

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

消费市场年终盘点

## 健康消费持续火热



### 说数

□ 本期点评 柴祯祯

近年来,随着生活水平的提升,人们的健康意识不断提高,对健康产品的需求也在发生变化,健康消费市场迎来了新机遇。从医疗器械、医药到传统滋补、营养保健再到健康服务等,健康消费的领域在不断拓展。新需求使健康消费市场不断外延、细分,也使得健康消费保持持续火热的态势。

从消费人群看,健康意识提升是普遍的,打破了人群圈层。无论是“00后”还是银发族,各年龄段人群对于健康的关注度均在提升。不同人群对于健康消费的需求和偏好有所不同,相关品牌和商家需要更加准确、清晰地识别不同人群的消费需求。

从消费行为看,健康消费表现出主动化、常态化和专业化的态势。消费者从被动地接受健康产品和服务,转变为主动地了解、购买和使用健康产品。越来越多消费者对于健康有了较强的管理意识,健康消费愈发常态化。此外,消费者对健康产品功能有了更细分的需求,健康消费愈发专业科学。

消费者识别、获取优质健康产品和服务的需求愈加迫切,给健康消费市场带来机遇的同时,也给品牌商家带来不少挑战。面对更加精细的需求,品牌需要借助平台的力量,更清晰地识别细分消费需求、缩短产品研发周期、精准链接目标受众。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



随着人们对健康的重视程度不断提升,健康品类产品和服务均呈现快速增长趋势,从买产品到买服务,从治病到防未病,健康消费的内容和场景都在不断地拓展。未来随着市场进一步发展,消费者对健康服务和消费品的需求将继续保持增长,同时也需要企业不断创新和提升产品质量以满足消费者的需求。

### 1 总体消费情况

传统滋补品类销量同比增速TOP5



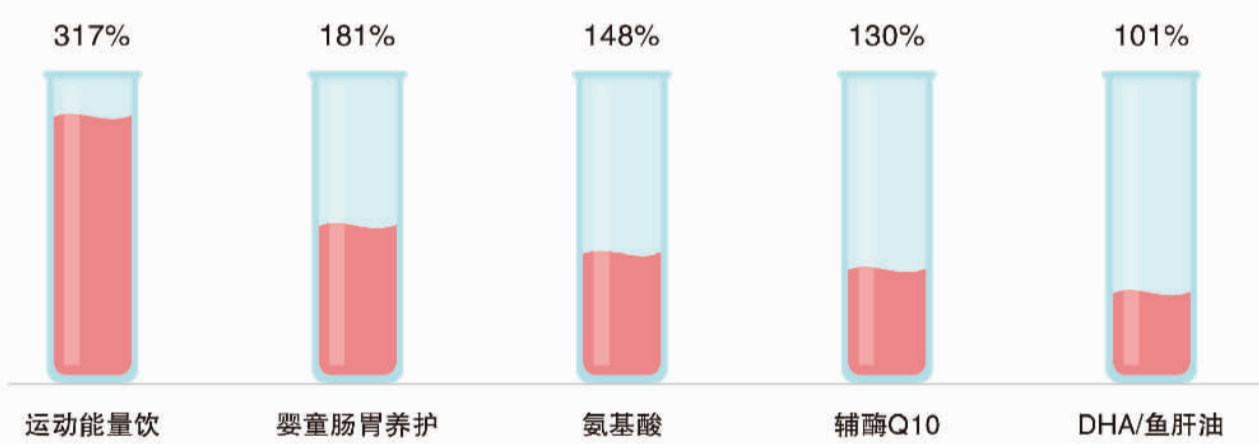
在线问诊品类销量同比增速TOP5



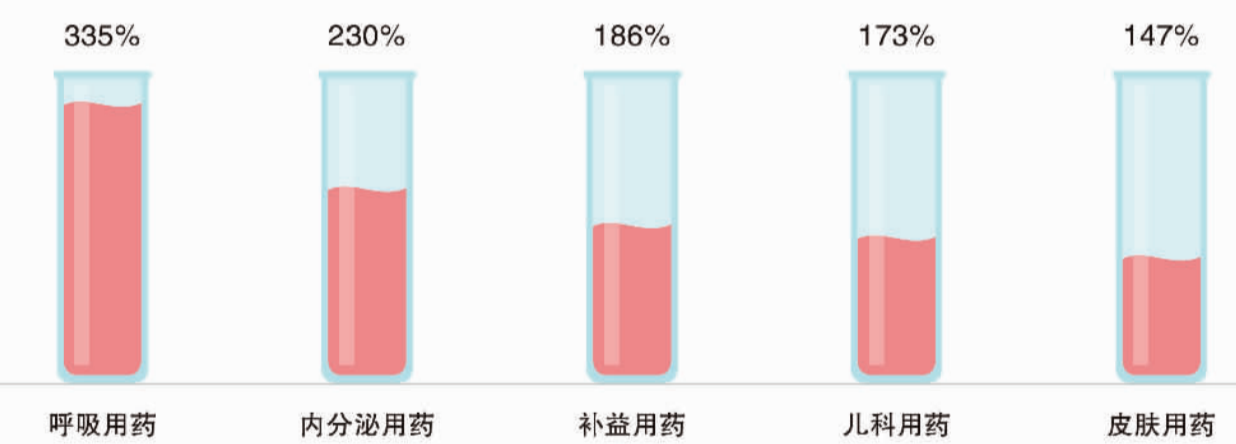
健康服务品类销量同比增速TOP5



营养保健品类销量同比增速TOP5

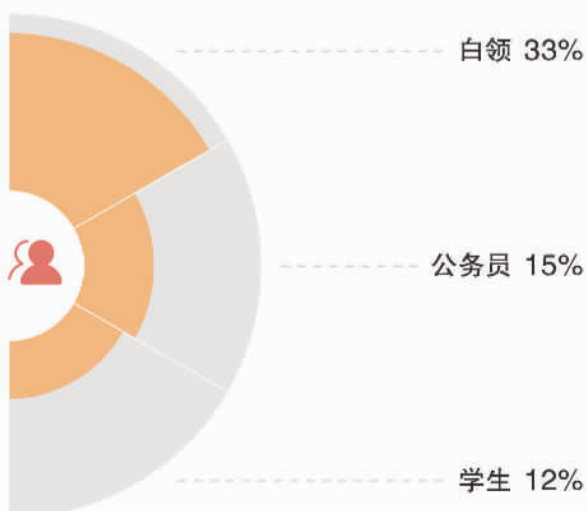


医药品类销量同比增速TOP5

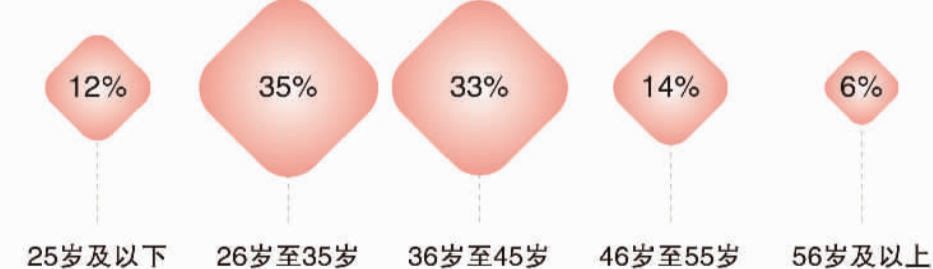


### 2 消费者偏好

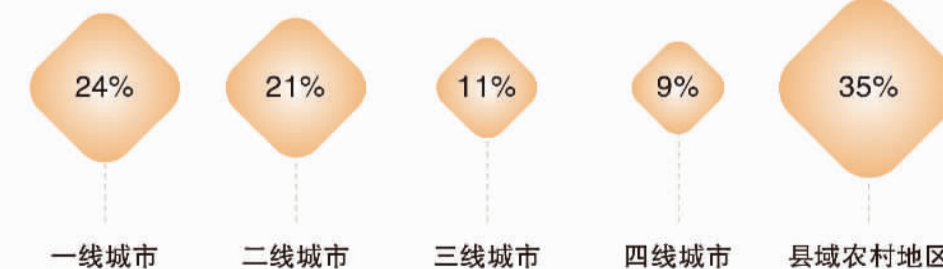
健康品类成交额占比TOP3职业



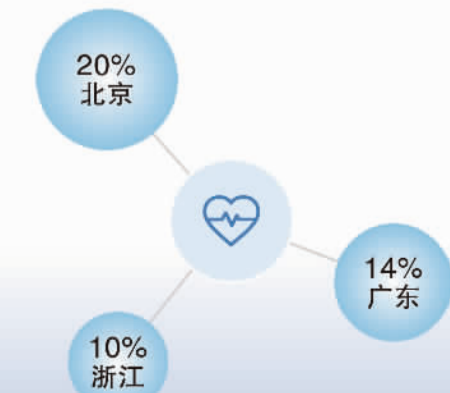
健康品类各年龄段用户成交额占比



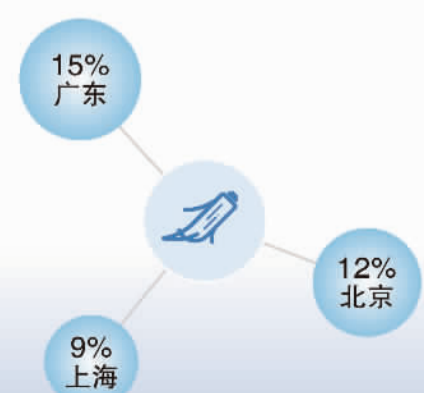
健康品类各级市场成交额占比



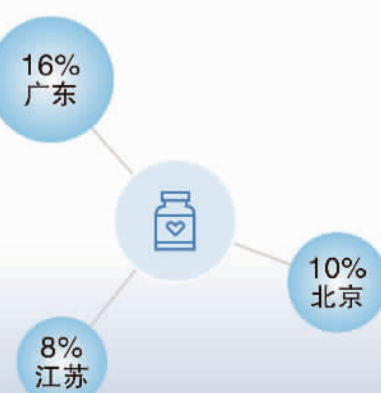
健康服务成交额TOP3省份



传统滋补品类成交额TOP3省份



营养保健品成交额TOP3省份



分年龄段看,健康品类消费在26岁至35岁的年轻群体中占比最高,达到35%,年轻群体对健康产品的线上购买需求较大。值得注意的是,县域农村地区对于健康消费的关注度逐渐提升。随着健康消费观念的普及,未来市场将对健康产品的品质和性价比提出更高要求,商家需不断提升产品竞争力,以适应市场需求。



数据周期: 2023年1月至11月