

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费



# 中式健康养生食品广受欢迎

## 说数

□ 本期点评 柴祯祯

随着消费习惯与健康观念转变，回归传统、修身养性的生活理念逐步兴起，目前养生不再是老年人的专利，年轻人也乐在其中，这给相关行业提供了重要的发展契机与广阔的市场空间。

在众多养生方式中，食补最受消费者欢迎。但是，随着生活节奏加快，传统养生方法如蒸、煮、炖已难以满足消费者需要，便携高效成为行业新的增长点。目前，市场上的即食便携类养生食品层出不穷，这些食品不仅是对传统养生食材的再次发掘，更融入了现代加工技术和美食理念，满足了消费者对休闲即食、口感美味及精准功效的需求。

一方面，养生食品的品质拓展日益明显。消费者对健康和养生知识的了解越发深入，他们对多样化的养生产品有了更高需求，许多“小众”养生食材逐渐进入消费者视野，满足了不同年龄层和不同体质的消费人群需求。

另一方面，提升养生食品的品质已成为行业必然选择。消费者健康意识日益增长，他们希望购买到真正对健康有益、功能明确且安全无忧的养生食品。因此，无论是传统老字号还是新兴品牌，都要积极进行技术研发和产品创新，力求在养生食品的制作和加工上提高品质，满足消费者对健康、安全、效果的严格要求。同时，品质要求不仅体现在食材的选取上，也在于整个生产过程的严格控制和科技的创新应用。

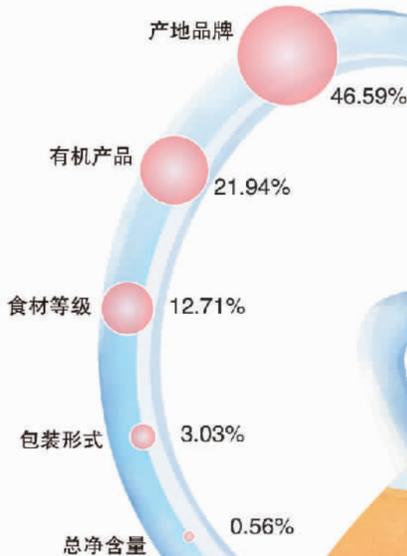
整体来看，无论是产品的营销、功能还是品类，中式养生都有着巨大的创新潜力。但品牌商也需要始终坚守品质与诚信，为消费者提供真正有益于健康的产品，唯有如此，整个行业的生态才能保持健康。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

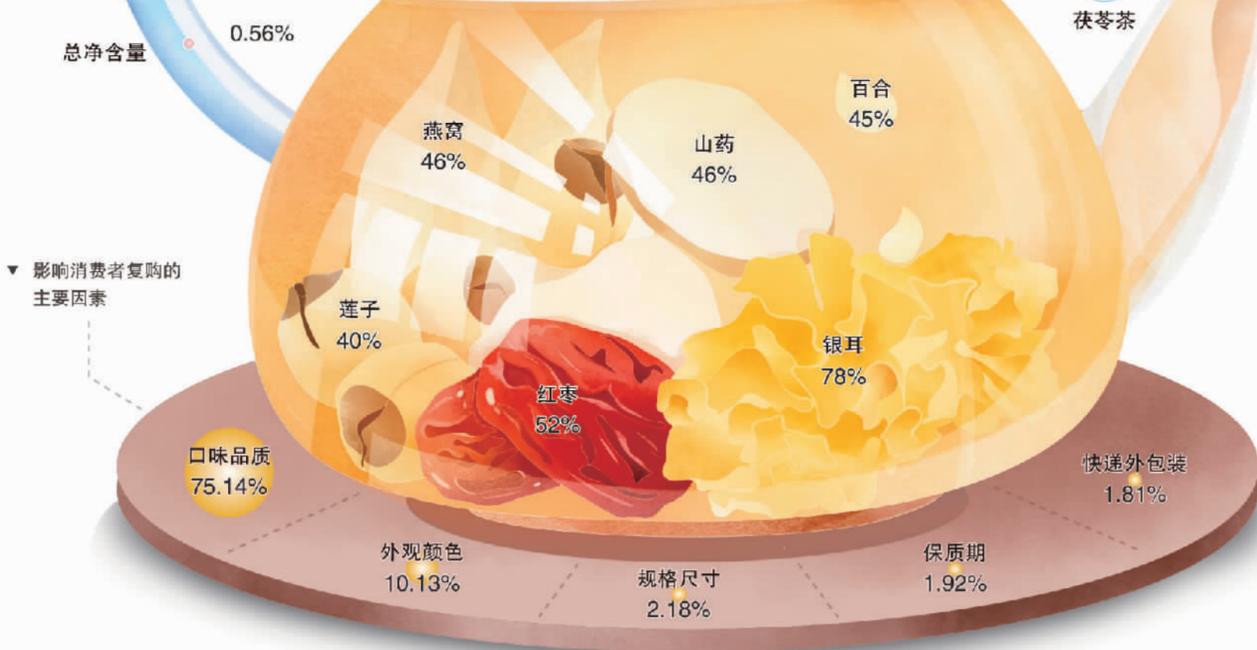
### 1 总体消费情况

#### 养生食材消费

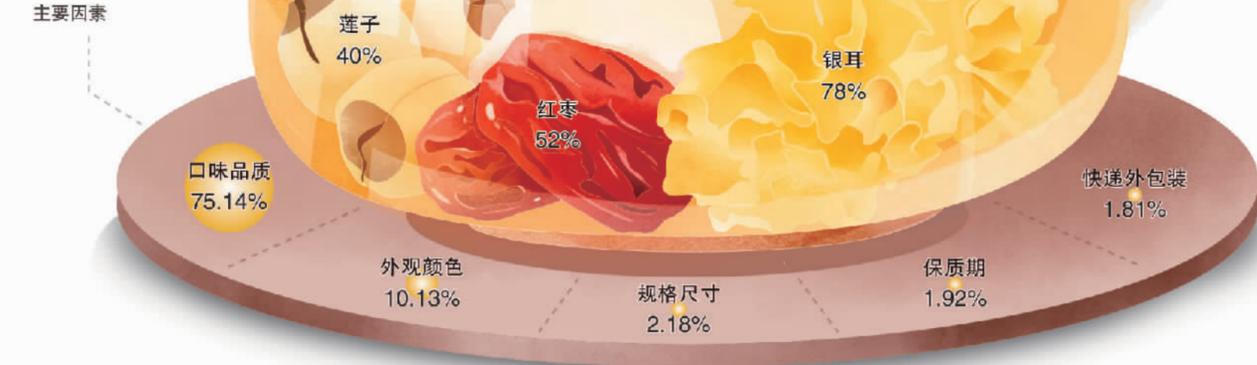
##### 影响消费者购买的主要因素



##### 养生食材销量环比增长

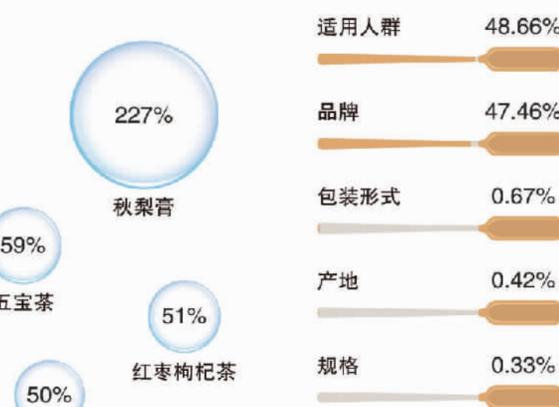


##### 影响消费者复购的主要因素

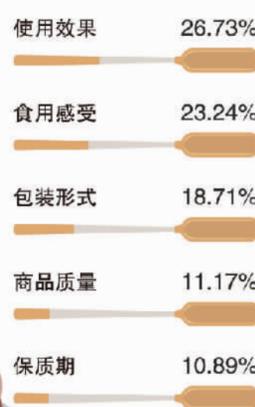


#### 养生茶饮消费

##### 养生茶饮销量环比增长



##### 影响消费者复购的主要因素



#### 养生器材消费

##### 养生器材销量环比增长



##### 影响消费者购买的主要因素



##### 影响消费者复购的主要因素



### 2 消费者画像

#### 各年龄段购买量占比



#### 不同性别养生茶饮购买量占比



#### 不同性别养生食材购买量占比



#### 不同性别养生器材购买量占比



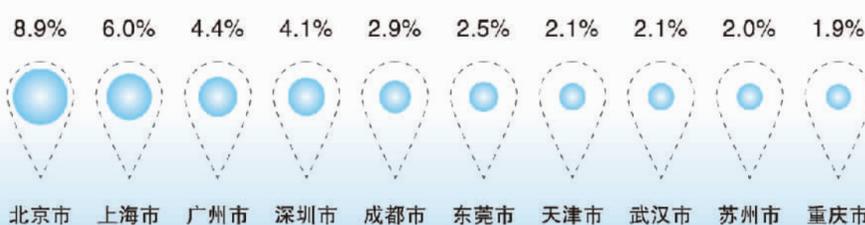
#### 各区域养生产品购买量占比



#### 各级市场养生产品购买量占比



#### 养生品类购买量占比TOP10城市



营养保健品行业标准化、规模化发展带动了品类扩充和品质提升，再加上消费者健康意识提高，以及电商平台快速发展，养生保健的消费热潮逐渐兴起。日前，消费者健康需求增长，对中式养生关注度提升，无论是便捷高效的养生茶饮、还是融入一日三餐中的养生食材，抑或是养生类家用电器，均受到了消费者青睐，进一步促进了养生产品功能、品类的迭代升级。

近年来，“85后”“90后”对养生的关注度在不断提升，带动传统食补消费焕发新活力，一些新中式养生品类，如即食燕窝、枸杞原浆等，因休闲即食特点受到年轻群体青睐。随着消费者健康意识提升，县域农村市场成为养生品类消费主力。此外，不同性别对于养生方式的选择也呈现出较大差异，女性消费者更爱购买传统养生食材，男性消费者则更青睐养生茶饮。



数据周期：2023年8月8日至8月21日 (立秋后两周)