



领袖视角

个性化健康日渐兴起的驱动因素

个性化健康服务模式正在兴起，该模式基于科学数据，以符合个体化健康需求的解决方案替代当前的“一刀切”模式¹。得益于最近的技术进步和研究突破，消费者面临更多量身定制的健康服务选择，以培养更健康的生活方式。随着创新健康解决方案的大量涌现，越来越多的消费者和投资者也开始关注这一领域。

这预示着个性化健康领域在未来仍有相当大的增长空间。本期领袖视角中，L.E.K.对个性化健康解决方案的市场格局进行了分析，并对影响市场前景的关键考量因素进行了深入研究。

行业生态不断扩大

营养、健身与体重管理以及个人护理等领域存在不同程度的个性化健康解决方案（图1）。

图1

提供个性化健康解决方案的品牌示例（按领域划分）



资料来源：公司网站

以下是部分品牌的详细信息。

Noom (成立于2008年) 是一款基于订阅服务的行为健康管理应用, 能够帮助消费者减肥、改善睡眠以及缓解压力。该应用能够为消费者提供针对性的健康建议, 并帮助他们记录个人健康目标的进展情况。

Care/of (成立于2016年) 是一款基于订阅服务的应用, 于2020年被拜耳收购, 该应用旨在根据消费者的健康目标和生活方式为其量身定制营养补充剂组合。消费者还可以通过应用程序获得个性化的指导并记录自己的计划安排。

ZOE (成立于2019年) 致力于为消费者制定个性化营养方案。ZOE能够为消费者提供个性化的健康洞察报告, 即根据用户的生理特征量身定制每周的营养计划。该应用程序可提供订阅服务, 为用户提供餐食反馈和营养指导。

Olay and Pantene Boosters (于2022年推出) 是宝洁和沃尔玛合作推出的一系列个人护理增强剂品牌, 这些增强剂的配方是针对不同头发和皮肤问题以及需求偏好设计的²。

LemonBox (成立于2017年) 是一个数据算法驱动的定制维生素品牌, 通过建立庞大的营养学知识图谱, 再基于AI 算法去匹配用户问卷信息, 推荐个性化的营养补充剂方案。

除了提供个性化咨询, 健康领域的品牌正在通过各种方法收集必要数据, 以制定个性化健康解决方案 (图2)。例如, Care/of通过在线问卷调查收集消费者数据; ZOE通过收集消费者的居家生物标志物测试结果获取数据; 数字健康公司Levels通过消费者佩戴的传感器设备收集数据; 补充剂生产商Routine则通过消费者提交的生物样本的DNA测试收集数据。

图2
个性化数据的来源



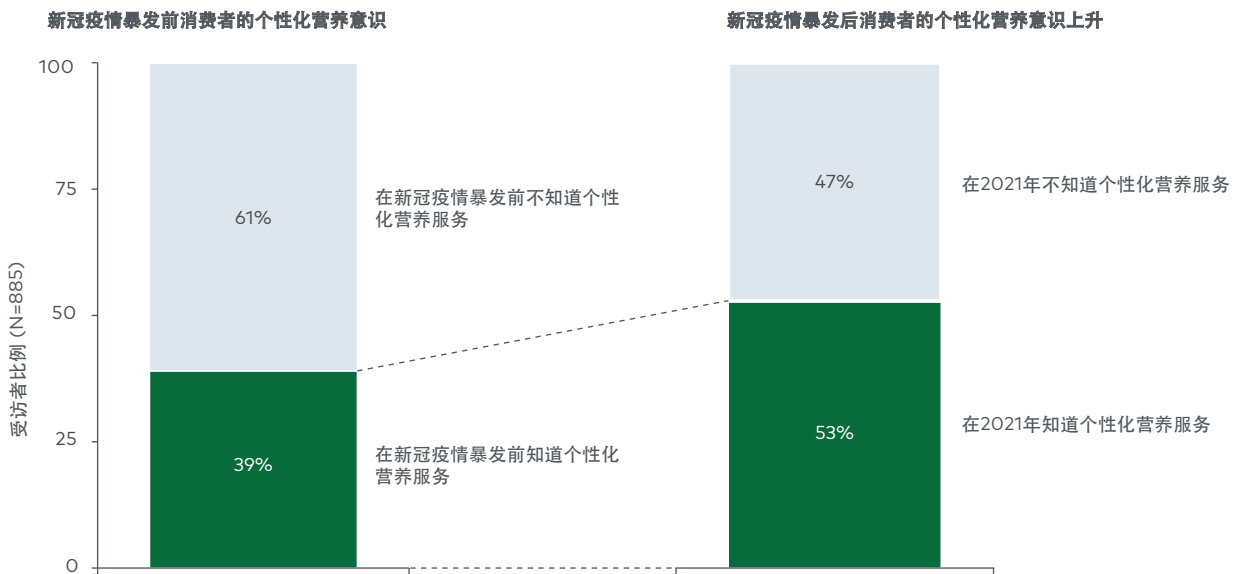
资料来源: 公司网站; L.E.K.研究、访谈与分析

消费者意识的变化

在2020年之前，消费者对于个性化健康解决方案的认知相对较低。但随着新冠疫情的暴发，人们越来越关注自我保健，消费者的个性化健康意识和兴趣越来越高。

例如，个性化营养计划得到了很好的推广。根据2021年L.E.K.的一项问卷调查，疫情前只有39%的美国消费者知道个性化营养服务，而疫情后该类服务的认知率上升到53%³，这是一个重大提升，且未来仍有提升空间（图3）。这样的趋势在中国也尤为显著。

图3 新冠疫情前后消费者的个性化营养意识对比



资料来源：L.E.K.咨询美国消费者调研 (2021)

这项研究还发现有40%的消费者，包括55%的25-44岁消费者，对以技术为基础的个性化营养解决方案感兴趣。

投资和并购活动反映出消费者对个性化健康的长久需求

投资者们正在试图抓住个性化健康行业风口和机会。近期，不少领先的消费品企业对个性化健康品牌进行了投资，这表明大型消费品牌集团有兴趣进入这一市场，同时也展现了该市场的扩张潜力（图4）。然而个性化营养领域并非唯一投资活跃的领域：Function of Beauty，一家来自纽约的定制洗发水和护发素的生产商，于2021年收购Atolla，自此开始进军个性化护肤市场，Atolla能够根据消费者在家进行的肤质测试结果为其量身定制产品配方。

图4
近几年的个性化健康品牌收购活动

投资类型	被雀巢收购	被拜耳收购	被Function of Beauty收购	A轮融资 (6000万美元)	F轮融资 (2亿美元)	F轮融资 (5.4亿美元)	C轮融资 (6700万美元)
标的							
年份	2019	2020	2021	2021	2021	2021	2022

资料来源：公司网站

加大对个性化健康市场的投入

对于希望把握个性化健康市场机遇的企业而言，这些行业动态都蕴藏着发展机遇。然而企业决策层应该从哪些方面入手？

了解数据：在评估潜在投资或收购标的时，了解公司如何获取数据、获取数据的成本及其利用人工智能（AI）进行数据分析的能力至关重要。公司需要充分的数据来让人工智能产出有意义的洞察结果。然而，获取数据的方法不同，其成本和所获得数据的准确程度也会有所差异，这可能会影响该品牌的盈利能力。

深耕细分领域：针对性强的个性化健康解决方案可能会拥有参与度更高的消费者（例如，大脑健康或女性健康），消费者参与度更高则意味着客户粘性和终身价值更高，从而推动盈利。

不断提升有效性：建立健康反馈循环机制（例如，血液复测、记录并评估健康状况），帮助消费者形成长期的行为变化，以此提高客户留存率和整体盈利能力。

诸多证据表明，中国的消费者对个性化健康的兴趣越来越浓，这为市场增长奠定了基础。投资者需要迈出的关键的第一步是寻找潜在标的，并利用内外部资源针对关键领域（例如，数据策略、目标消费者和盈利能力）展开尽职调查。

欲了解更多信息，请联系strategy@lek.com。

尾注

¹《如何推动个性化健康解决方案的增长》 <https://www.lek.com/zh-hant/insights/con/global/ei/how-scale-personalized-well-being-solutions-growth>

²Procter & Gamble, "OLAY and Pantene Launch Consumer-Inspired Product Innovation at Walmart." <https://news.pg.com/news-releases/newsdetails/2022/OLAY-and-Pantene-Launch-Consumer-Inspired-Product-Innovation-at-Walmart/default.aspx>

³《个性化营养：借力健康消费意识的东风》 <https://www.lek.com/zh-hant/insights/ei/personalized-nutrition-riding-tailwinds-consumer-awareness>

关于作者

**Mark Boyd-Boland**

Mark Boyd-Boland是L.E.K.伦敦分公司合伙人，负责全球消费品行业相关业务。Mark曾与大型企业客户展开广泛合作，领导过诸多备受瞩目的战略和转型项目，并多次为并购交易提供买方和卖方支持。他在零售、消费品、旅游和休闲等领域拥有丰富的项目经验，致力于在增长战略制定、数字化战略制定、价值主张、消费者细分、忠诚度和客户体验以及市场进入等一系列关键战略问题上为客户提供支持。

**Alex Evans**

Alex Evans是L.E.K.洛杉矶分公司董事总经理兼合伙人、注册金融分析师(CFA)，同时也是L.E.K.美洲地区管理委员会的成员。他致力于为面向消费者的领域的客户提供战略咨询服务，他在健康与保健、直销、专业零售、体育、电视、电影和OTT/DTC数字服务等领域拥有丰富的专业知识和项目经验。

**Dominic Miles**

Dominic Miles是L.E.K.伦敦分公司合伙人、全球消费品业务联合负责人。Dominic曾在欧洲、北美和澳大利亚工作，拥有30多年的在战略咨询经验。他专注于消费品、零售和服务等领域，致力于在价值定位、市场进入战略制定、产品形式、运营模式调整以及交易等方面为客户提供支持。

**Adrienne Rivlin**

Adrienne Rivlin博士是L.E.K.伦敦分公司合伙人，负责医疗行业相关业务。Adrienne专注于为制药、生物技术、医疗器械以及消费保健品等领域的私营和公共部门提供战略咨询服务，致力于在企业和产品组合战略制定、产品上市、定价和市场准入、临床试验管理结构和流程以及商业化和政策监管尽职调查等一系列关键问题上为客户提供支持。

**Stephen Roper**

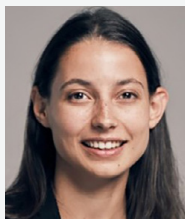
Stephen Roper是L.E.K.伦敦分公司合伙人，负责欧洲医疗行业相关业务。他专注于生命科学领域，在为制药、生物技术、诊断、外包服务以及投资等领域的客户提供战略咨询服务和交易支持方面拥有丰富的项目经验。Stephen致力于在增长战略制定、机会评估、收入预测和估值、适应症优先级排序、商业尽职调查和收购标的筛选、客户体验和市场进入等一系列关键战略问题上为客户提供建议。

**Evan Zeng**

曾凡凡 (Evan Zeng) 先生是L.E.K.上海分公司的合伙人。曾先生在生命科学领域拥有丰富的战略咨询与行业经验，致力于为中国和全球客户提供医药、医疗科技、大健康等领域的战略咨询服务。曾凡凡先生拥有美国凯洛格商学院MBA学位以及斯坦福大学理学硕士学位，精通中文和英语。

**Anna Ondik**

Anna Ondik是L.E.K.芝加哥分公司高级经理，她于2010年作为分析师加入L.E.K.，离职并在其他公司担任营销岗位后，她于2020年再次加入L.E.K.，担任消费品领域的顾问。Anna专注于健康与保健以及家居产品行业，致力于在增长战略制定、并购等一系列关键战略问题上为客户提供建议，她在消费者分析和线上用户留存策略制定等方面拥有丰富的专业知识和项目经验。

**Juliet Gurassa**

Juliet Gurassa是L.E.K.伦敦分公司分析师，她在多个消费品领域拥有丰富的项目经验，包括个性化健康与零售，曾多次参与相关领域的战略制定和并购交易项目。

关于L.E.K.咨询

我们是L.E.K.咨询，一家全球性的战略咨询公司，致力于帮助业务领导者把握竞争优势，获取持续增长。我们的深刻洞见能够帮助客户重塑业务发展轨迹，发掘机遇，并为其赋能，以把握每一个关键时刻。自1983年创立以来，我们遍布全球的团队在跨越美洲、亚太和欧洲的区域，与来自各个行业的跨国企业、创业企业以及私募股权投资者展开合作，为其提供战略咨询服务。如欲了解更多信息，请访问 www.lek.com。

L.E.K. Consulting是L.E.K. Consulting LLC的注册商标。本文档中提及的所有其他产品和品牌均为其各自所有者的财产。

© 2023 L.E.K. Consulting Limited