

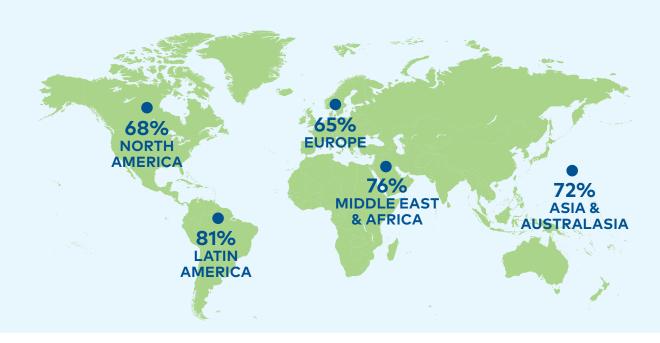
# 資訊快報

## 個性化產品的市場機會



現今數位科技進步,消費者將個人健康資訊掌握在自己的手中。他們使用電子工具去瞭解並追蹤自己的健康需求。此類消費者們往往會選擇能夠滿足他們特定飲食需求的產品。越來越多的人相信,健康飲食不能"一概而論",有這種想法的消費者群體正日益壯大,並有望持續推動食品和飲料行業的個性化需求。

### 個性化產品的需求旺盛, 在全球市場中具有極大的機會1



### 電子數位化加速個性化趨勢

"您是否使用電子數位工具(例: 智慧型手機、可穿戴式裝置) 追蹤/管理以下資訊?"<sup>1</sup>

運動/健身	26%		睡眠品質	17%		
	41%	<b>唑</b> 帆阳貝		43%		
體重管理	21%		皮膚狀況	10%		
	41%			39%		
飲食消費	17%			<del></del>		
	39%		是		否, 但未來 可能使用	
				4 14 🗕 17		



### 個性化吸引各年齡層群體,尤其女性比男性更 受客製化產品吸引。

"以下設計理念對您吸引力有多大呢??"(%)1



專為不同的生活方 式而開發的產品



專為不同性別而 開發的產品



專為不同年齡而 開發的產品

### 個性化的程度2

#### 1. 生活方式個性化消費者

- 根據實驗和避免部分成分來制定健康膳食(如不 憑藉自己的能力從各種網路管道(如部落客、 含乳品、無麩質、無糖)。
- 根據閱讀的文章或其他電子工具得到的建議來做 出飲食決定。
- 媒體和健身專家)獲得的資訊,並根據他們的 生活方式吸收這些資訊。

### 2. 科學個性化消費者

- 一個規模不大但日益增長的群體,越來越接受更科 學的方法。充分認識和瞭解他們的個人需求。
- 透過DNA測試或微生物組成分析發現其獨特的遺 傳特徵、代謝和疾病風險。
- 為了更健康的身體,無論是健康飲食或疾病 預防相關,他們都願意改變自己的生活方式。
- 有時由於特殊疾病,遵循特定的膳食計畫 (例如糖尿病、心血管疾病、腸躁症候群)。





## 把握市場機會

### 瞭解需求

科技進步正在推動消費者健康需求的分散化。科技也可以成為消費者個性化 的關鍵因素。製造商應該充分利用數位化的力量來幫助理解和預測未來的消 費者行為。

### 量身定制產品

建立產品組合以準確定位更加分散的消費者群體是個性化的關鍵。擁有一個清晰定位的 產品是成功的關鍵,而不是一個產品適用所有人群。除了產品配方,包裝和產品規格, 使用正確的分銷管道也需要量身定制。



## 利用科技手段進行溝通

數位技術和工具的發展創造了與科技公司和設備製造商合作的機會。市場訊息的一對一 交付也是一種新的可能性。與以前的大眾傳媒相比、這將使行銷人員更有效地瞄準他們 的有效消費者。

#### 資料來源:

1. Global Data | Global Data's Q3 global survey, 2016

2. New Nutrition | 10 Key Trends, 2018







