



大健康趋势洞察

益普索（中国）咨询有限公司

研究总监 徐婧

2023年4月



疫情之下，健康话题被反复提及，民众健康意识提升，健康产业蓬勃发展



上游供应

国家对中药材产业扶持力度不断增强，中药材种植面积大幅增加，2021年中国中药材种植面积初步核算为5802万亩

下游发展

各大超市、医院、药店、直营店和电商等为保健品的主要流通渠道。2021年药店终端药品销售额为4774亿元，同比增长10.25%

饮食变化

饮食结构优化，消费者主动调整饮食预防疾病，关注食品安全、营养均衡、低糖低脂等饮食理念。83%的消费者主动调整饮食预防疾病

赛道利好

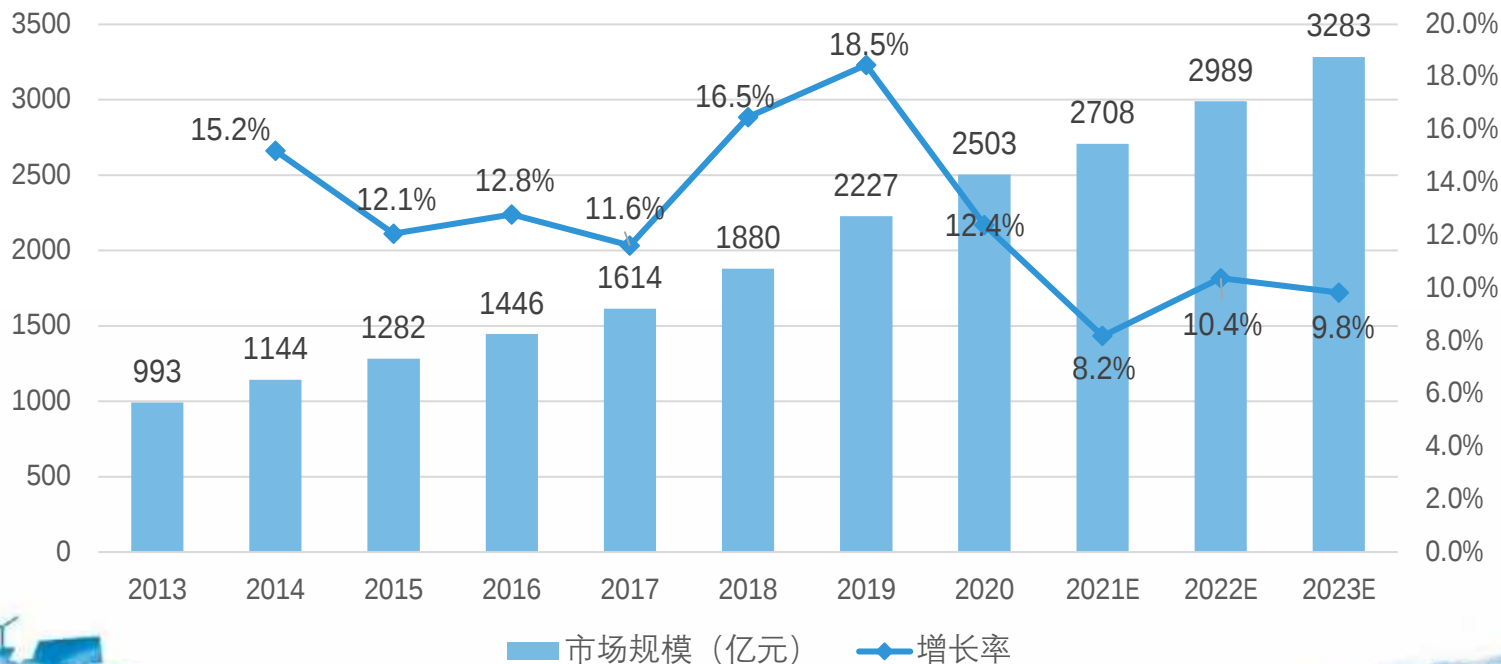
大健康产业潜力无限，保健品更是向必选消费品方向转变



过去10年以来，中国保健品市场保持一个较高的增速，伴随疫情影响，增速将会持续



2013-2023年中国保健品市场规模及预测



理念变化：健康“进化论”正引领我们走进一个“精养时代”



Z世代营养消费潜力无限。年轻人对自身健康管理很重视，也越来越受到社会关注。
他们对健康的内涵有了新的理解，除了不生病，还追求身体品质，即“精致型”健康

健康

1.0

活得久一点
见证“好日子”

2.0

有质量的活着
从精神到物质

3.0

精养时代
从肌肤到机能



什么促成了“精养时代”？



从社会大环境出发

疫情

三年的疫情，最终比拼的是机体的防御力，进一步强化了健康的重要性

1

经济

经济的发展，让人们有更多的钱，可以花在全方位延缓衰老上

2

内卷

内卷的延伸，浸润了生活的方方面面，形成“万物皆可内卷”

3



如何定义当下的“精养”，是一个外在+内在的整体状态提升



视觉状态

外在

气色

身材

肌肤年龄



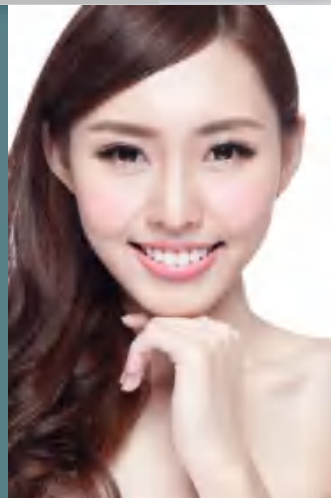
身体机能

内在

活力

韧性

身体年龄



外在的“精养”是健康“进化论”的早期表现



外在的精养：
是气色红润，体态匀称，是比同龄人显年轻



“

...要成为赵雅芝，而不是赵雅芝的同龄人...

...婚姻的终极目标是：
把老公熬成爹...

”



内在的“精养”是健康“进化论”的进阶发展



...定格住身体功能鼎盛时期的心律、肺活量、骨骼灵敏度、稳定性及弹性等各个方面的指标...

...是适应挑战，快速恢复的能力...



内在的精养：
是身体机能的活力与韧性，是代谢水平的提升，是身体年龄 < 实际年龄



无论内在还是外在的“精养”，最终指向“定格当下的年龄”



定格当下的年龄（肌肤、机能） → 美妆和养生共通之处



外在

气色

身材

肌肤年龄

内在

活力

韧性

身体年龄



这些“定格年龄”的成分出圈的背后，可以看到健康3.0时代将会在“成分”上越来越卷，并延伸到“纯度、起效浓度、作用机理”

KOL帮助扩大成分党的规模，未来趋向于成分的纯度和起效浓度

健康

1.0

活得久一点
见证“好日子”

讲情怀
品牌故事

2.0

有质量的活着
从精神到物质

讲丰富
产地溯源

3.0

精养时代
从肌肤到机能

讲成分
作用机理

健康3.0时代的主要消费群是谁？



是“惜命”的18~29岁年轻群体

健康

治未病的势头正起：

日常“真养生”，伴随民众养生意识的提升，我们的研究数据 - 有近1/3的年轻人，主动选择“食疗调养”

作死之后，即刻自救：

生活中有太多的“忍不住”，放纵之后的年轻人，更需要“朋克养生”

小红书的“养生”话题笔记超过了450万篇

3.0

精养时代
从肌肤到机能

讲成分
作用机理



遵循“一补一控”的精养公式，“高效食疗”的精养理念



补气、补血、补脑
补机体屏障



一补

简化制作步骤
便携、随行



高效



一控

低油、轻盐、0糖
控身体负担



食疗

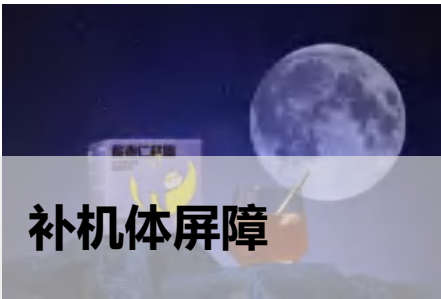
成分 - 功能
目标明确



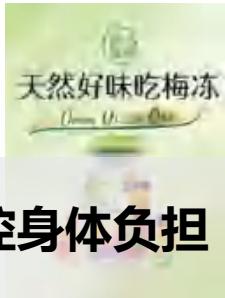
“一补一控”的产品，充分迎合了“朋克养生”的诉求



一
补

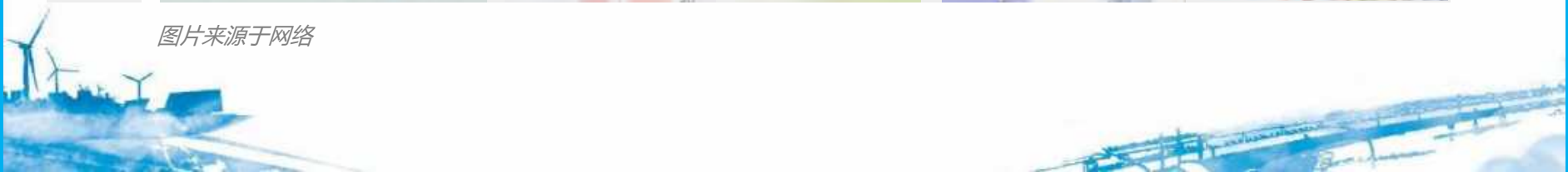


一
控



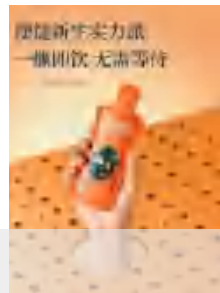
控身体负担

图片来源于网络



“高效食疗” 的产品，则契合了当下年轻人的 “精致懒”

高效

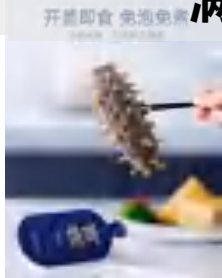
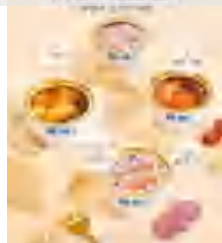


高便捷性
打破场景局限

&

高品质感
满足 “精致懒”

食疗



图片来源于网络