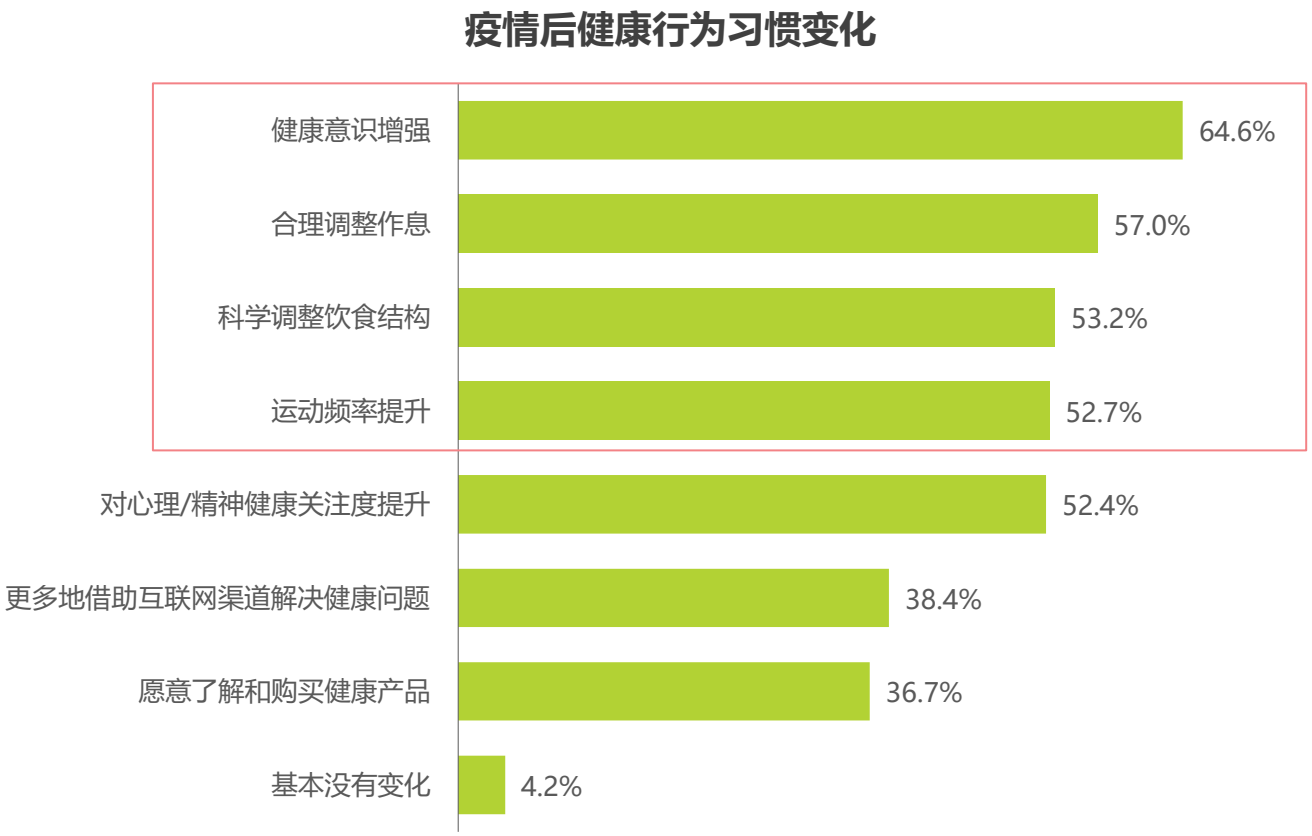


样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。
注释：满意度自评总分为7分，1分表示非常不满意，7分表示非常满意。

后疫情时代

管住嘴迈开腿，踏踏实实养生

疫情后，人们的健康意识增强，并通过合理调整作息、优化饮食结构、提升运动频率等行为，向更健康的生活方式靠近。



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

©2021.1 iResearch Inc.

Part 1：国民运动健康态度 1

Part 2：国民运动健康行为 2

Part 3：国民运动健康科技工具 3

Part 4：国民运动健康未来趋势 4

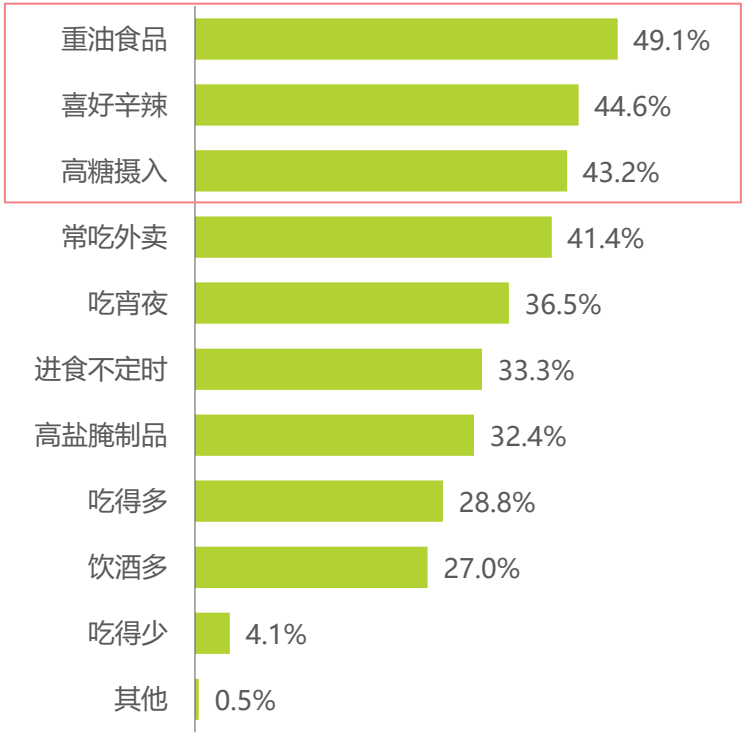
附录：报告样本说明 5

饮食健康行为

饮食健康的三大杀手：重油、嗜辣、高糖

全年龄段饮食健康三大杀手：重油、辛辣、高糖。与整体人群数据相比，不同代际人群有其表现突出的不良饮食习惯：00后更爱点外卖，90后更爱吃夜宵，80后更易饮食过量，70后更爱饮酒。

饮食不健康的原因



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

不同代际人群表现突出的不良饮食习惯



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

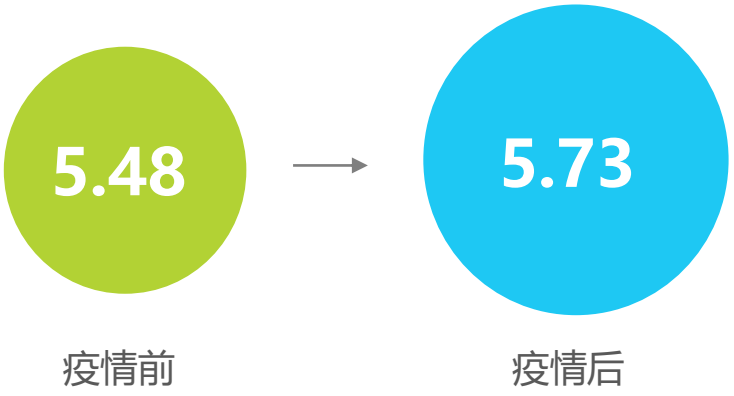
©2021.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

饮食健康行为

后疫情时代，回家吃饭，好好吃饭

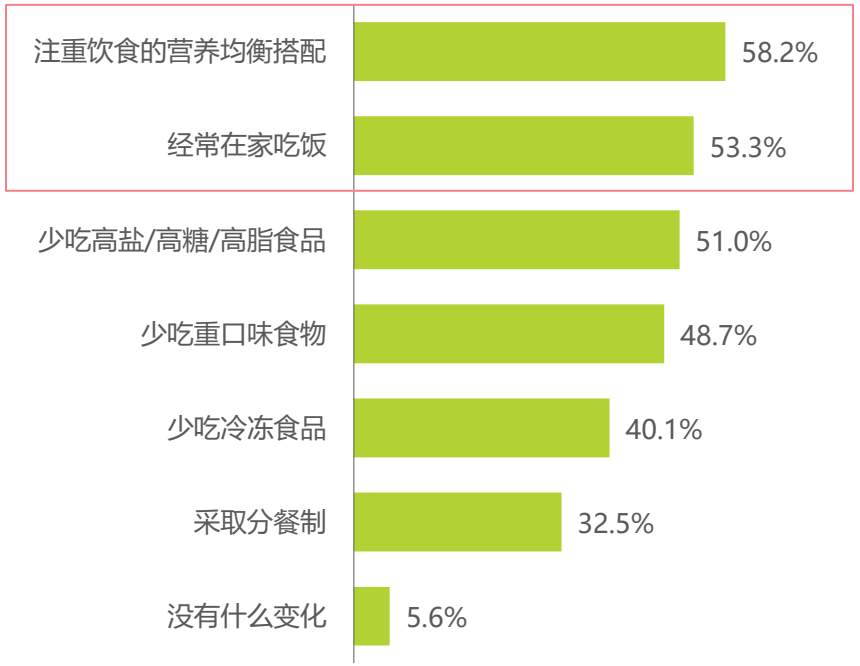
疫情对人们的饮食健康产生良性影响，饮食健康满意度在疫情后得到提升。疫情后，人们更注重饮食搭配、更多选择在家吃饭。

疫情前后饮食健康满意度自评



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。
注释：满意度自评总分为7分，1分表示非常不满意，7分表示非常满意。

疫情后的饮食变化



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

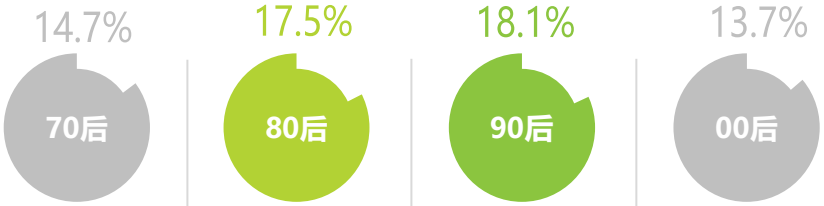
睡眠健康行为

午夜时分，清醒有谁

（1）80后、90后更少眠：受工作压力大、育儿琐事多、身体状况下降等诸多因素干扰，面临“中年危机前兆”的80、90后每日睡眠时长少于6小时的比例最高。（2）00后最易失眠：由于00后大多处于毕业前后，学校宿舍和事业起步期的居所难以为其提供优质的睡眠环境。另外，过于丰富的夜间线上娱乐活动，高强度的学业考试、初入职场的压力，导致00后高频失眠比例最高。（3）高收入人群睡眠质量堪忧：承担着更多责任和更大压力的高收入人群（月收入在2万元以上），睡得少、高频失眠比例明显高于其他收入人群。

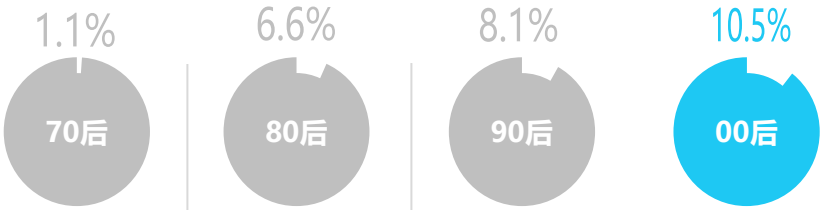
不同代际人群中，80、90后更少眠

（平均睡眠时长≤6小时/日）



不同代际人群中，00后最易失眠

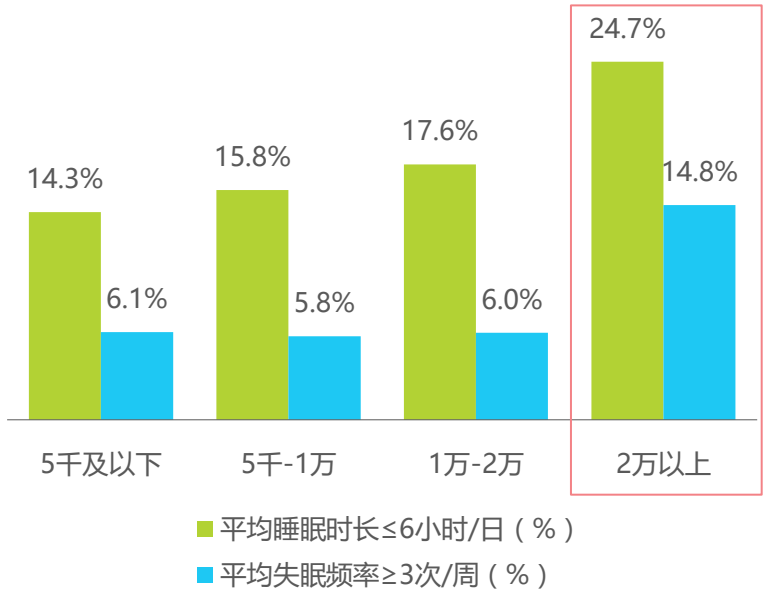
（平均失眠频率≥3次/周）



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

©2021.1 iResearch Inc.

不同月收入水平群体中，高收入人群睡眠质量堪忧



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

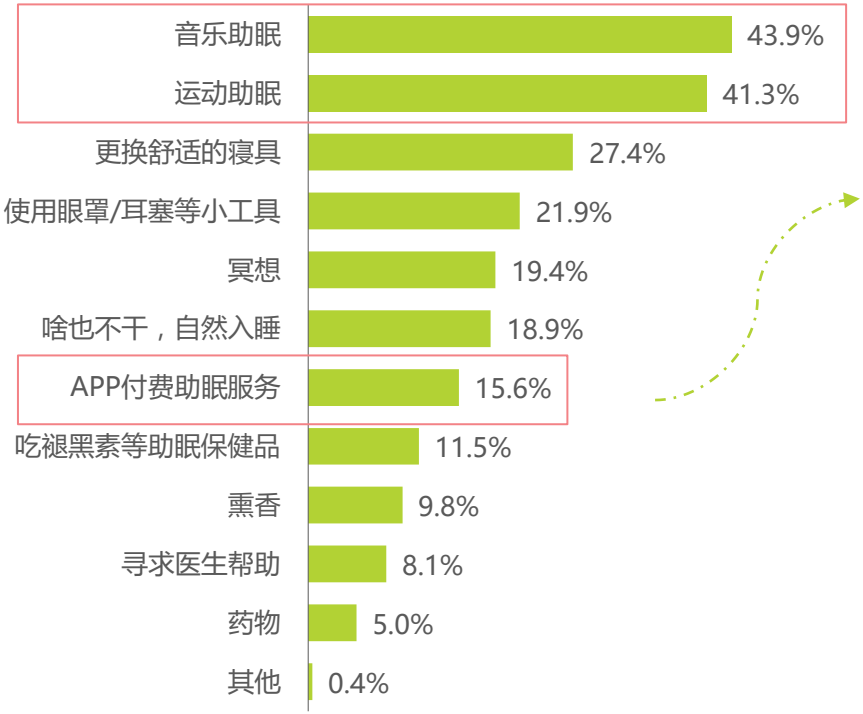
©2021.1 iResearch Inc.

睡眠健康行为

年轻群体更爱尝试APP付费助眠

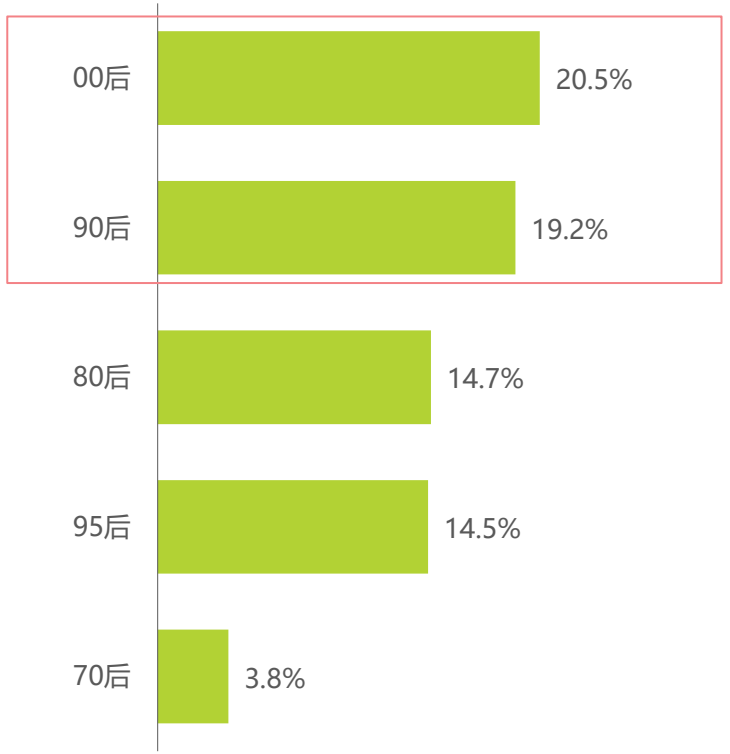
人们最常用的助眠方式为音乐助眠和运动助眠。助眠新形式：APP付费助眠服务（如付费白噪音、付费旋律音乐、付费冥想课程等），90后、00后人群使用比例最高。相比于年长一辈，90、00后对于新兴事物和互联网付费服务的尝试意愿更高，对高品质生活的追求也更为强烈。

常用不同助眠方式的人群比例



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

不同代际人群使用APP付费助眠服务的比例



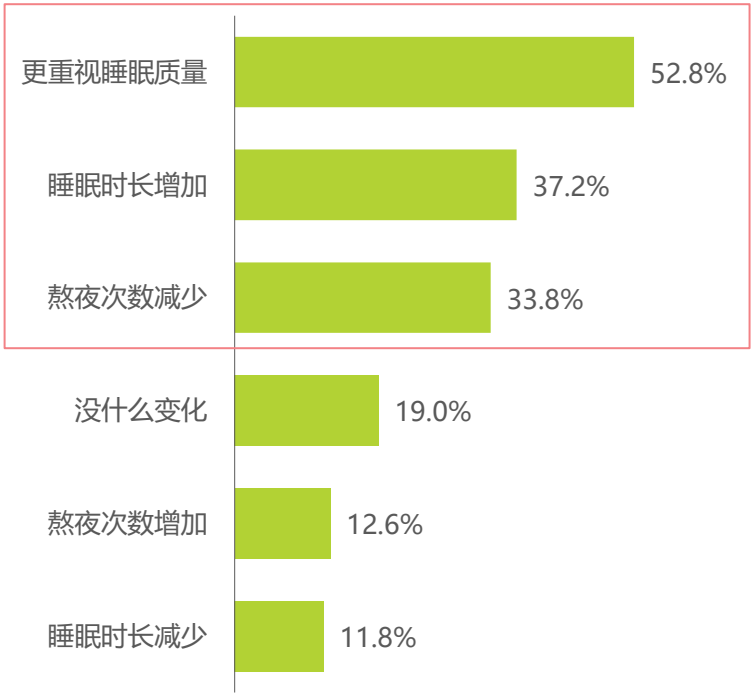
样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

睡眠健康行为

后疫情时代，夜变短，觉变长

疫情后，人们熬夜次数更少、睡眠时间更长。疫情对人们的睡眠健康产生良性影响，睡眠健康满意度在疫情后得到提升。

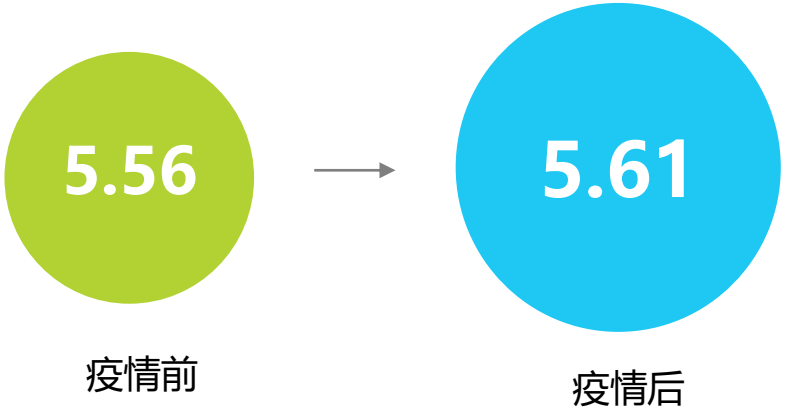
疫情后睡眠状况变化



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

©2021.1 iResearch Inc.

疫情前后睡眠健康满意度自评



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。
注释：满意度自评总分为7分，1分表示非常不满意，7分表示非常满意。

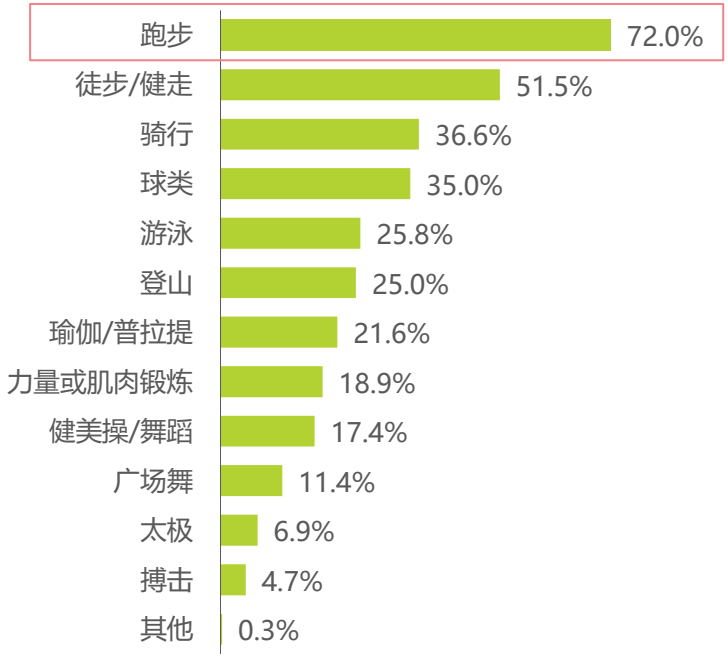
©2021.1 iResearch Inc.

运动健康行为

跑步为全民首选，代际间运动偏好有不同

总体来看，跑步是最受人们欢迎的运动。相对而言，不同代际间的运动偏好有所差异。（1）球类运动不仅高消耗，且具备一定的社交属性，对于年轻有活力的00后来说更有吸引力；（2）90后的运动诉求以减肥塑形为主，同时他们在运动方面的支付力更强，瑜伽这类高格调的运动会更受偏好；（3）游泳能全方位提高一个人的综合身体素质，能够很好地满足80后日益迫切的养生需求；（4）徒步、健走对体能的要求较低且有利于放松身心，这类低投入高回报的运动更受闲暇时间充裕的70后偏好。

近一年具备运动行为的人群参与不同类型运动的比例



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

不同代际人群相对偏好的运动类型

代际	偏好的运动类型	TGI
00后	球类运动	137
90后	瑜伽	122
80后	游泳	113
70后	徒步/健走	127

样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。
注释：TGI指数等于100表示平均水平，高于100代表该类用户对某类特征的偏好程度高于平均水平。

©2021.1 iResearch Inc.

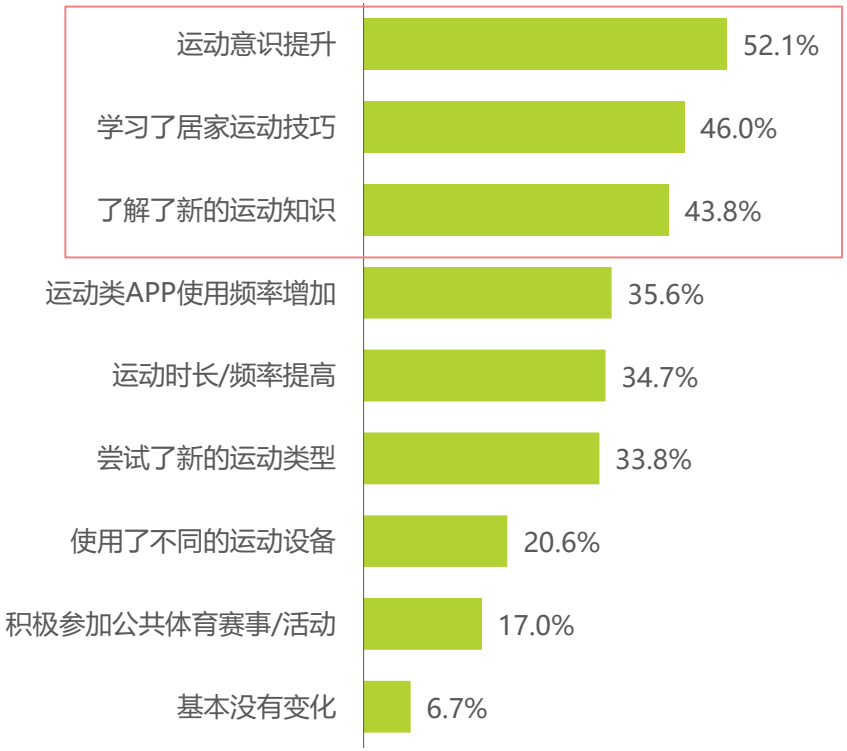
©2021.1 iResearch Inc.

运动健康行为

后疫情时代，宅家运动技能Get

在疫情的影响下，家成为一个重要的健身场景，宅家人群通过掌握居家运动技巧、学习科学的运动知识，开启了运动新场景。 相较疫情前，人们更重视心肺功能的提升，并开始更多地通过心肺循环的训练增强免疫力。

疫情后运动行为习惯变化



疫情后，人们更关注心肺循环功能的提升



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

来源：2020年华为运动健康APP播放量TOP5健身课程。更多内容，可登录华为运动健康APP查看。

©2021.1 iResearch Inc.

©2021.1 iResearch Inc.

Part 1：国民运动健康态度 1

Part 2：国民运动健康行为 2

Part 3：国民运动健康科技工具 3

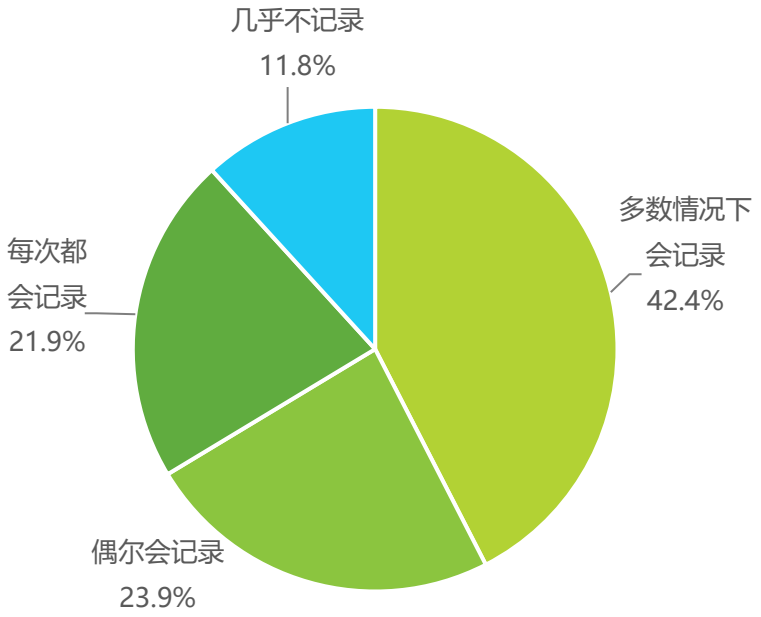
Part 4：国民运动健康未来趋势 4

附录：报告样本说明 5

打卡不停，用数据记录健康轨迹

在使用过可监测运动、健康数据的相关智能设备或APP的用户当中，超六成的人已养成了持续记录（每次或多数情况都会记录）运动/健康数据的习惯。

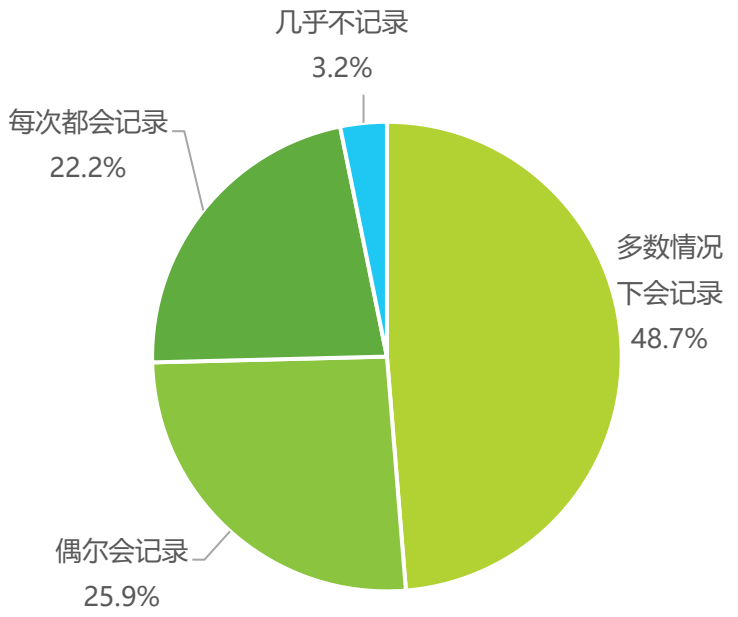
运动智能设备/APP用户记录运动数据的习惯



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

©2021.1 iResearch Inc.

健康智能设备/APP用户记录健康数据的习惯



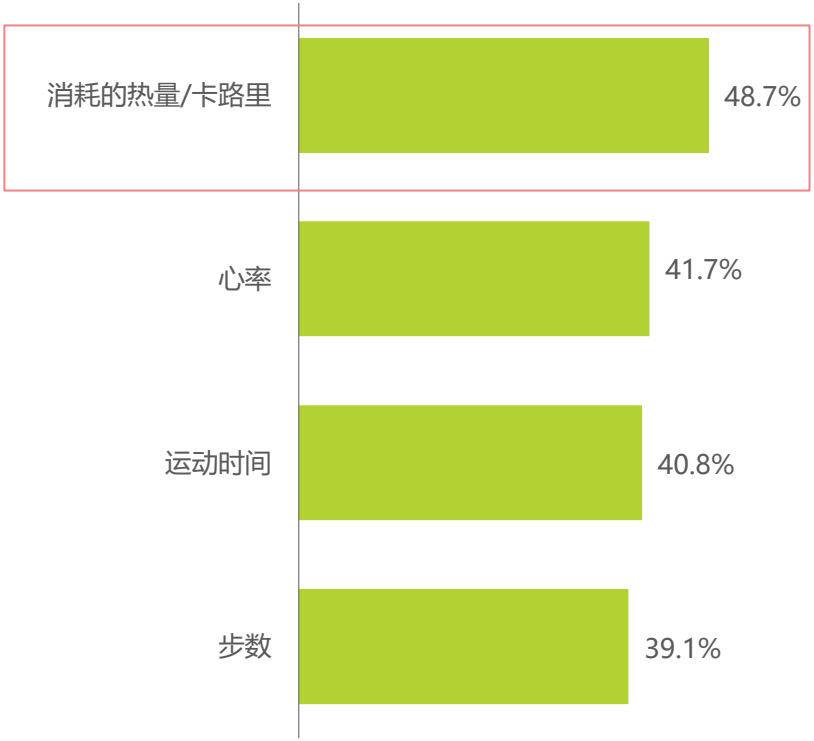
样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

©2021.1 iResearch Inc.

紧盯体重和卡路里，好身材是第一要义

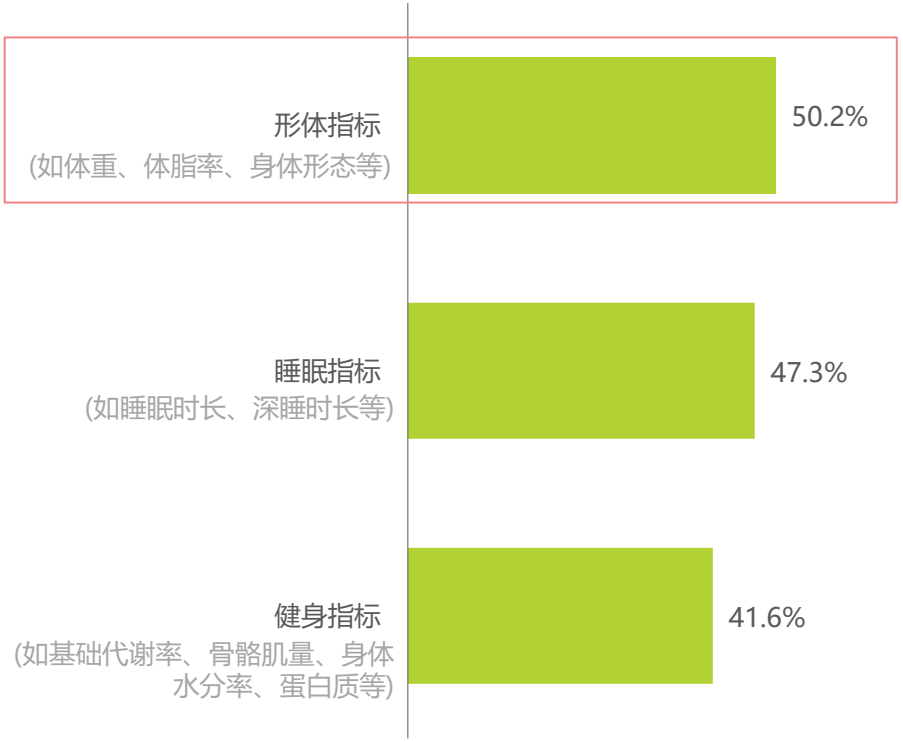
最受关注的运动指标为消耗的热量/卡路里，最受关注的健康指标为体重、体脂率、身体形态等形体指标，可见好身材是人们的重要诉求。

人们主要关注的运动指标



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

人们主要关注的健康指标



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

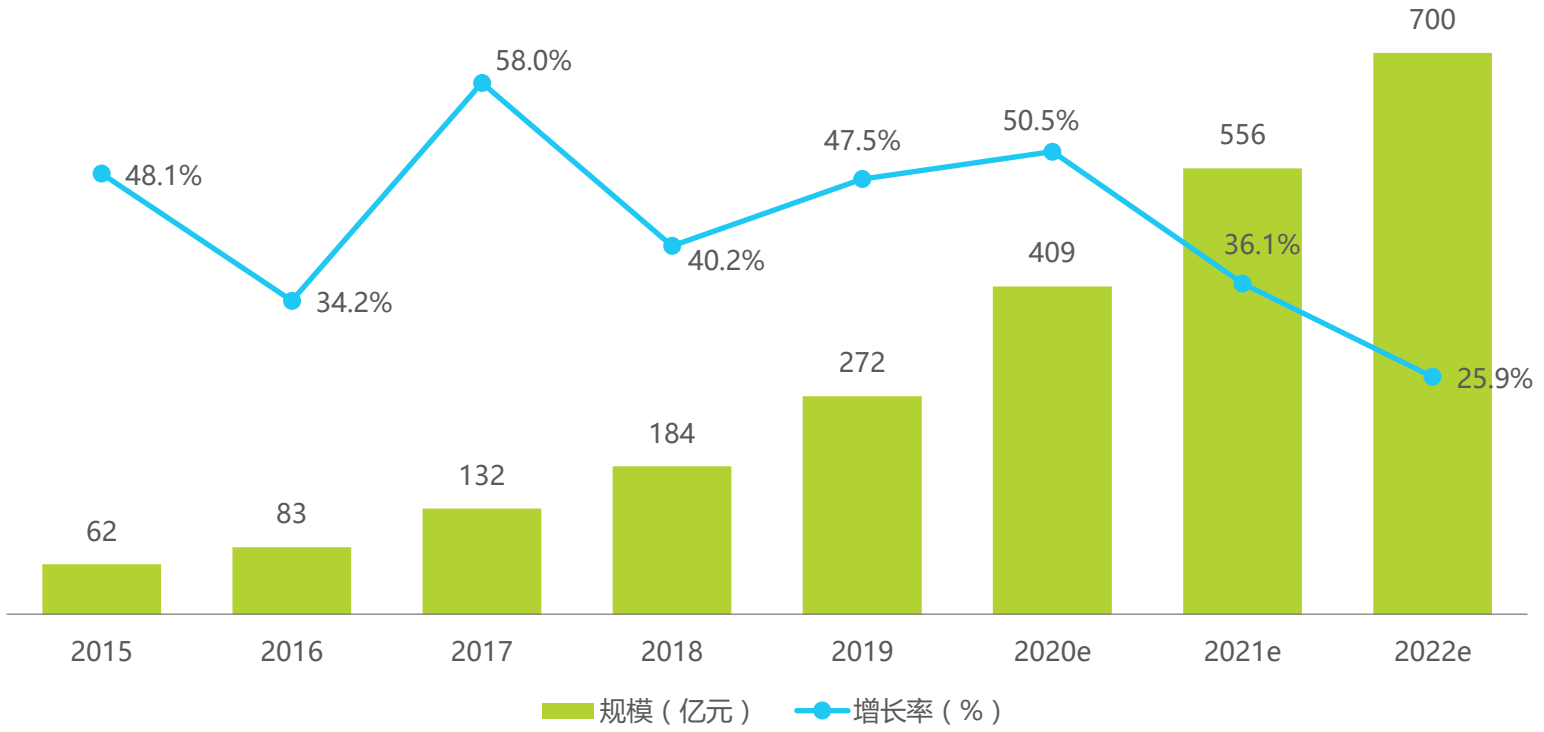
©2021.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

互联网医疗

行业保持高速增长，将迎来新一轮探索期

本次研究中的互联网医疗为广泛定义，一切借助互联网平台进行的医疗行为（如医疗问诊、医药电商、健康管理等）都包含在内。2020年互联网医疗的市场规模预计可达到409亿元，同比增长50.5%。随着近一年来大环境及政策逐渐明晰，互联网医疗的限制被明显放宽，医保、支付等多处重要环节正被进一步打通。新的政策和技术支持下，互联网医疗将迎来新一轮探索期。

2015-2022年中国互联网医疗市场规模及增长率



来源：市场规模为艾瑞研究院综合公开资料、企业及专家访谈，根据统计模型核算及预估。
注释：报告撰写期间，2020年互联网医疗市场规模相关确切统计数据尚未发布，2020e、2021e、2022e均代表当年的预测数据；报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。

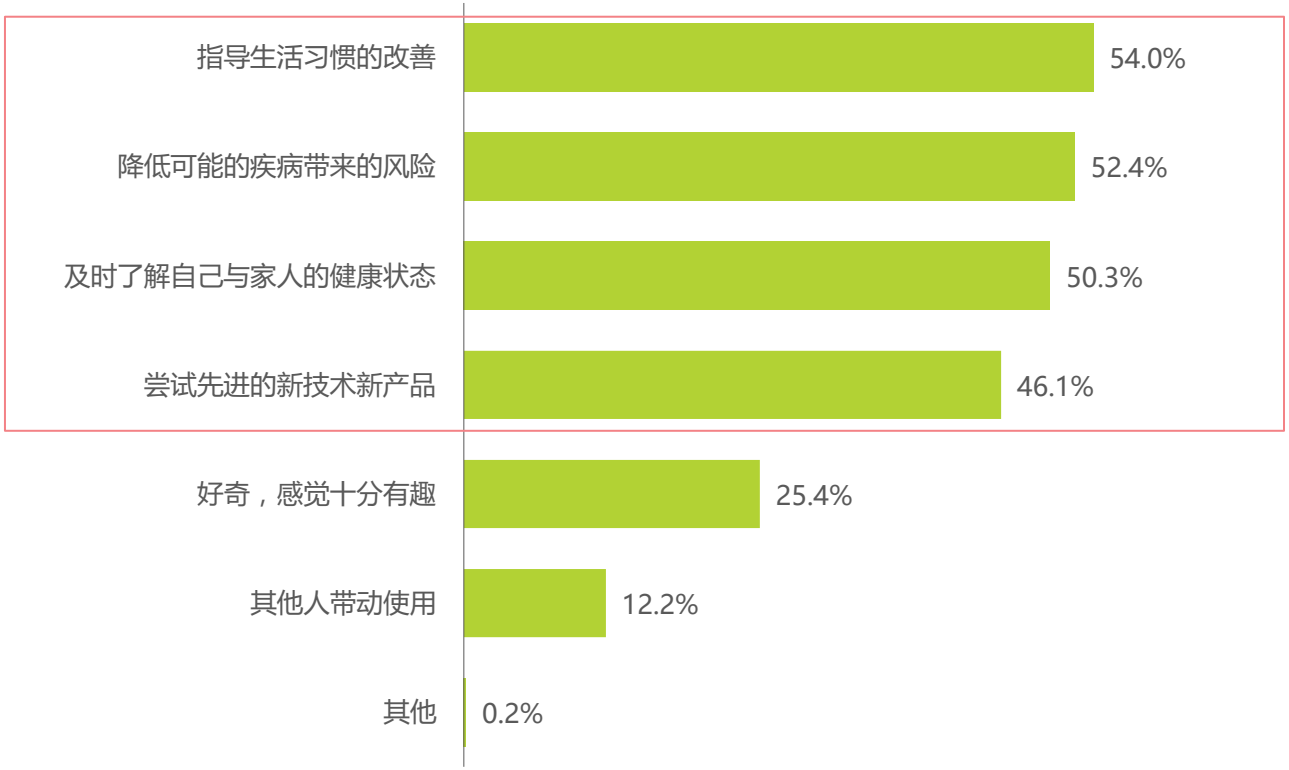
©2021.1 iResearch Inc.

互联网医疗

有效健康指导为必需，科技创新不能少

人们使用互联网医疗的最主要的原因是希望其能对生活、健康带来积极影响，如改善生活习惯、降低疾病风险、及时了解健康状况等。能有效指导用户健康生活是互联网医疗产品增强用户黏性的根本。其中，46.1%的人使用互联网医疗服务是由于希望尝试先进的新技术和新产品，即互联网医疗的服务和产品设计的科技感和创新感，对用户来说比较有吸引力。

人们使用互联网医疗服务的原因



样本：N=1275，艾瑞咨询2020年7月iClick问卷数据。

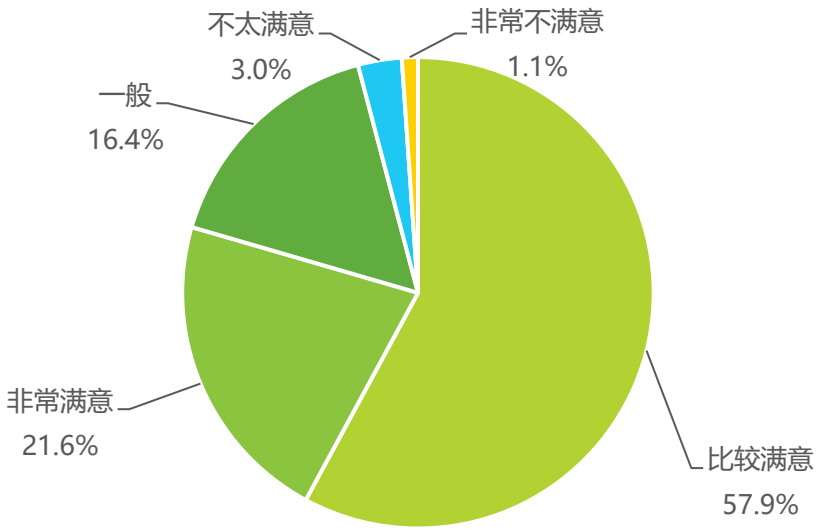
©2021.1 iResearch Inc.

互联网医疗

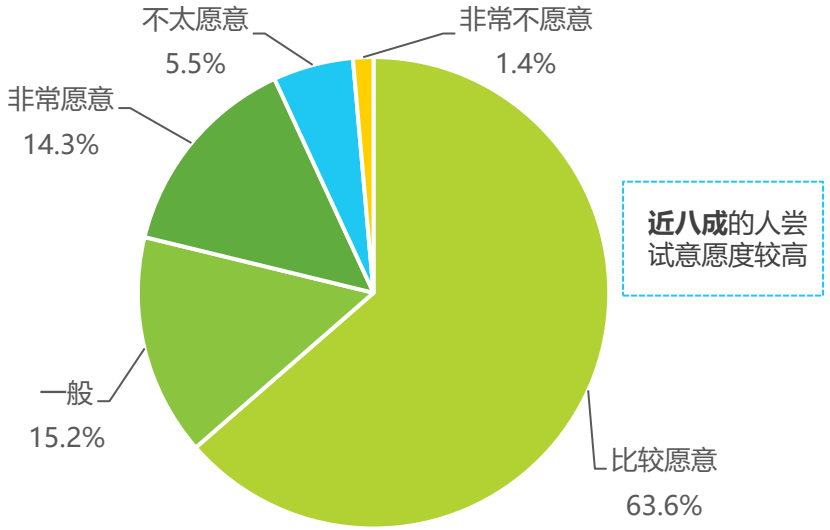
多数用户持肯定态度，未来尝试意愿度较高

第46次中国互联网络发展状况研究报告显示，截至2020年6月，我国互联网医疗用户规模达2.76亿，占网民整体的29.4%。根据艾瑞用户调研显示，多数有使用经历的用户对目前的互联网医疗服务持肯定态度。同时，在尚未使用过互联网医疗服务的受访者当中，近八成的人未来尝试意愿度较高。

2020年中国互联网医疗服务满意度调查



互联网医疗服务未来尝试意愿度



样本：N=1275；艾瑞咨询2020年7月iClick问卷数据。

样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

互联网医疗

总体消费支出还不多，但增长明显

从目前花费看，互联网医疗家庭年消费在2000元以内是主流。与2019年相比，2020年花费在2000元以上的人群比例也在明显增长。

2019-2020年家庭互联网医疗服务消费金额比例变化



样本：N=2100，艾瑞咨询2020年12月iClick问卷数据。

©2021.1 iResearch Inc.

Part 1：国民运动健康态度 1

Part 2：国民运动健康行为 2

Part 3：国民运动健康科技工具 3

Part 4：国民运动健康未来趋势 4

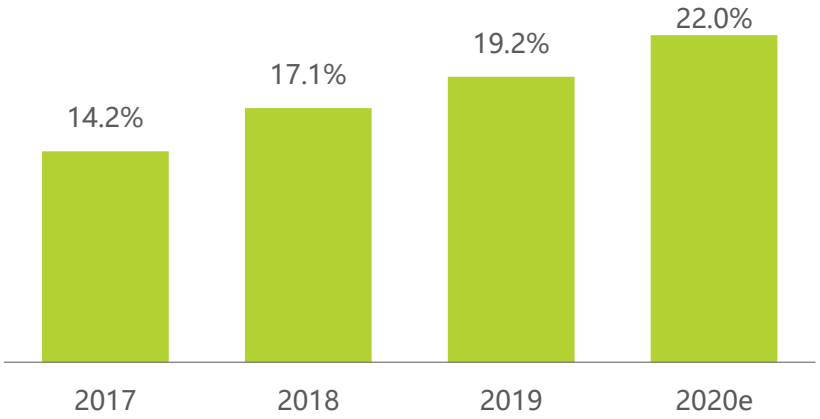
附录：报告样本说明 5

健康需求变化趋势

开始从被动的、应对性的就医治疗，转向主动的、常态性的预防保障

随着生活水平和居民素质的改善，我国居民的健康素养水平逐年提升。良好的饮食、睡眠、运动习惯对于改善健康状况的积极影响得到了广泛认可。如今，越来越多的人愿意通过主动改善自己的生活习惯来预防疾病的发生，健康消费的用户群体也呈现年轻化的趋势。

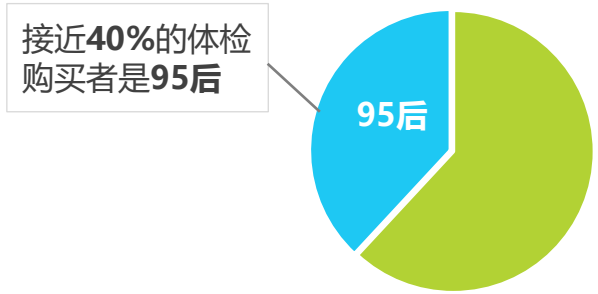
中国居民健康素养水平



来源：国家卫生健康委员会。
注释：健康素养包括基本健康知识和理念、健康生活方式与行为、基本技能三个方面。

健康消费的用户群体呈现年轻化趋势

- 2020年3月22日至31日期间，支付宝平台上的体检销量是去年同期的**3倍**。
- 相比中老年人，95后年轻人的健康消费意识最强。



来源：网络公开资料。

运动需求变化趋势

运动需求将进一步分化，运动场景更多元、诉求更细分

运动群体的需求正持续产生分化，一方面表现在更多元的运动场景出现并走向大众，新运动场景也带动了新的运动需求；另一方面表现在不同细分群体的运动类型、运动诉求都更加细化。

运动场景多元化

运动场景多元化主要表现在**小众运动场景的崛起**

- 一是由于专业型运动场馆的日益涌现和小众健身器材的日渐普及，追求多元化的运动爱好者们已经不再满足于主流的运动项目；
- 二是由于小众运动不仅具备更高的趣味性和娱乐性，也逐渐成为一种个性化的生活方式。

小众运动类型列举



滑板　马术　拳击　滑雪

运动诉求细分化

居民消费水平的提高、运动健身产品和服务的不断升级，为各类细分人群实现不同的健身诉求提供了可能性。关注健康成为最基础的运动诉求，而改善外形、舒缓解压、社交养生开始成为重要的运动驱动力。

不同年龄段用户运动诉求细分化

- 青少年：高强度运动，健身塑形
- 中年人：休闲类运动，减压减肥
- 中老年：户外类运动，社交养生

不同运动目标下的诉求细分化

- 局部塑形：直角肩、少女背、天鹅颈、女团腿等
- 增肌减脂：人鱼线、巧克力腹肌、胸肌等

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

运动健康科技工具未来趋势

互联网医疗短期形势向好，中长期发展依赖服务质量提升

短期看，互联网医疗正充分发挥医疗信息化、在线诊疗及医药电商的积极作用，很大程度上弥补了线下医疗的短板，因此还将保持良好发展势头。然而，互联网医疗由于缺乏同质化医疗服务、专家资源和有效盈利模式，仍面临着难以提升医疗服务质量的困局。从长远来看，互联网医疗如何为用户提供深层次、高质量的医疗服务，仍需探索。

互联网医疗优势

降低时间成本

就医问诊的排队时间过长是传统医疗的突出痛点，互联网医疗通过线上挂号、线上问诊、线上结付，实现“小病在家看，大病不用等”。

资源全覆盖

医疗信息的共享与资源的更合理分配，极大提升了就医体验和就医效率。

个性化定制

在实现医疗信息查询、电子健康档案和远程会诊等服务的基础上，结合AI大数据更易形成个性化服务。

互联网医疗劣势

缺乏同质化医护服务

互联网医疗尚未能达到和线下医院同质化的医护服务水平，仅凭借线上问诊手段和目前已有的远程医疗指标监测无法全面了解患者的健康信息并做出准确诊断。

缺乏专家资源

当前互联网医疗服务机构的专家资源十分有限，主要是因为优质医师的个人时间少且大多是利用碎片化时间提供线上医疗服务，对于及时解决患者的问题这一需求不能很好满足。

缺乏有效盈利模式

目前互联网医疗服务机构的商业模式各有不同，但业务发展及盈利能力提升仍不容乐观。

互联网医疗长远发展的探索方向

- 进一步打破传统医疗生态中以医院为中心的资源流动壁垒，探索培育高等级、适应互联网节奏的优质医生，构建“医+药+险”综合产业生态闭环。
- 探索能够在互联网+医疗各环节增加用户留存和提升就医服务质量的差异化经营模式。增加就诊时医患的面对面感知和身临其境的就医体验，在科技升级的助力下实现“医生更懂、更了解患者”。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

运动健康科技工具未来趋势

运动健康智能设备，加速进入数字健康时代

疫情之下，人们对于主动健康管理的需求被进一步激发。随着5G浪潮到来，运动健康智能设备的购买需求正在持续不断地释放。在技术升级助力下，未来的运动健康智能设备将进一步实现设计个性化、功能精细化，并不断向主动健康管理进化。

运动健康智能设备未来发展趋势

设计个性化

- 运动健康智能设备的产品设计在未来将进一步实现差异化和个性化，以覆盖不同年龄段及不同经济水平人群的运动及健康管理需求。

功能精细化

- 可监测的数据类型进一步拓展，可覆盖的运动场景更为丰富。
- 监测数据精确度进一步提升，并向专业医疗监测设备看齐。

向主动健康管理进化

- 运动健康智能设备将实现对早期潜在疾病的预防和筛查，并联动应用软件打造综合的运动健康平台，以期帮助消费者持续关注身体变化、实现个人的自主健康管理。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

Part 1：国民运动健康态度 1

Part 2：国民运动健康行为 2

Part 3：国民运动健康科技工具 3

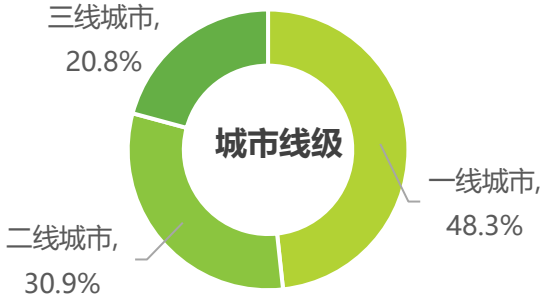
Part 4：国民运动健康未来趋势 4

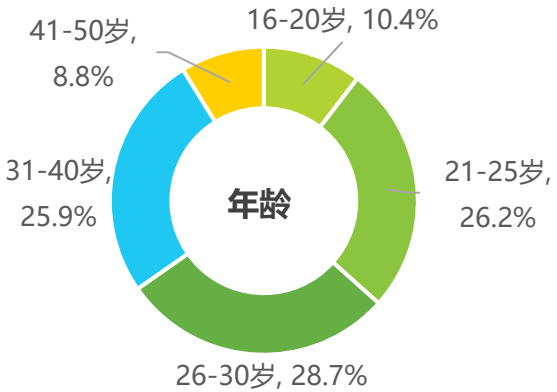
附录：报告样本说明 5

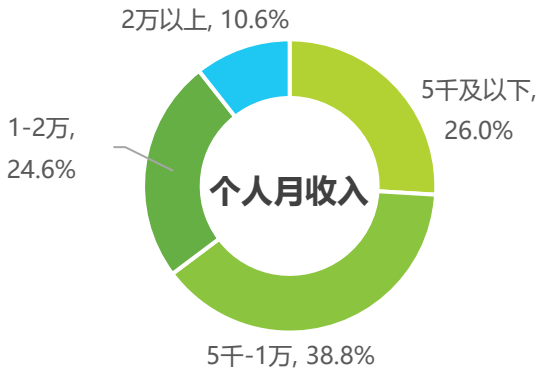
样本说明

- 研究方法：在线定量调研问卷
- 调研时间：2020年12月
- 有效样本量：N=2100









来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2021.1 iResearch Inc.

关于艾瑞

在艾瑞　我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞　我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞　我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好地为您服务。

在艾瑞　我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞　我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心　始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

华为运动健康

艾瑞咨询

海量行研报告免费读