年轻人 养生 趋势

年轻人养生消费趋势报告

CBNDATA
第一财经商业数据中心



© 2020 CBNData. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS 目录

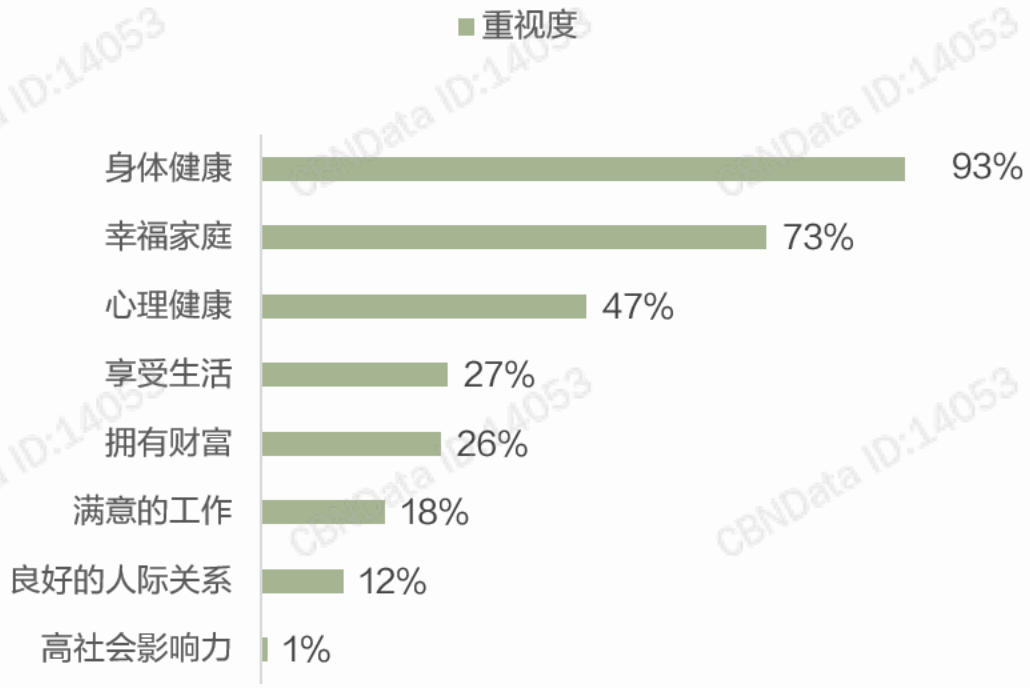
- Part1：年轻人健康养生现状
- Part2：年轻人养生消费趋势
  - 食补潮流进行时
  - 运动自律新“食”尚
  - 妆食同源，吃出颜值



CBNData ID:14053

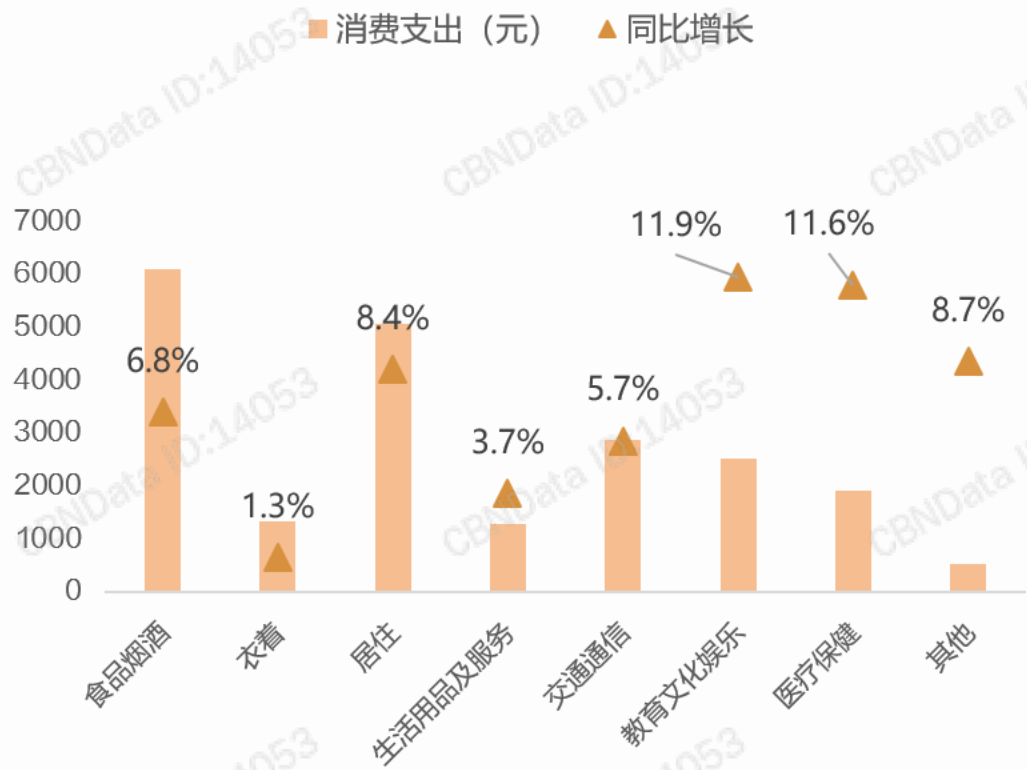
健康是生活中最珍贵之事，诉求持续增强

2019国民各生活态度重视程度



数据来源：丁香园&《健康报》社：2019国民健康洞察报告

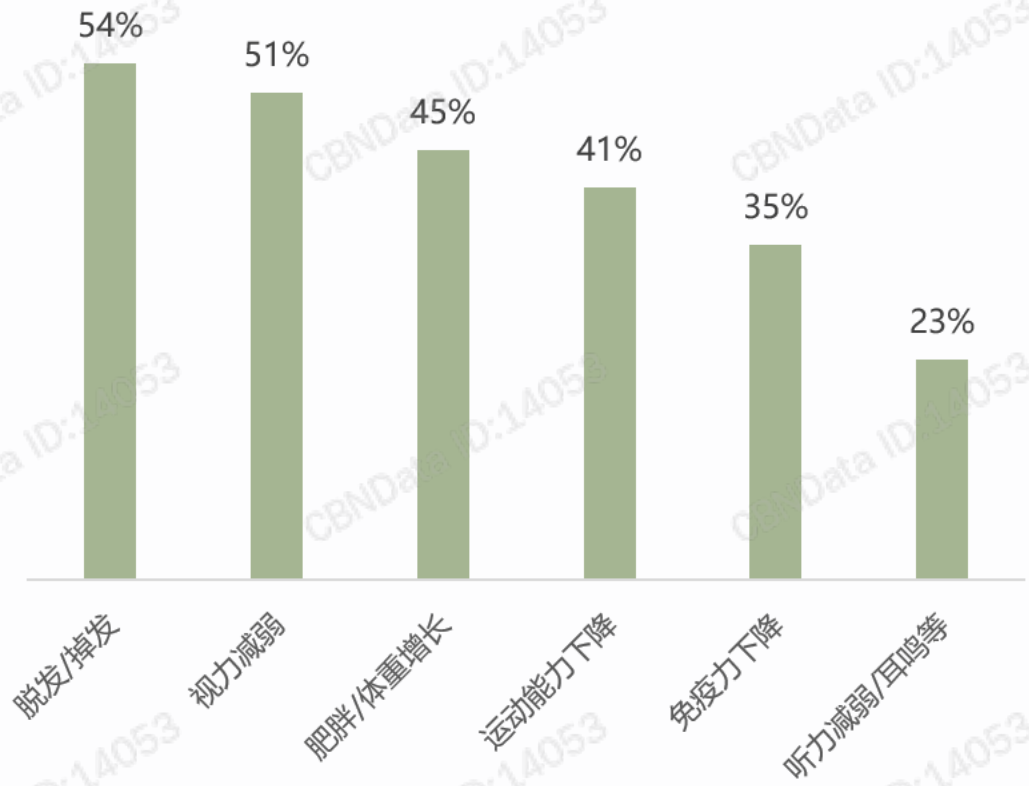
2019年不同类型全国居民人均可支配支出



数据来源：国家统计局

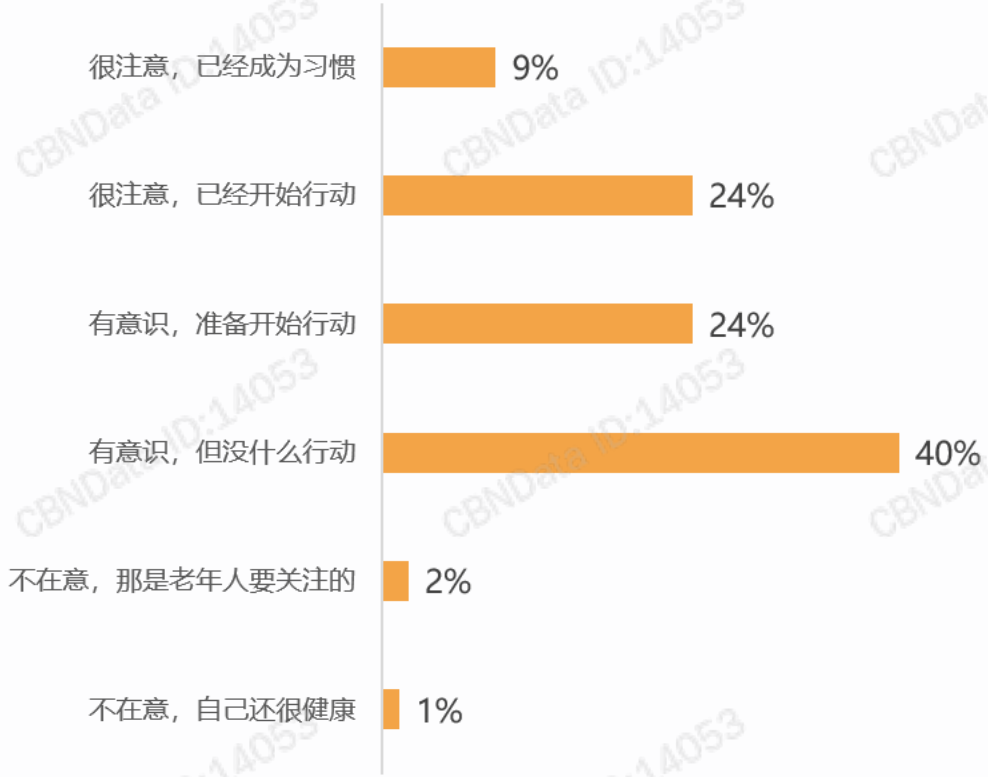
健康状况下降的信号出现，九成以上的年轻人已有养生意识

90后出现的健康状况下降信号



数据来源：《90后健康养生大揭秘2019》

90后对待健康养生的态度



数据来源：《90后健康养生大揭秘2019》

年轻人的养生大法







CBNData ID:14053



01 食补潮流进行时

- 熬夜下单
- 靶向进补
- 随时养生
- 花样混搭
- 四季养生

CBNData ID:14053

线上传统滋补消费愈发火热，年轻人积极加入“养生大军”

2017-2019 传统滋补营养品销售规模及同比增速



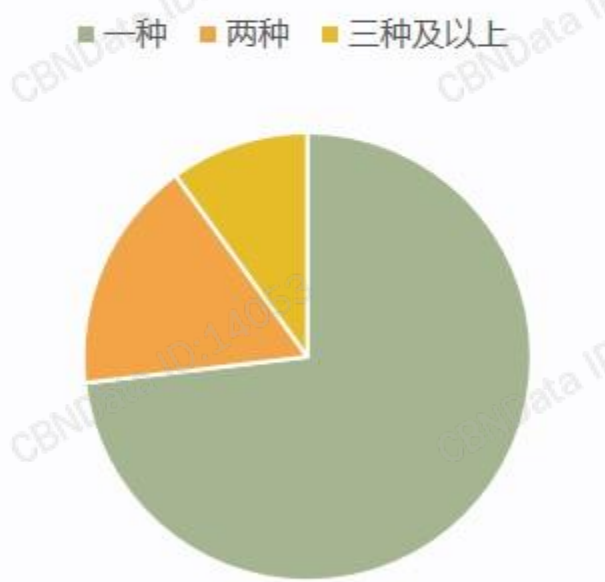
数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

2017-2019 传统滋补营养品各代际人数占比



数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

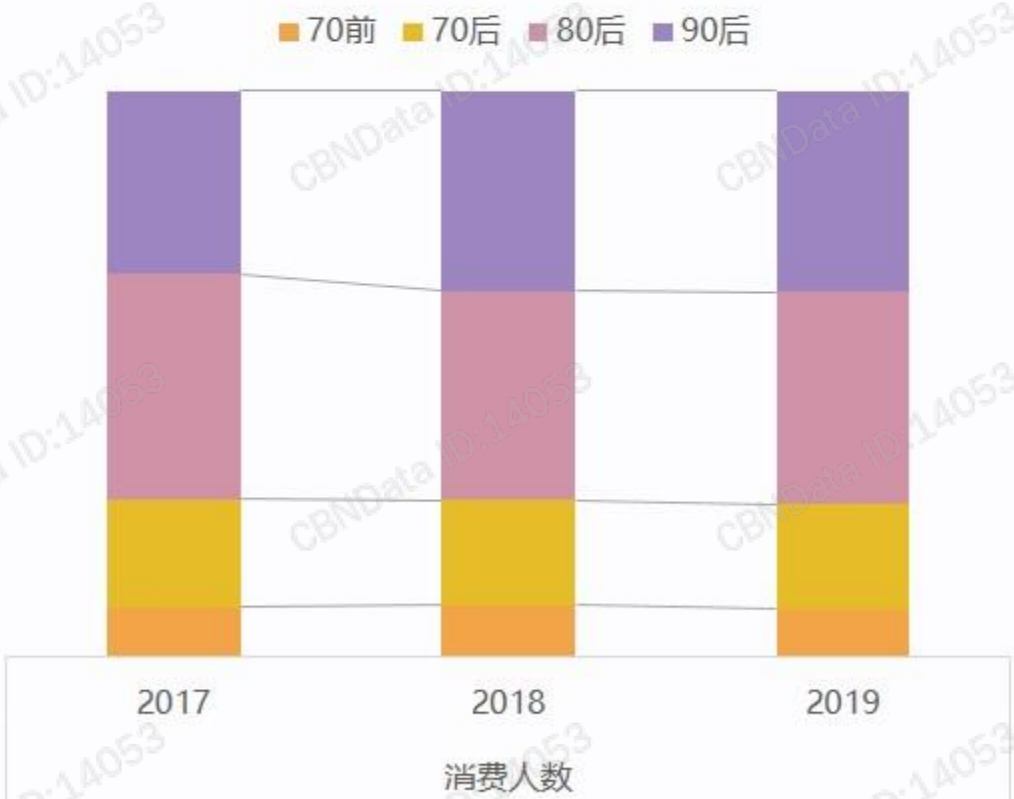
2019年90后购买传统滋补品种类分布



数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

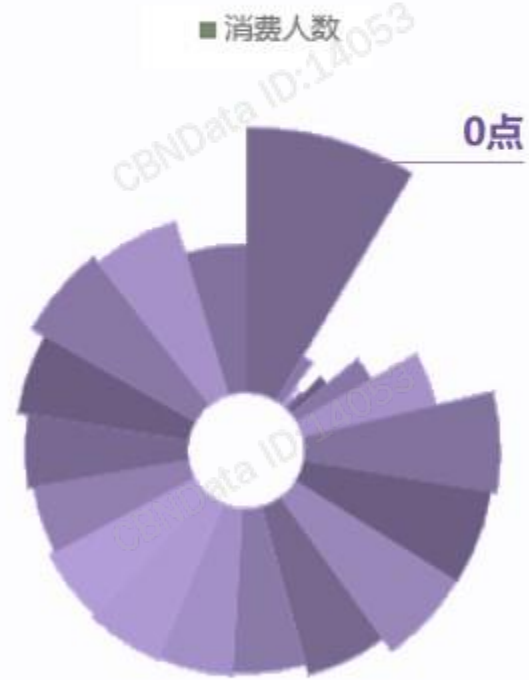
一手补品一手锅，90后扛起“马后炮养生”的大旗

2017-2019 养生电器各代际人数占比



数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

2019年90后消费者购买养生电器时间段分布



数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

靶向养生，缺什么就补什么

2019最困扰90后的健康问题排名

TOP1
情绪问题

TOP2
皮肤状态不好

TOP3
身材不好

数据来源：【丁香医生】2020国民健康洞察报告

2019年90后消费传统滋补营养品TOP10



数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

2019年90后各类养生电器消费人数及偏好度



数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

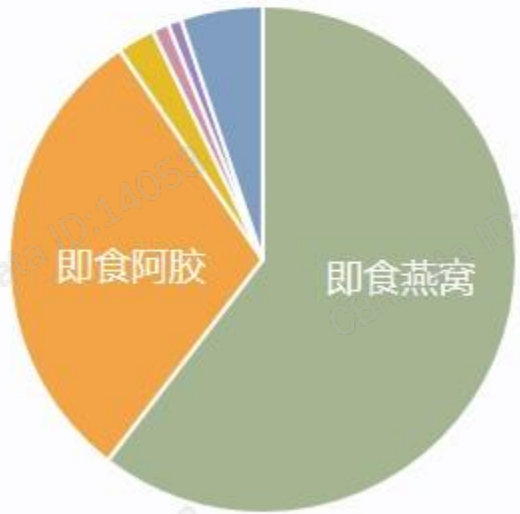
随时养生，即食燕窝与即食阿胶等最受欢迎

2017-2019 即食类传统滋补营养品销售规模及同比增速



数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

2019年线上即食滋补品消费规模占比分布



数据来源：CBNDataX阿里健康X天猫家电《新食尚主义》

传统医药滋补品牌
推出即食便携的养生食品





“健康小金条”
东阿阿胶粉



独立锡纸包
黑芝麻丸

图片来源于网络

花样养生，混搭吃法走俏

传统食材新吃法组合

	传统食材	新吃法
1	芝麻	海苔系列
2	人参	姜汤
3	红豆	纯果蔬汁
4	芝麻	即食鱼零食
5	红枣	藕粉
6	红豆	蛋白饮料
7	薏米	冲饮果汁
8	红枣	蜂蜜果味茶
9	红豆	速食粥

CBNData《养生食品行业新品趋势白皮书》

阿胶与咖啡的中西碰撞
激起年轻人的尝鲜欲望



东阿阿胶与太平洋咖啡玩了次跨界，推出“咖啡如此多胶”系列饮品，阿胶跟咖啡的**中西碰撞**，符合年轻人爱尝鲜、爱玩新花样的特点。

图片来源于网络

养生不分四季，夏日养生有“奇效”

冬病夏治

冬 病 夏 治 *noun.*

冬病夏治是指对于一些在冬季容易发生或加重的疾病，在夏季给予针对性的治疗，提高机体的抗病能力，从而使冬季易发生或加重的病症减轻或消失，是中医学“天人合一”的整体观和“未病先防”的疾病预防观的具体运用。

资料来源自网络

东阿阿胶“夏季清心中国行”
推出了一系列夏日阿胶养生秘笈，吸引了年轻人的眼球



东阿阿胶粉＋酸奶
提升双重免疫力



东阿阿胶奶茶杯
清凉又解馋



东阿阿胶+葛根粉
去燥不上火



传统滋补夏日新吃法
受到年轻人欢迎

图片来源自网络



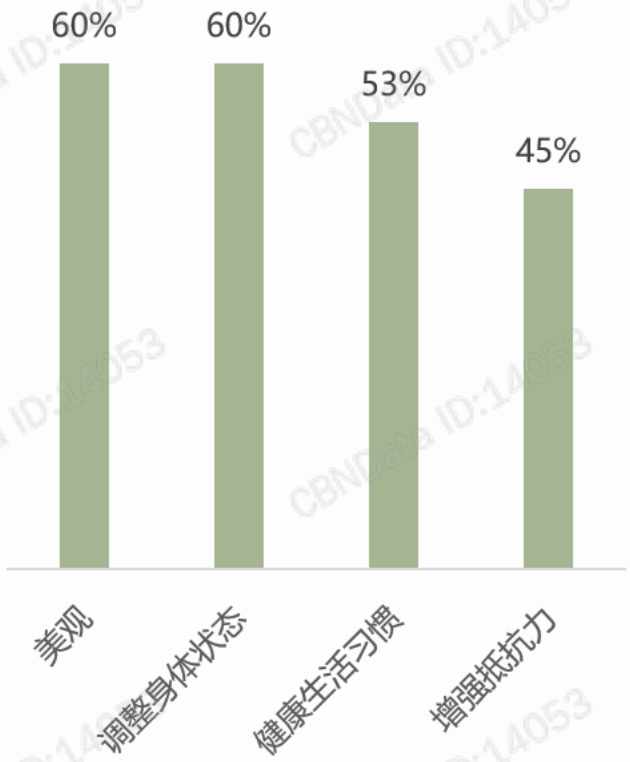
02 运动自律新“食”尚

- 代餐饮食成新宠
- 健身营养更专业

CBNDATA 第一财经商业数据中心
CBNData ID:14053

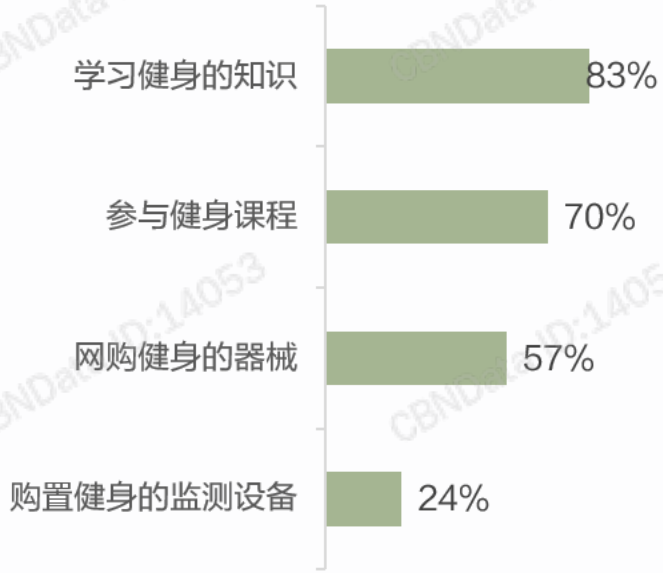
为美观也为身体健康，年轻人运动的觉悟与行动均到位

90后参与运动的目标



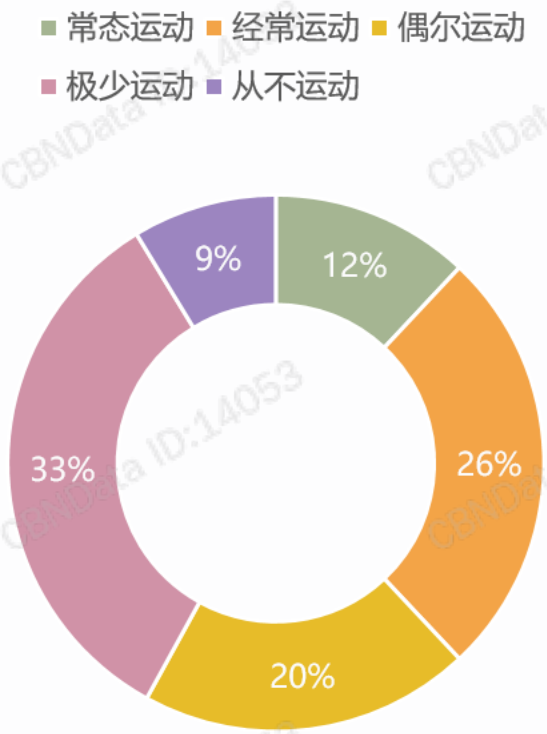
数据来源：易观《90后健康养生消费趋势洞察》

90后为了健身所做的努力



数据来源：2020-CBNData女性品质生活问卷调研，N=1000

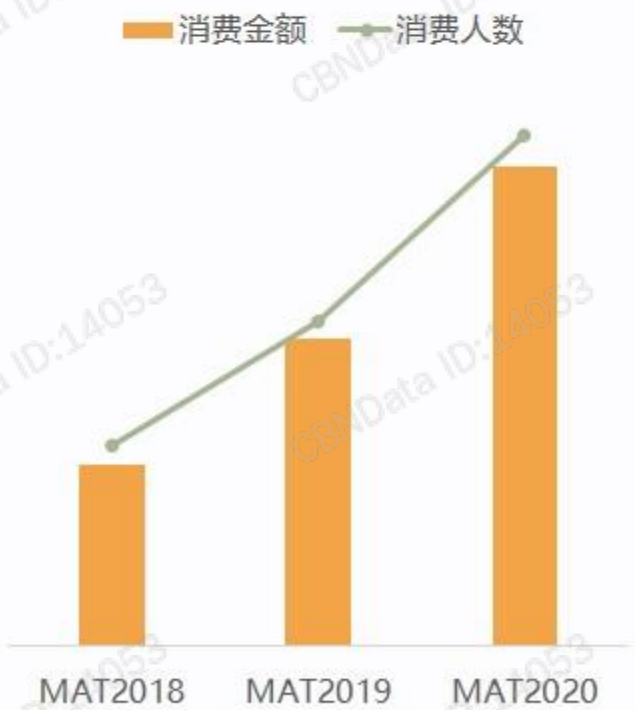
90后参与运动的频率



数据来源：易观《90后健康养生消费趋势洞察》

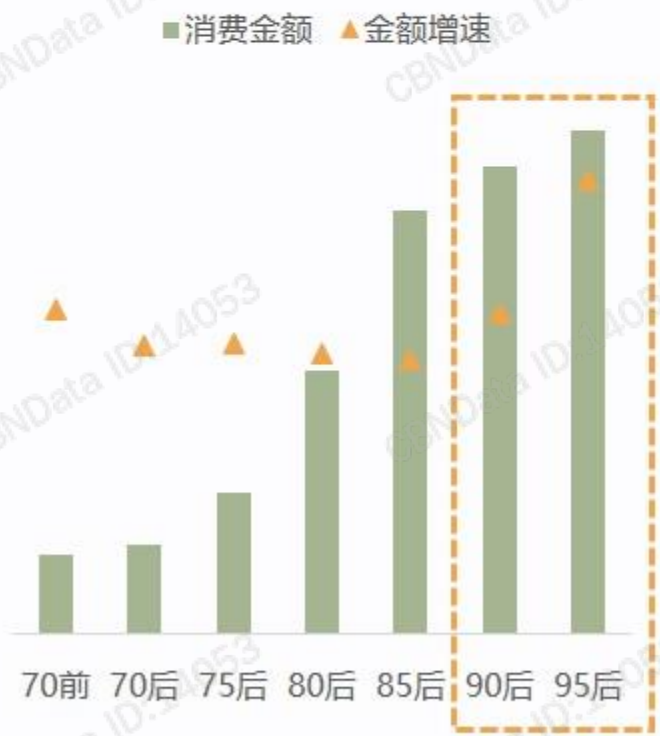
三分练七分吃：线上代餐规模快速扩大，类型丰富多元

MAT2018-MAT2020线上代餐市场消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：2017.4.1-2020.3.31

MAT2020不同城市线级消费者对功能性代餐消费贡献



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：2017.4.1-2020.3.31

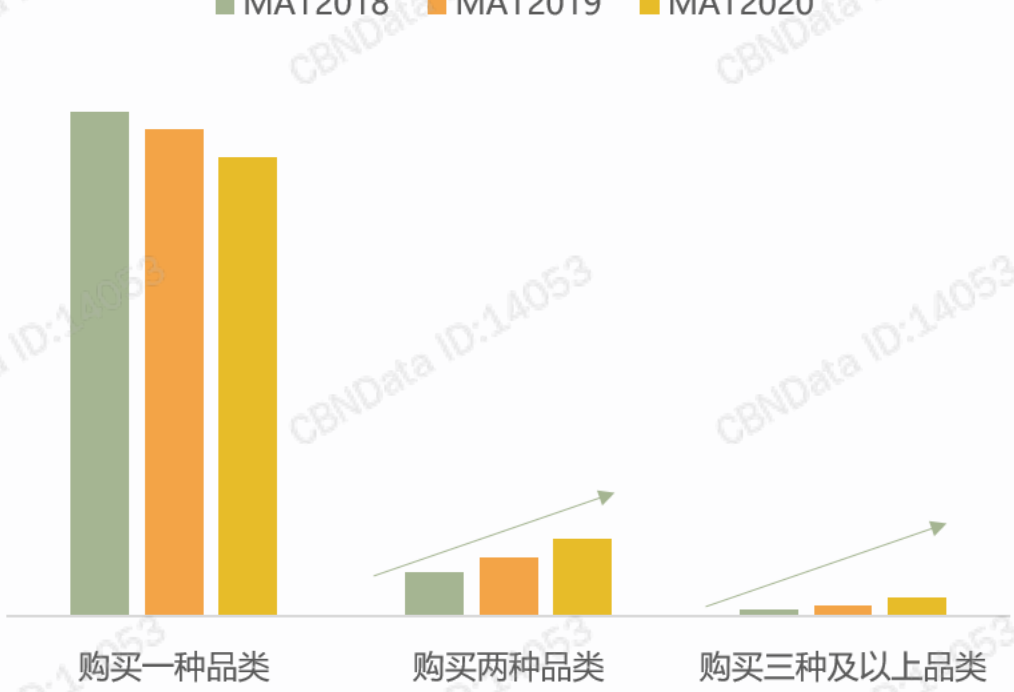
MAT2020线上代餐部分细分品类消费人数对比



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：2017.4.1-2020.3.31；因数据量级差异，麦片缩放为0.3倍，五谷粉缩放为0.5倍

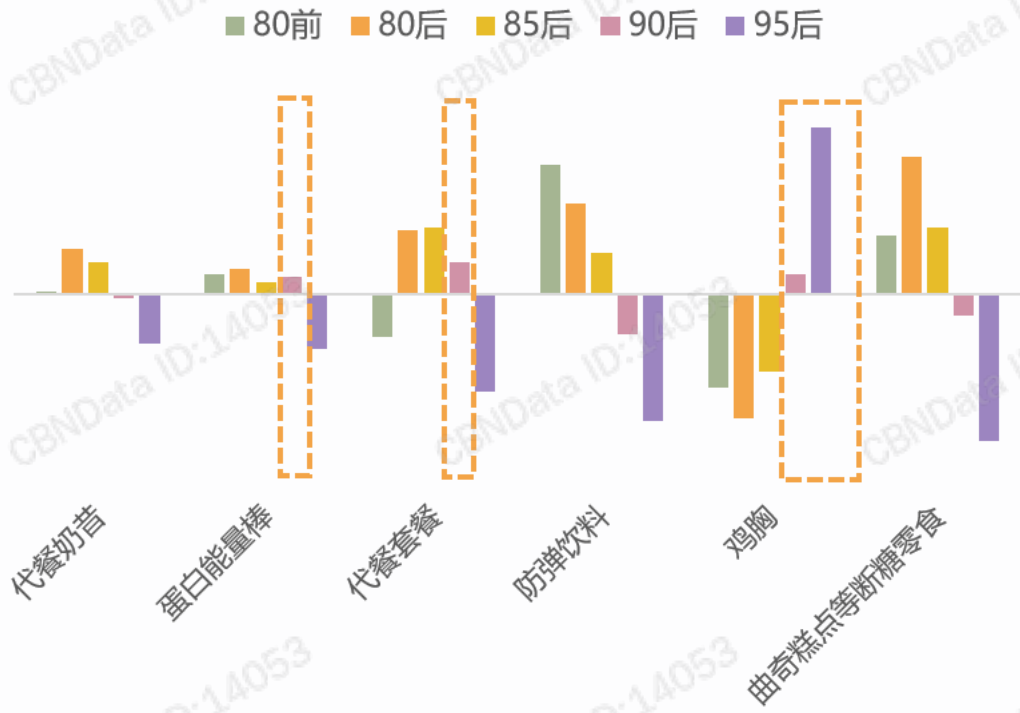
消费者积极尝鲜，蛋白棒、鸡胸等受到年轻人偏爱

MAT2018-MAT2020线上购买功能性代餐品类数量的消费人数占比



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：2017.4.1-2020.3.31

MAT2020线上各代际对功能性代餐品类的消费偏好



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：2017.4.1-2020.3.31

以奶昔为例，丰富口味重塑食用体验，奶茶口味最热门

MAT2020线上代餐奶昔口味消费情况



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：通过商品标题及口味属性圈定；混合口味会分别计算

MAT2020线上各代际消费者对代餐奶昔口味消费偏好



数据来源：CBNData消费大数据

多种功能代餐在口味上不断创新，贴合日常饮食的味觉需求
（下图示例为代餐套餐产品）



图片来源于品牌天猫旗舰店

便携包装击中消费者痛点，瓶装爆发增长

天然粉粉类代餐各包装方式销售规模及增速





SmealNOTO



WonderLab小胖瓶



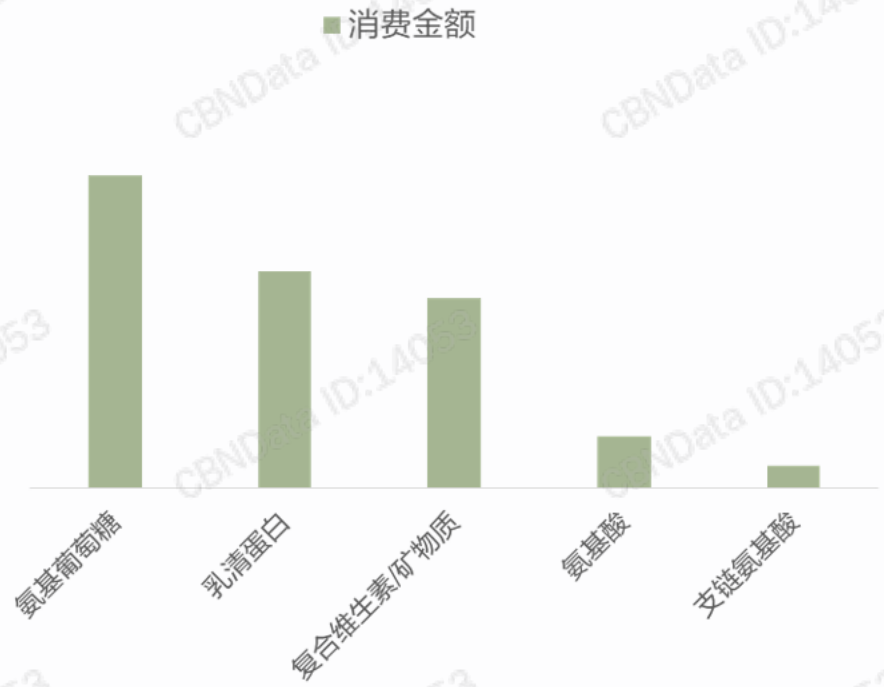
Nana代餐奶昔

数据来源：CBNData《线上代餐消费者洞察趋势报告》

数据说明：数据时间: 20180701 – 20190630;为了更直观地进行对比，瓶装代餐消费规模增速缩小50倍，相对大小保持不变；商品包装方式通过属性值或标题提取，覆盖率为44%。

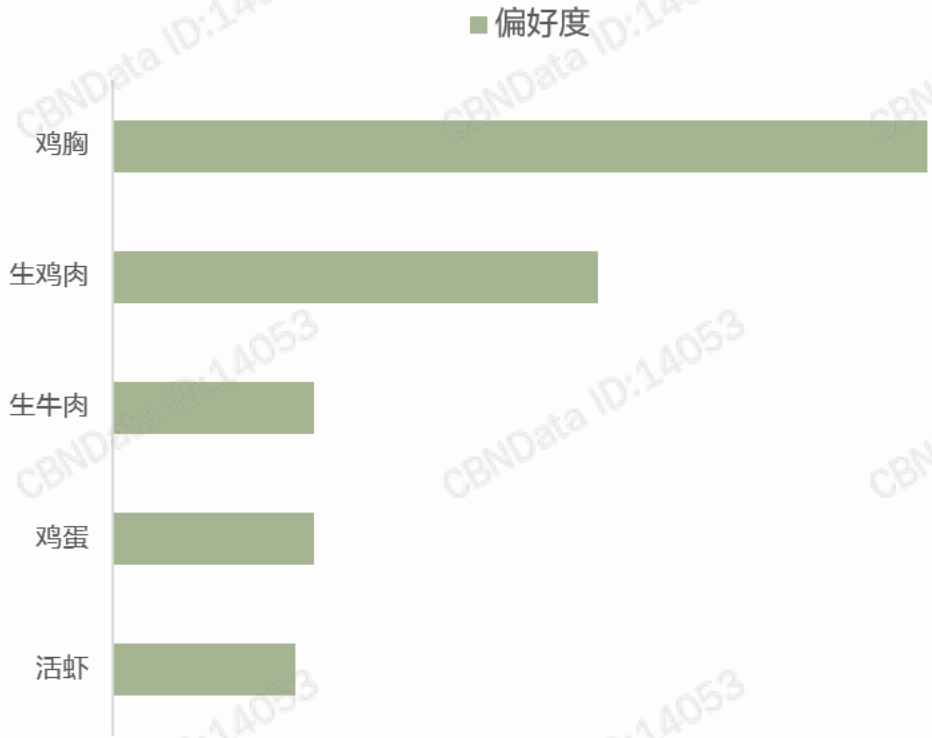
健身更专业，氨糖与乳清蛋白最受青睐

天猫国际
健身一族最爱购买的增肌减脂类保健品TOP5



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：数据时间段为2017.07-2018.06

天猫平台健身一族偏爱的
蛋白类生鲜食材



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：数据时间段为2017.07-2018.06

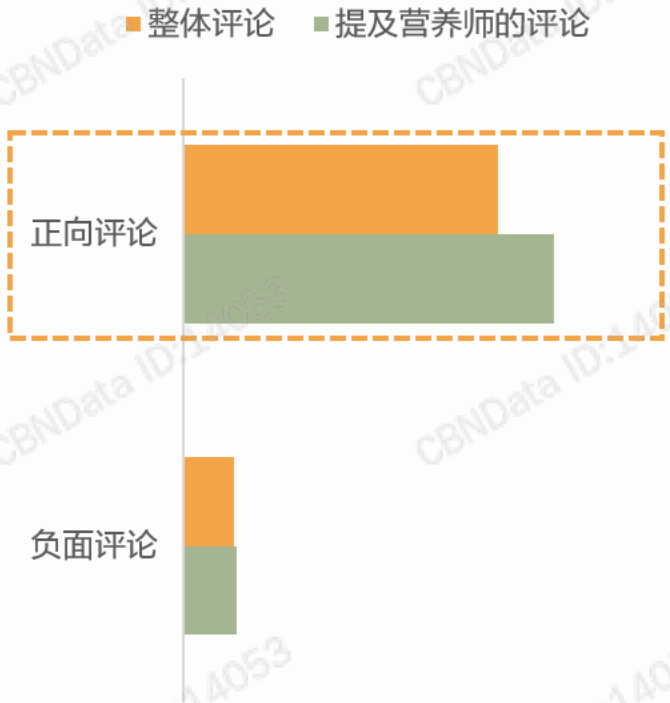
营养规划师受到年轻人的好评

代餐品牌纷纷推出营养师服务



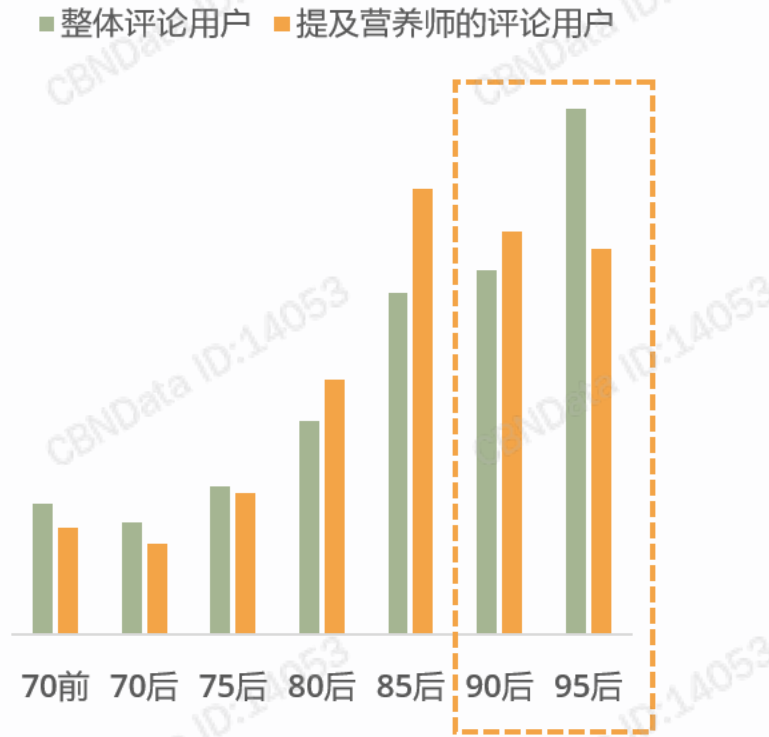
图片来源于品牌天猫旗舰店

MAT2020线上代餐评论中包含“营养师”情感倾向



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020年线上代餐评论中包含“营养师”的用户代际分布



数据来源：CBNData消费大数据



03 妆食同源，吃出颜值

- 年轻人成防脱“代表”
- 美容成分不断“内化”

CBNData ID:14053

年轻人对防脱相关话题最为关注，逐渐成为防脱产品的消费主力

防脱发相关话题搜索PV



数据来源：CBNData《2019“防脱一族”消费洞察报告》

MAT2017-MAT2019
线上防脱发产品不同年龄段消费占比

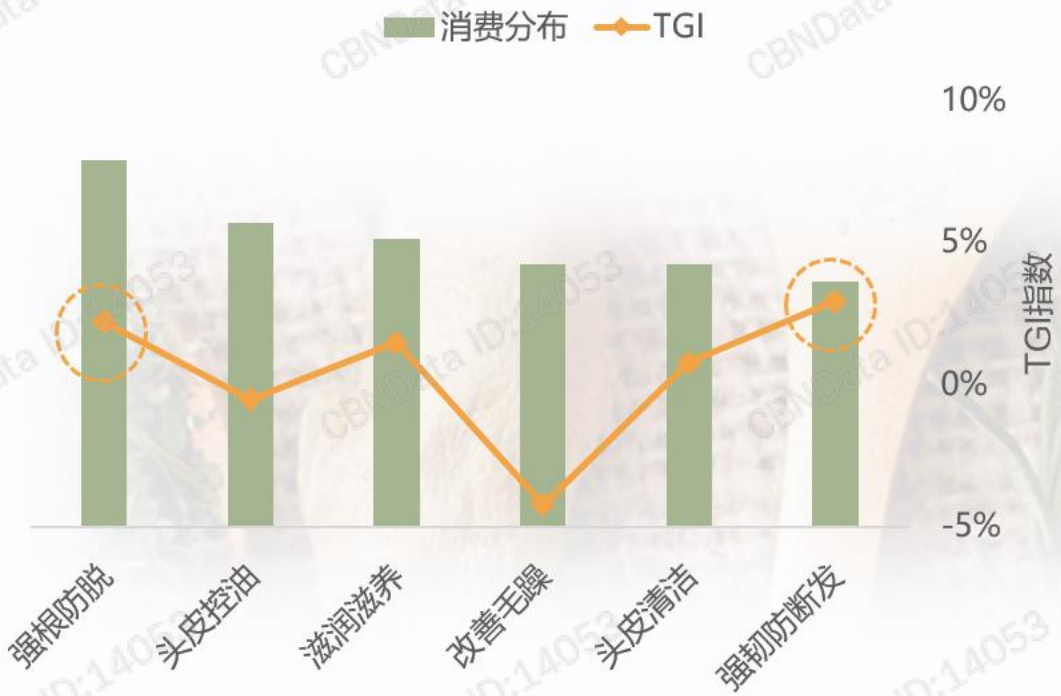


数据来源：CBNData《2019“防脱一族”消费洞察报告》
数据说明：MAT2017指2016年4月-2017年3月；MAT2018指2017年4月-2018年3月；MAT2019指2018年4月-2019年3月

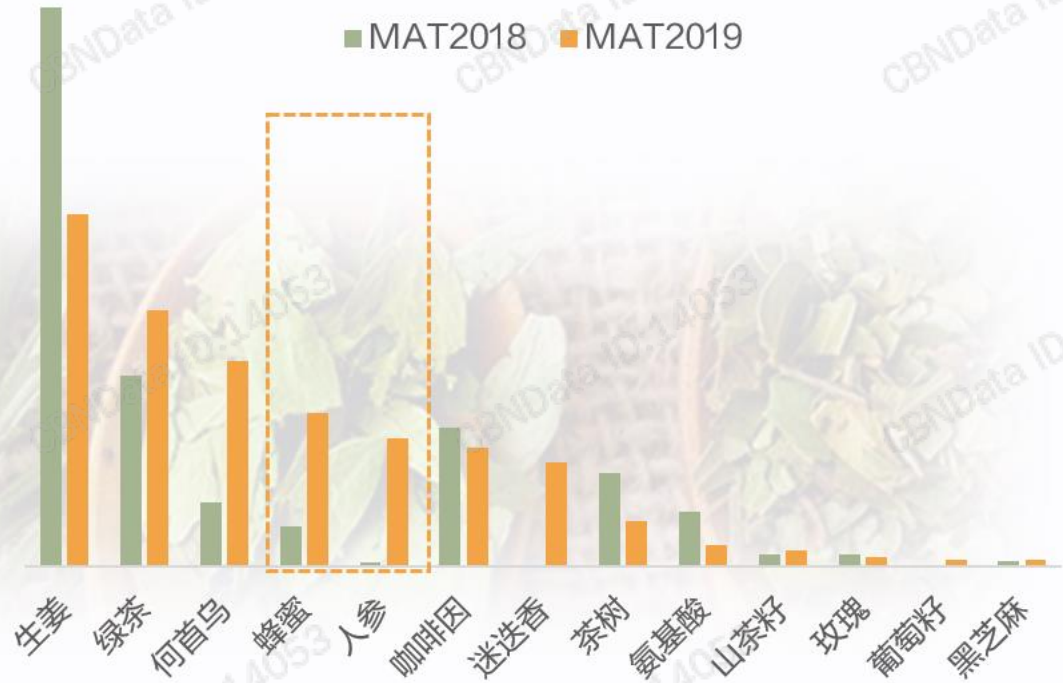
越发青睐草本食品类的成分，绿茶、蜂蜜、人参等热度提升迅速

MAT2019

90/95后线上防脱发基础洗护产品功效偏好



MAT2018-MAT2019 线上防脱洗发水成分消费占比趋势



数据来源：CBNData《2019“防脱一族”消费洞察报告》

数据说明：MAT2017指2016年4月-2017年3月；MAT2018指2017年4月-2018年3月；MAT2019指2018年4月-2019年3月；

由于生姜成分占比较高，考虑图表显示效果，结果以实际情况缩小3倍处理

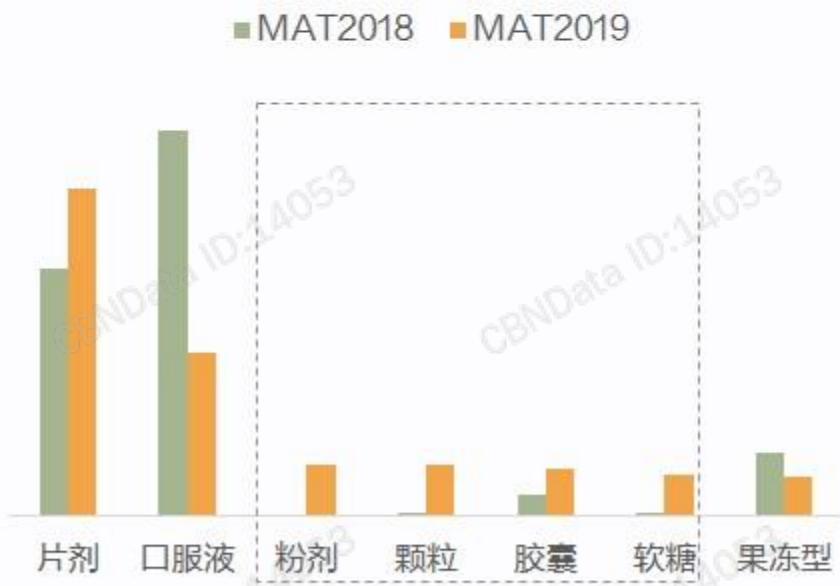
口服防脱消费热度高涨，“花式”剂型深受消费者喜爱

线上进口口服防脱产品剂型越来越丰富，相比传统的片剂和口服液类型，消费者对于新型剂型如粉剂、颗粒、胶囊和软糖等类型的消费热情高涨。

MAT2017-2019天猫国际口服防脱消费和产品数量趋势



MAT2018-2019 天猫国际口服防脱产品剂型消费占比趋势



天猫国际不同剂型口服防代表品牌及产品



Hairburst可嚼爱心防脱发维生素软糖

- 英国护发黑科技，专为讨厌吞服药片的顾客设计，好吃又护发的维生素



拜耳Priorin生发胶囊

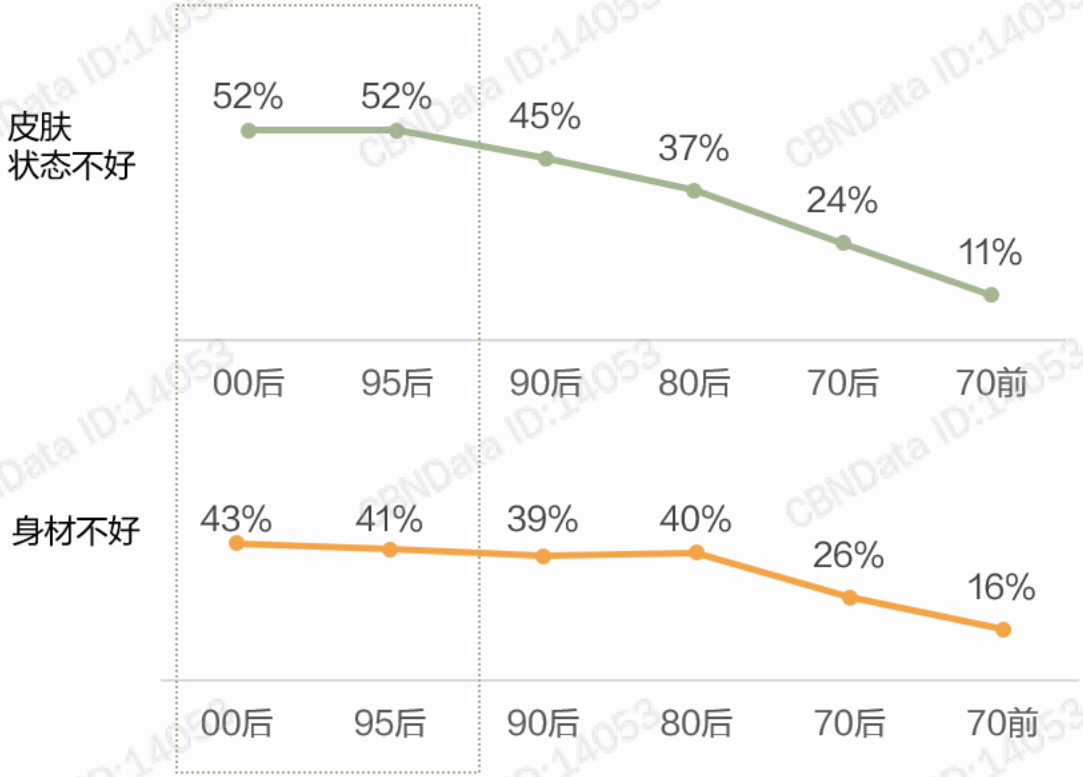
- 产品含有胱氨酸、黍米萃取精华、泛酸钙等天然成分，能有效促进头发生长。

数据来源： CBNData《 2019口服美容消费趋势报告》
MAT2017: 2016.4.1-2017.3.31，MAT2018: 2017.4.1-2018.3.31，MAT2019: 2018.4.1-2019.3.31

数据来源：公开资料整理

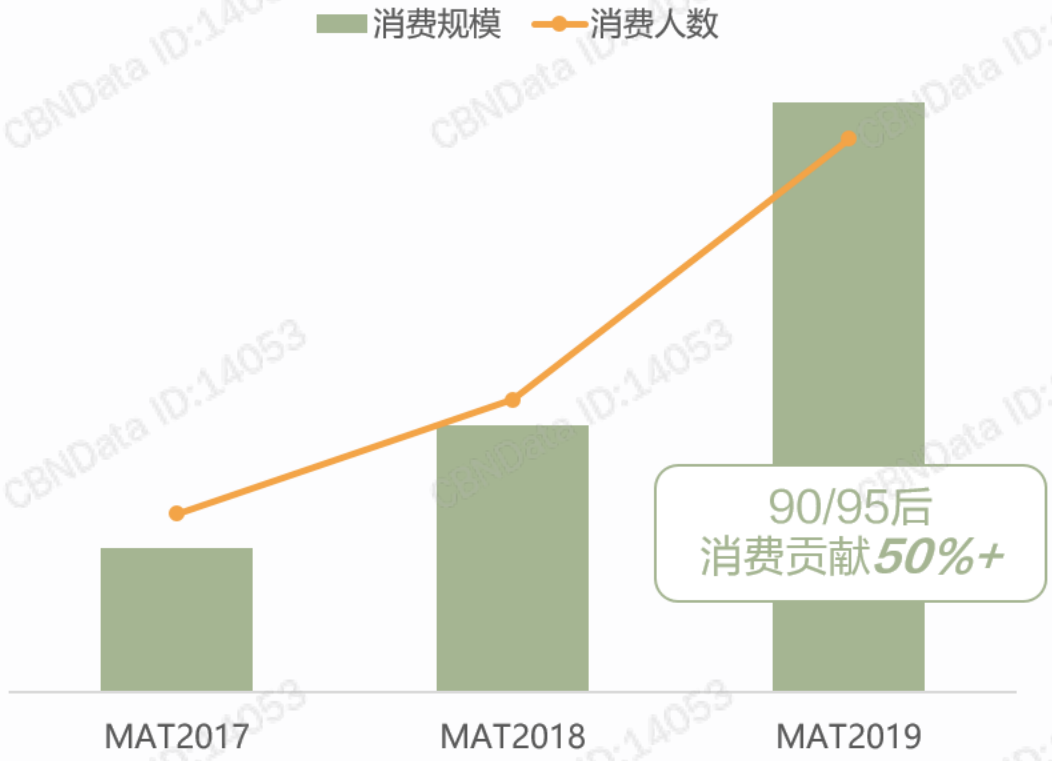
美颜修炼，年轻人成主力军

2019各代际受健康困扰人数占比



数据说明：百分比为受访公众认为自身存在各项健康困扰的人数占比
数据来源：丁香医生:2020国民健康洞察报告

MAT2017-2019线上口服美容消费和人数趋势



数据来源： CBNData《 2019口服美容消费趋势报告 》
MAT2017: 2016.4.1-2017.3.31，MAT2018: 2017.4.1-2018.3.31，MAT2019: 2018.4.1-2019.3.31

热门护肤成分不断“内服化”，口服胶原蛋白最受宠爱

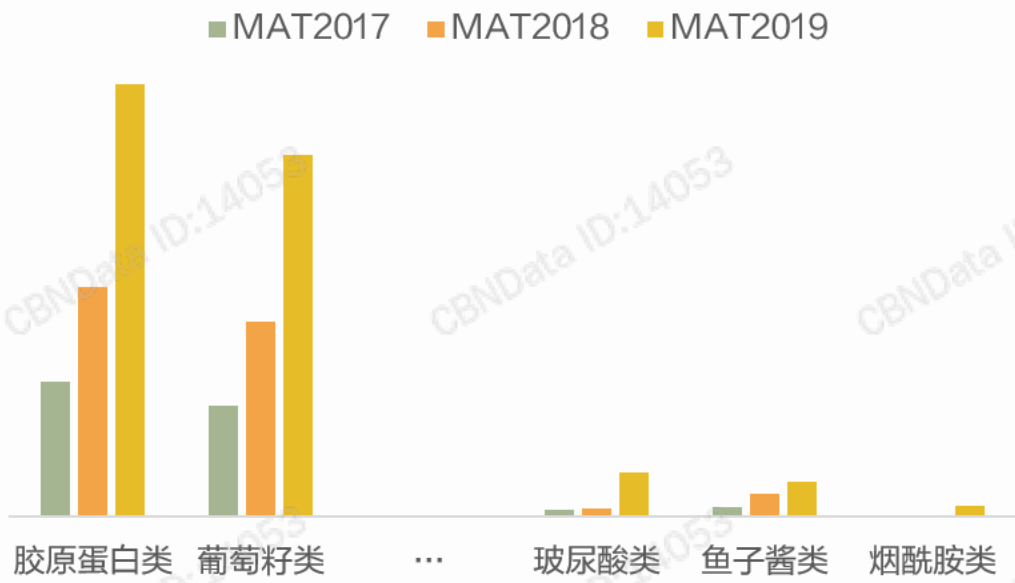
热门美容护肤成分如玻尿酸、烟酰胺、胶原蛋白等，均在口服美容品类中成为主要成分，“内化” 的趋势有目共睹。

天猫国际口服美容主要功能对应的主要成分
(加粗部分为热门美容护肤成分)

补水	**玻尿酸、胜肽、**白藜芦醇
美白	**烟酰胺、维生素C、**葡萄籽、谷胱甘肽
抗老	**胶原蛋白、**花青素

数据说明：排序按照美容护肤品类中不同成分商品的消费规模排序，并计算这些成分在口服美容品类中的消费规模占比
数据来源：CBNData消费大数据

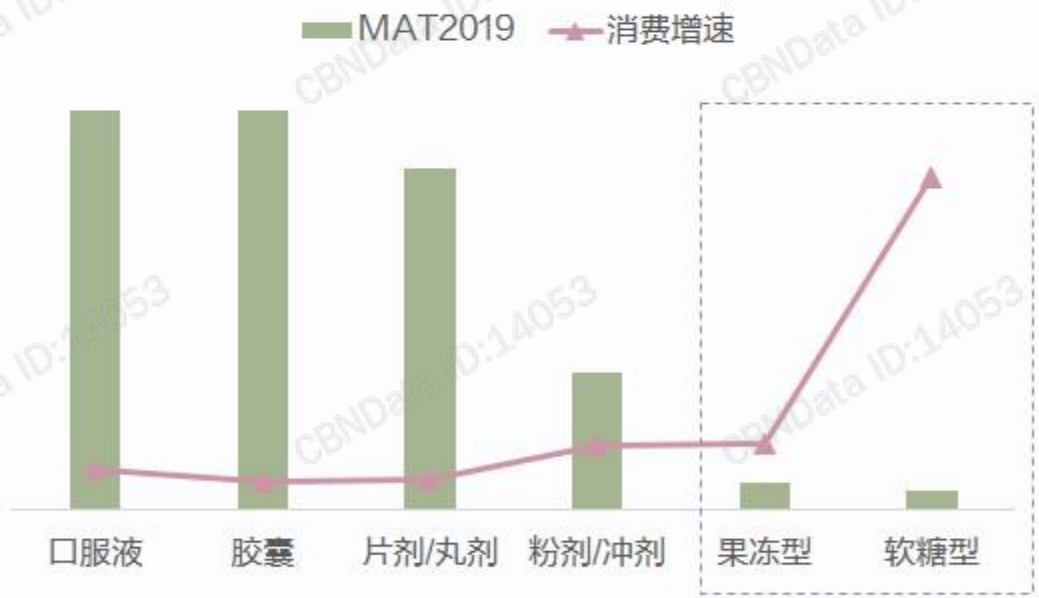
MAT2017-2019天猫国际口服美容
各品类消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

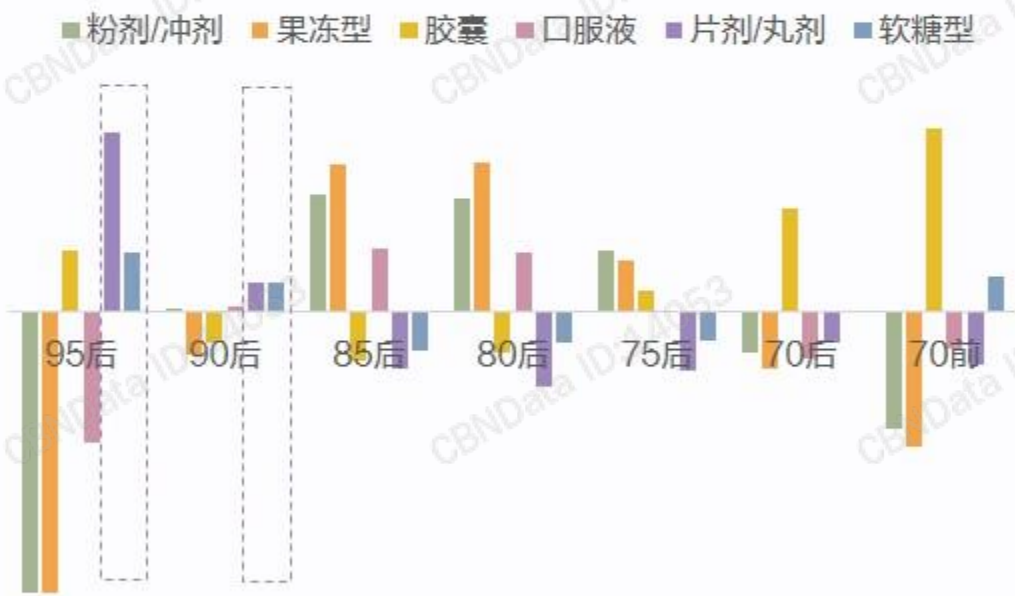
果冻及软糖等“零食化”形态热度提升

MAT2017-2019天猫国际
不同形态口服美容产品消费趋势



数据来源： CBNData《 2019口服美容消费趋势报告 》
数据说明：MAT2017: 2016.4.1-2017.3.31，MAT2018: 2017.4.1-2018.3.31，MAT2019: 2018.4.1-2019.3.31，软糖型在市场上较新，其消费规模较小，因此有做特殊处理，其数据扩大了5倍

MAT2019不同代际消费者对
不同型态口服美容产品的消费偏好



数据来源： CBNData《 2019口服美容消费趋势报告 》
数据说明： MAT2019: 2018.4.1-2019.3.31，偏好度指各代际在各产品形态的消费占比 / 各代际在口服美容整体中的消费占比 - 1；偏好度大于0表示偏好，小于0表示不偏好

“抗氧化”的概念最能吸引年轻人买单

近一年主打“抗糖”的线上进口抗老产品消费增速最高；不同人群对各种抗老概念的偏好不同，90后和95后偏好“抗氧化”，80后和85后偏好“抗糖”，其他代际偏好“抗衰老”。

MAT2019天猫国际
主打各抗老概念的口服美容产品消费增速



数据来源： CBNData《 2019口服美容消费趋势报告 》
数据说明： MAT2019: 2018.4.1-2019.3.31，主打概念指产品标题中含有概念相关的词，若一款产品主打多个概念，则该产品的消费会重复计入所有主打的概念对应的消费

MAT2019天猫国际主打各抗老概念的口服美容产品在各代际中消费偏好



数据来源： CBNData《 2019口服美容消费趋势报告 》
数据说明： MAT2019: 2018.4.1-2019.3.31，偏好度指各代际在各概念抗老产品的消费占比 / 各代际在口服抗老产品整体中的消费占比 - 1；偏好度大于0表示偏好，小于0表示不偏好

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号

CBNData ID:14053