

经济日报携手京东发布数据——

# 智能电器引领健康生活

## 健康

可以精确控制运动时间、运动部位、运动量 and 自我诊断的智能健身器材，适用于全家的按摩器械，精准控制指标的空气净化器……当前，“以消费者为中心”的智能健康产品和服务理念正在改变健康产业和市场，变革创新速度不断提升。

一方面，随着健康产业的新技术、新服务、新模式加速涌现，人们在健康领域的消费行为正由“传统”向“新潮”转变。特别是当消费者能以易操作的形式访问自己的健康数据，并利用这些数据做出有助于改善健康的决策时，消费热情也被随之点燃。另一方面，消费者的消费行为也在带动整个健康产业升级。为了更好地满足消费者需求，健康产业的新技术、新服务、新模式加速涌现，整个产业不断加速前进。

从消费端来看，在“以消费者为中心”的新模式中，消费者能够深度参与自身健康管理，而不是被动接受。“沉浸”式的体验不仅能帮助消费者跟踪和监测健康状况，还能让消费者获得更多成就和乐趣，满足消费新需求。

从产品端来看，在“以消费者为中心”的新模式中，产品功能进一步细分、拓展垂类市场已是不可逆转的趋势。更重要的是，健康是一件很“个人”的事情，随着市场与产品的持续进化，必然会形成以用户为中心的健康生态闭环——这也是目前很多

智能健身品牌正努力做的事情，通过好的内容和体验为用户创造“沉浸”式健身场景，并严格保护用户隐私。

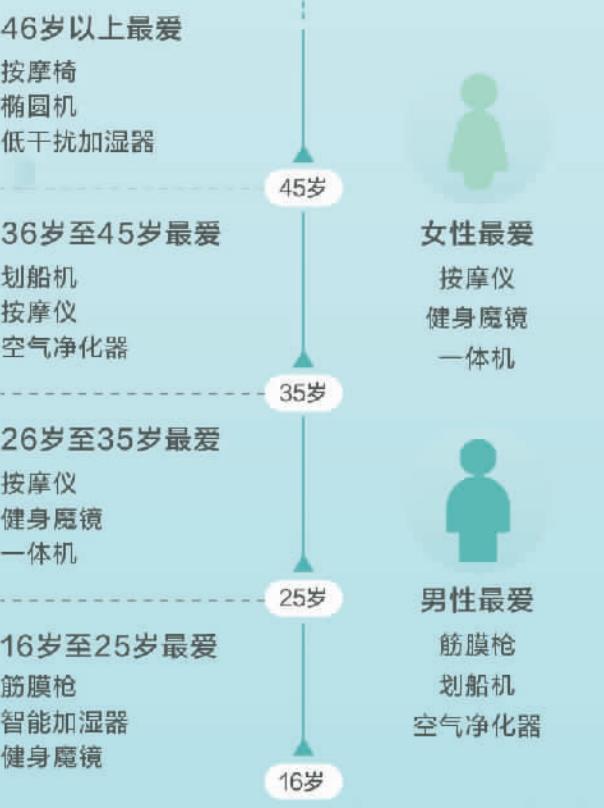
从研发端来看，在“以消费者为中心”的新模式中，数智化将成为健康产业快速发展的最大推动力。从通过居家健康消费场景的演变可以发现，数智化能够有效减少中间环节、降低用户成本、让信息更加透明，在更好满足消费者需求的同时，让企业、产业、行业走的更稳更远。

未来，居家健康消费场景将向智能、科技、便利的方向转变，这需要相关企业加快实现数智化改造，以及生产的柔性化升级。既要通过数字协同和网络智能，持续优化行业供应链的成本与效率，实现从消费端到产业端各环节的优化重构。同时，还要通过开放平台，有效调动各环节资源，提升敏捷响应与匹配效率。

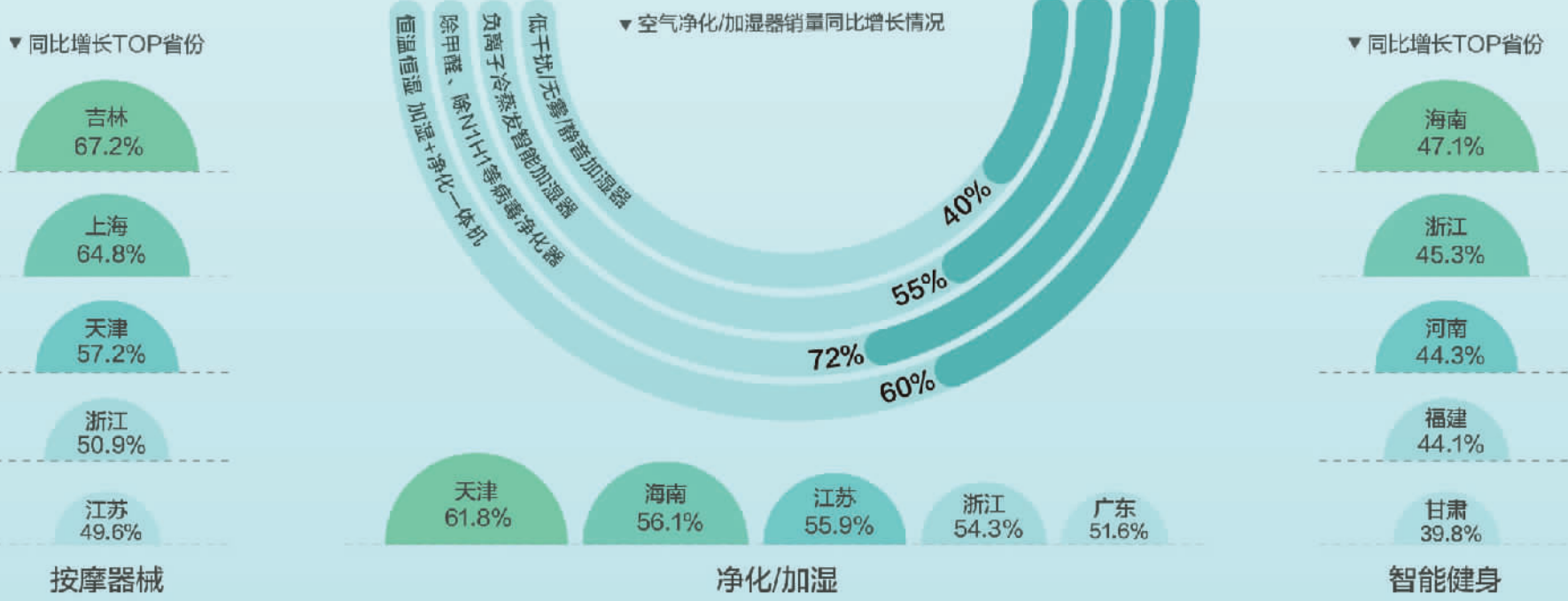
（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

## 说数

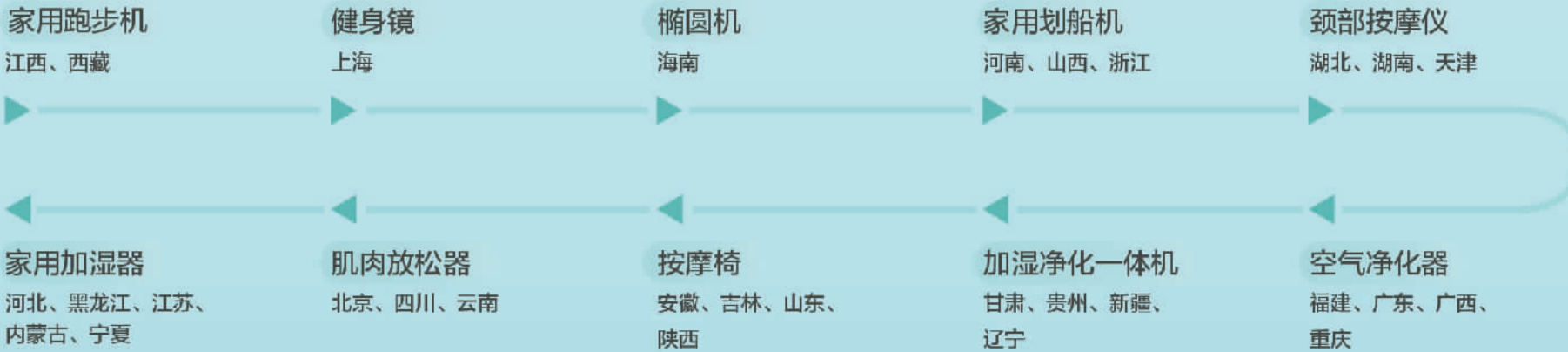
不同年龄和性别人群偏好不同



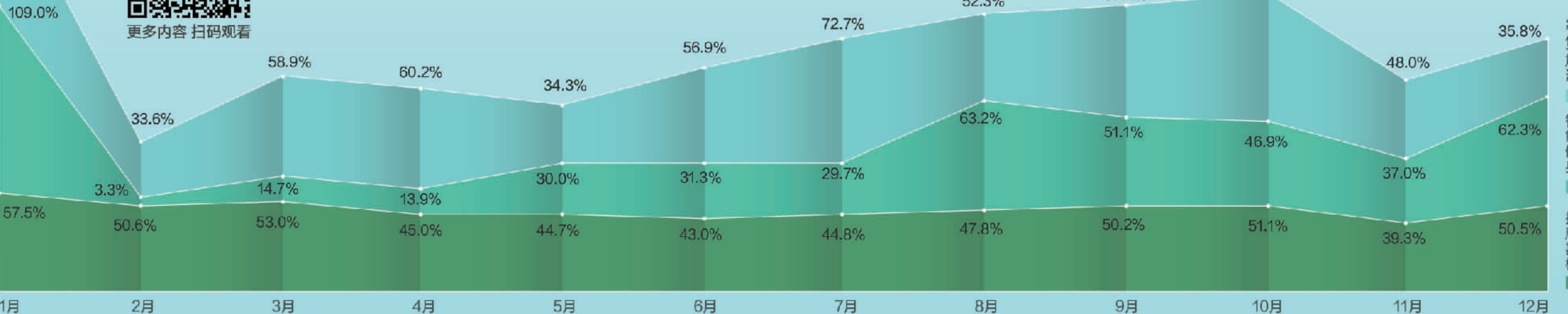
更多内容 扫码观看



各地区偏好购买的健身器材不同



2021年成交额同比增长情况



\*数据周期：2021年11月至12月