

说数

# 健康饮食消费空间大潜力足

孟 飞

俗话说，健康是吃出来的。随着生活水平的提高，人们对食物的需求从“吃得饱”向“吃得好”“吃得健康”转变。在购买食品时，很多人都要看配料表，看看有没有致敏原、高糖分、太多添加剂；看看采用的是不是低油、低盐、保留原味的烹饪方式；看看是“全麦粉”“糙米粉”还是“小麦粉”；等等。这些细微的消费习惯背后，藏着一个巨大的健康饮食消费市场。

健康饮食消费并非单一赛道，而是包含了很多内容。比如轻食，这一领域2024年市场规模已突破3200亿元，预计2026年将达5000亿元。再如素食，2025年，全国素食餐饮市场规模已接近80亿元，素食门店数量超过4000家。从饮食分类到消费者分类再到价格分层，健康饮食消费已经渗透消费市场各层面，呈现出强大的号召力。

健康饮食之所以受欢迎，健康意识的觉醒

是重要原因。数据显示，在消费者更关注的体重管理方式中，科学饮食排在首位，比“坚持运动”的占比还高。此外，慢性病年轻化也加速了这一趋势。为了掌握健康主动权，更多年轻消费者加入健康饮食的阵营中。

科技进步则为这一趋势提供了强大支撑。新的食品加工技术可以让原料保留更多营养成分，通过开发全谷物等产品，还能满足慢性病患者、老年人等特定人群需求。冷链技术通过稳定的低温环境，有效抑制细菌生长，延缓食品变质时间，减少营养流失，让更多新鲜食材端上消费者的餐桌。大数据技术能够结合用户自身健康数据动态调整饮食计划，进一步提升了科学饮食的普及性。

健康饮食消费的风潮，也给产业链带来深刻变革。在种植端，倒逼种植户减少农药化肥使用，推广绿色有机种植模式，发展生态循环农业，推动农业现代化向深处去。在加工端，通过精深加工，开发杂粮食品、功能性代餐等，提升农产品附加值。在销售端，高端超市突出有机特色，社区生鲜店强调本地时令，电商平台通过内容营销传播健康饮食理念。值得关注的是，

在健康饮食消费旺盛情况下，私人营养师、企业健康餐饮管理、健身餐配送等新职业和新服务应运而生，给服务消费市场带来新机遇。

不过，机遇也伴随着挑战。随着市场快速扩张，概念炒作、虚假宣传时有发生，一些商家用“无糖”“零添加”“有机”等概念混淆视听，将普通食品贴上健康标签，这不仅扰乱了市场秩序，也削弱了消费者对行业的信任。对此，监管部门需创新监管方式，加大执法力度，切实维护好透明的市场环境和消费者合法权益。

从业者也应从单一生产者或者销售者的身份，转变为健康饮食价值链的参与者和整合者，通过产品创新、模式升级等，拓展市场的深度和广度，提升消费者对健康饮食的认知，在更好满足人民群众对美好生活向往的同时，实现自身的可持续发展。

在这里读懂中国消费

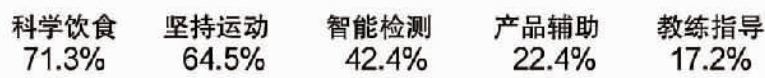
## 1 吃得更健康

国家统计局发布数据显示，2025年1月至11月，全国餐饮收入为52245亿元，同比增长3.3%。

健康饮食消费 购买各类营养食品的消费者数量占比



消费者更关注的体重管理方式（占比）

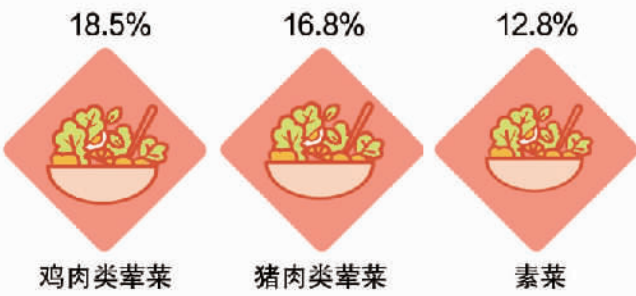


外卖消费

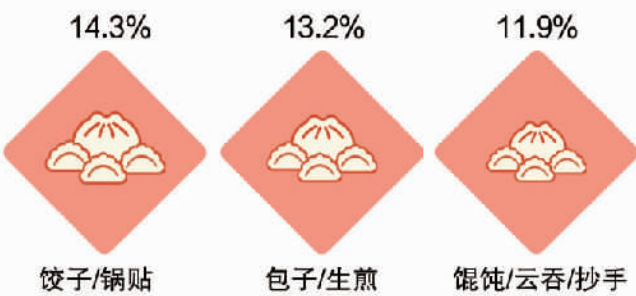
咖啡茶饮（外卖）搜索量占比TOP3



中式菜肴（外卖）搜索量占比TOP3

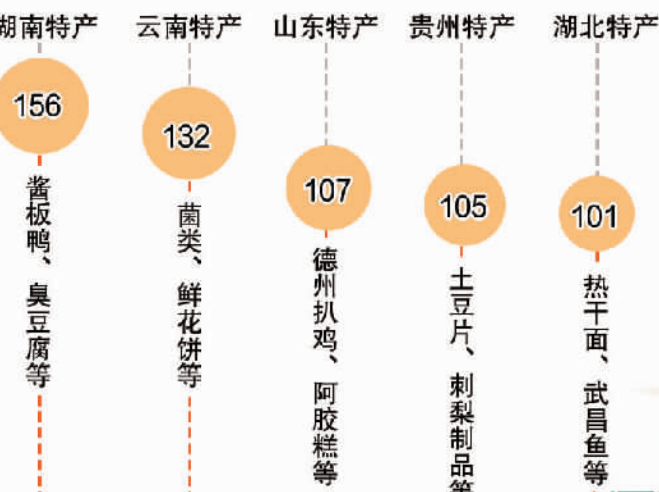


主食面点（外卖）搜索量占比TOP3



地方特产消费 地方特产搜索量同比增长超8倍

地方特产关联搜索TOP5（指数）

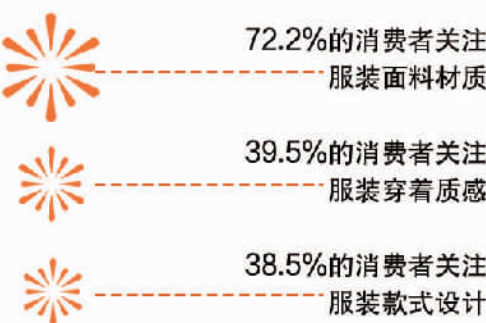


## 2 穿得更时尚

服装消费

2025年，我国精纺面料市场规模约3500亿元，休闲服装面料市场规模约3200亿元。

消费者在购买服饰时的关注点



更多内容 扫码观看

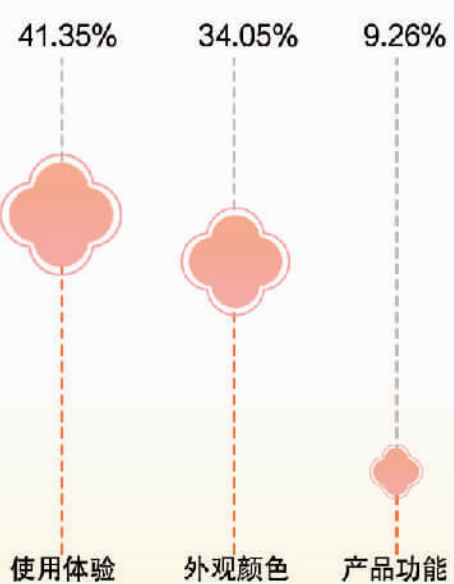
数据周期：2025年

消费者在购买运动服时的关注点

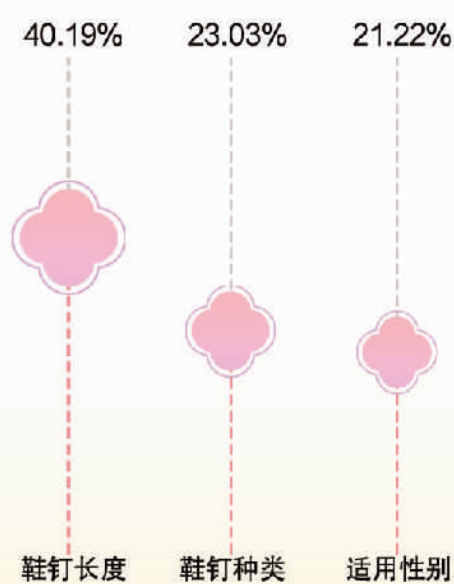


鞋靴消费

影响消费者购买运动鞋的因素（占比）



影响消费者购买足球鞋的因素（占比）



影响消费者购买篮球鞋的因素（占比）



影响消费者购买跑步鞋的因素（占比）

