

经济日报携手京东发布数据——

# 大健康产业提质扩容



## 新赛道只争新势能

人民健康是幸福生活的重要基石。随着国家实施健康中国战略，大健康消费理念日渐深入人心，在“互联网+”加持下，催生出消费医疗、健康检测、特医食品、营养补剂、功能饮品等众多新赛道，为大健康产业提质扩容积蓄了发展新动能。

一方面，从“治和补”到“养和防”，消费者积极主动开展健康管理的意识不断增强。数据显示，居家场景下慢病管理、健康监测、自检自查等相关医疗器械产品广受欢迎。其中，血压计、血糖仪、呼吸机等家用型医疗器械不断迭代升级，专业化、智能化产品更受关注；家庭常备洗鼻器、理疗仪等品类也有亮眼表现。同时，不少消费者通过主动式健康管理服务进行疾病预防，全周期健康体检类服务、重疾早筛产品、遗传/慢病类基因检测产品、HPV疫苗预约服务等，均获得消费者青睐。

另一方面，健康消费用户越来越年轻化，健康管理概念不断延伸，调节身体机能、获得均衡营养、消除疲劳和亚健康，成为年轻人对健康的新追求。研究显示，2021年国内营养品市场规模超2600亿元，膳食补充剂及维生素占七成，18岁至35岁年龄段的消费者占比高达83.7%。调查显示，在购买营养品时，年轻人消费更趋理性，关注产品功效，看重性价比。庞大的年轻消费群体为健康消费带来新增长点，对于企业来说，要在供给端坚定“品牌年轻化”，从产品线到定价做出创新和改变，优化年轻人健康消费体验。同时，企业可以通过整合医疗健康服务能力，为消费者购买营养保健品提供更专业、高效的科普及指导服务。

巨大的潜在消费市场、年轻消费主力不断增长的健康消费需求、国家政策支持……这些因素都为大健康产业的市场前景带来无限可能，也对行业企业的综合实力提出更高要求。相关企业要不断增加优质健康产品和服务供给，全方位提升消费者的“健康安全感”。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

## 说数

### 大众健康消费升级

消费者健康观念普遍提升，主动进行健康干预。今年“618”期间，各类健康消费实现快速增长



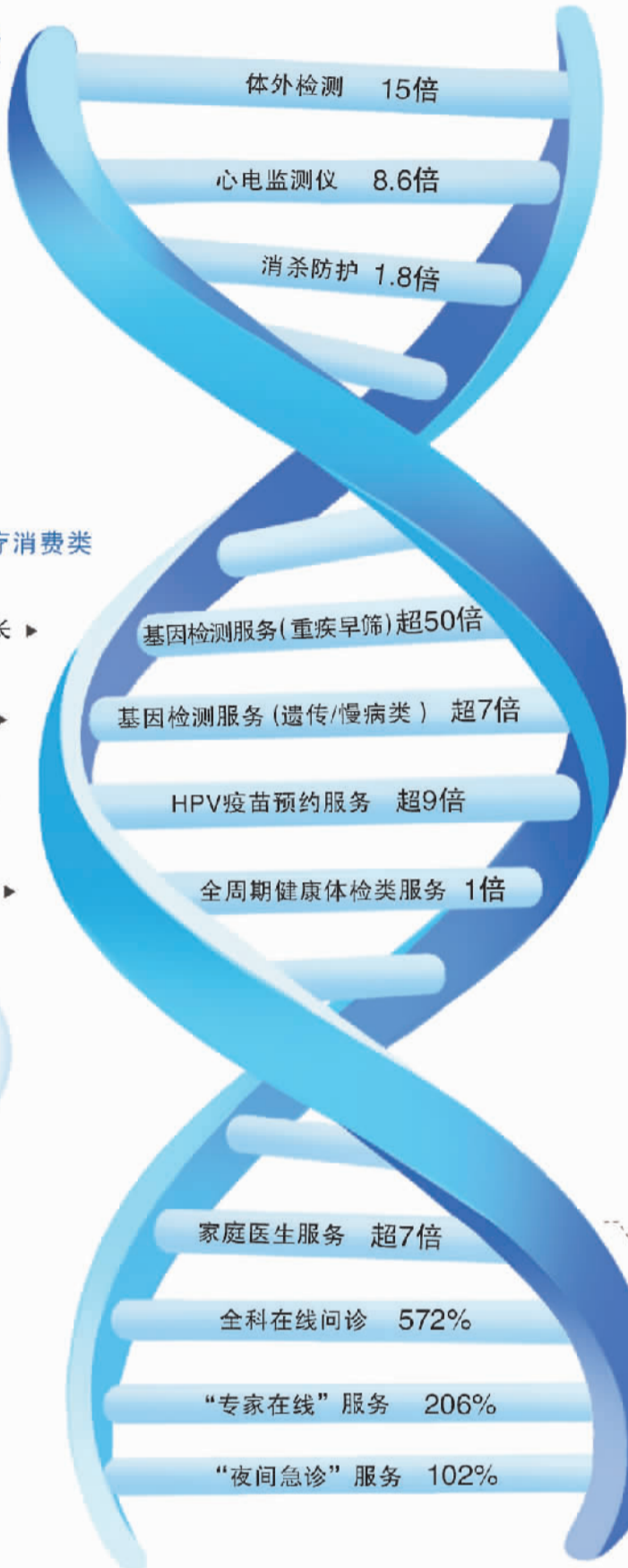
#### 医疗消费类

成交额同比增长 ▶

成交额同比增长 ▶

成交额环比增长 ▶

订单量同比增长 ▶



#### 装备器械类

成交额同比增长



#### 医疗服务类

订单量同比增长

日均订单量环比增长

#### 医药类

夏季用药（解暑、驱虫等）订单量同比增长5.3倍



家庭常备药成交额同比增长率

儿科用药 125%

皮肤用药 93%

维钙营养 85%

慢病管理药订单量同比增长率

内分泌用药 125%

肝胆用药 103%

心脑血管用药 95%

神经系统用药 83%

### 特医食品方兴未艾

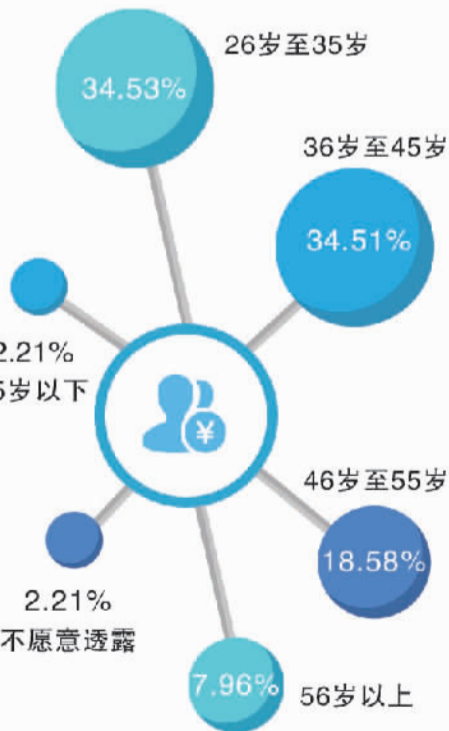
特殊医学用途配方食品是居民营养健康管理的重要一环。人口老龄化、慢病患病率上升将进一步提升特医食品需求量消费量

养生保健 32.74%



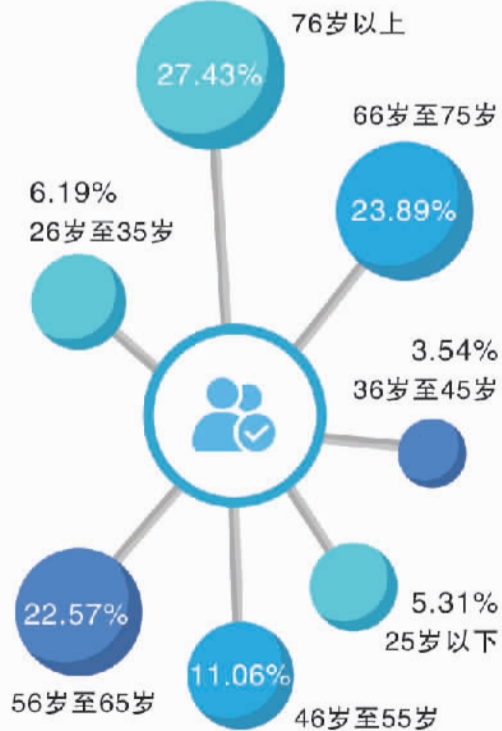
#### 购买人群年龄分布

各年龄段占比



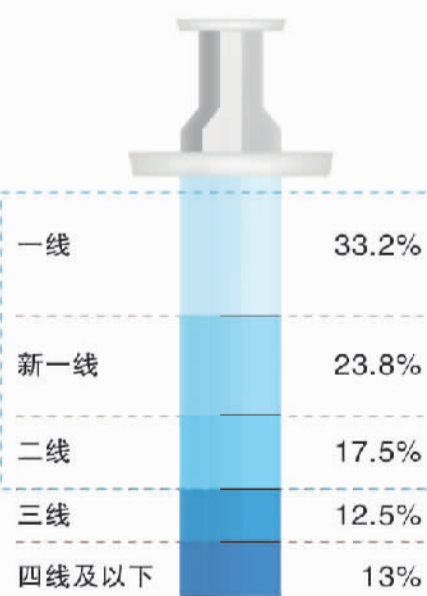
#### 使用人群年龄分布

各年龄段占比



#### 购买人群地域分布

各类城市样本分布

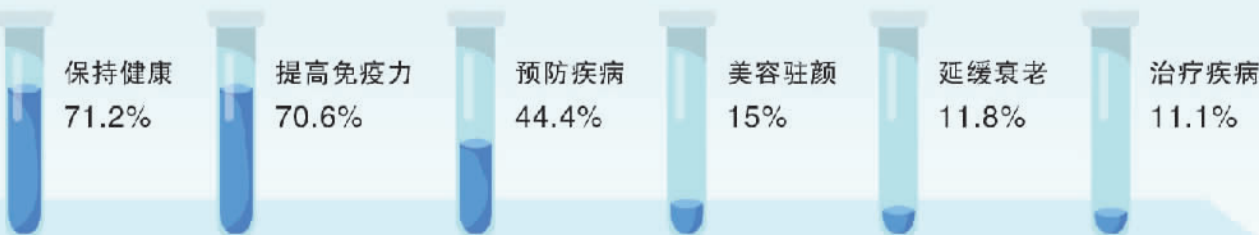


### 年轻人重视自我保健

“95后”营养保健品购买对象和比例



“95后”自用营养保健品的原因和比例



更多内容 扫码观看

数据周期：6月1日至6月18日

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚