

经济日报携手京东发布数据——

# 消费者愈益重视产品成分

## 如何更好满足“成分控”

李 苑

越来越多的消费者正成为“成分控”。有数据显示,九成消费者在购买产品时会看成分和配料表。“成分控”的诞生,说明消费观念日趋科学理性,这既是消费升级的表现,也是对产品质量提出的更高要求。如何精准对接成分型消费需求,抓住经济先机,成为企业必答题。

提升产品品质是基础。一方面,“成分控”是愿意为自然健康、安全高效产品买单的人群,他们花在购物质量上的心思更多,因此,品质优良是对产品的基本要求。另一方面,对于企业发展而言,离不开严格的标准规范、严苛的品质把控和严密的监管体系,只有在产品品质上下功夫,才能在市场上站稳脚跟。

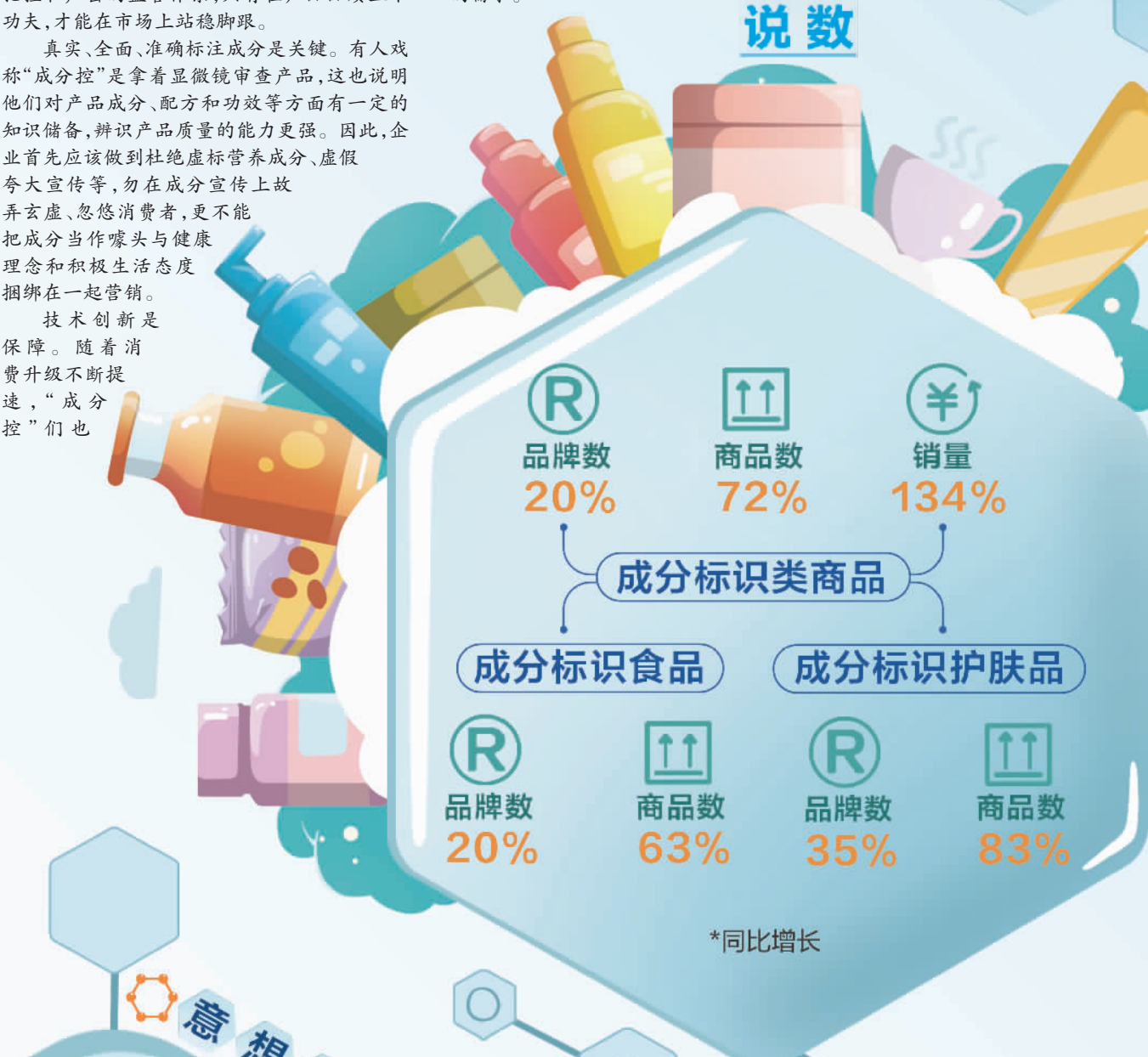
真实、全面、准确标注成分是关键。有人戏称“成分控”是拿着显微镜审查产品,这也说明他们对产品成分、配方和功效等方面有一定的知识储备,辨识产品质量的能力更强。因此,企业首先应该做到杜绝虚标营养成分、虚假夸大宣传等,勿在成分宣传上故弄玄虚、忽悠消费者,更不能把成分当作噱头与健康理念和积极生活态度捆绑在一起营销。

技术创新是保障。随着消费升级不断提速,“成分控”们也

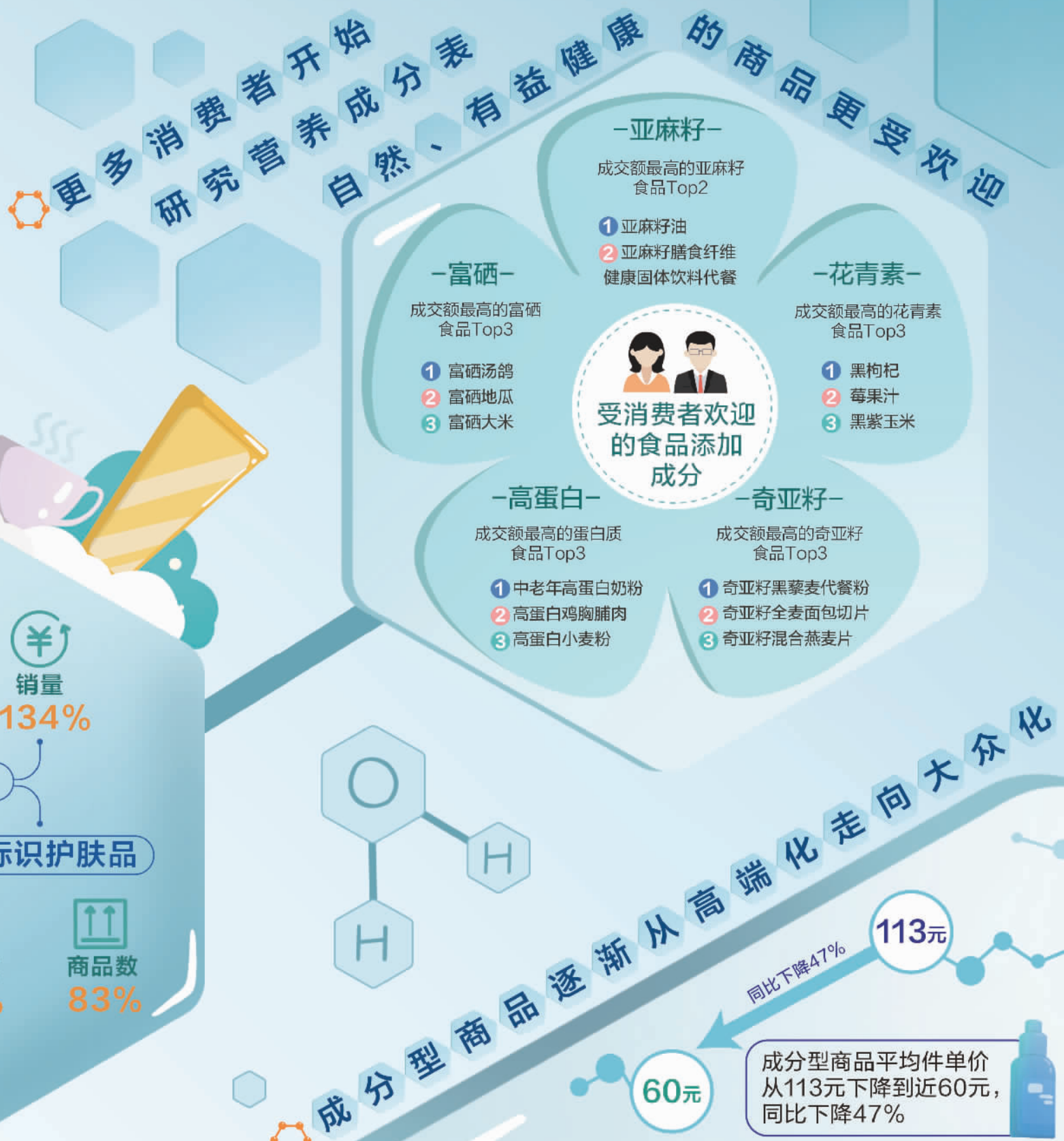
会不断进化。他们从最开始关注成分含量,到慢慢开始研究原材料来源、生产环境和工艺、配料表组成、配方合理性与安全性等,涵盖了产品生产各个环节。这也倒逼企业加强技术创新,持续升级产品,以形式多样、功能先进的产品来满足不同应用场景下的消费需求。

总之,随着技术进步,信息不对称现象日渐减少,消费者从以往被动接受品牌营销到如今主动参与选择产品,他们的可选择空间更大。企业要想赢得用户和市场,就要紧跟消费趋势,更好满足消费者特别是日益增多的“成分控”们的需求。

### 说数

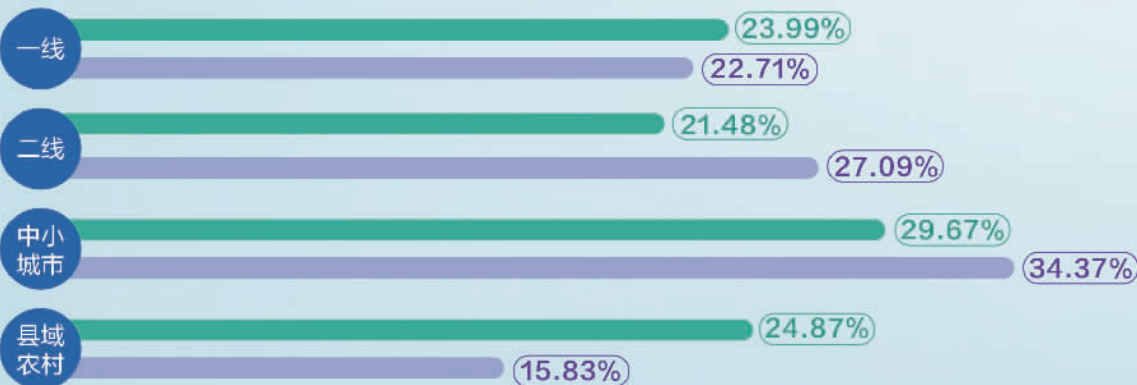


除了食品领域,在营养健康品和化妆品领域,成分型消费的表现也十分突出



### 各地区健康观念有明显的提升

2020年,成分型消费主要集中于一线、二线城市,两者所占的市场份额近50%;2021年,县域农村成为成分型消费占比较高的区域市场



### 不同年龄人群的消费观念日趋健康、科学、理性

