

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

健康生活方式更多元

说数

□ 本期点评 董菲

传统的健康观是“无病即健康”，但随着人们健康意识提升，健康理念正朝着身心综合健康方向发展。从健康消费趋势看，保持家庭环境卫生、注重日常均衡饮食、使用健康管理设备等成为消费者提升健康水平的主要途径。

从卫生健康看，家庭环境卫生对提升身心健康和生活质量至关重要，保持卫生可以防止疾病产生与传播，提升家庭成员的舒适度。数据显示，超75%的消费者关注“保持家庭环境卫生”。同时，玻璃清洁剂、水垢清洁剂、除霉用品、玻璃清洁器、瓷砖清洁剂等家用清洁产品的销售均获得高速增长。

从饮食健康看，消费者更注重均衡营养。摄入适量、多样的营养食品有助于预防营养缺乏或营养不良带来的健康问题，如多吃蔬菜水果、少吃高糖高盐食品等。在营养保健品的选择上，消费者更倾向于选购阿胶浆、石斛花、三七花、黑枸杞等传统滋补养生类食材，以及含氨基酸类、含硒类、含肽类、含维生素类、含铁类等营养品。

从管理健康看，消费者更热衷使用医疗设备。使用医疗设备不仅为消费者提供更安全的健康保障，还能够更科学地帮助消费者管理自身健康。美体护理、伤口敷料、成人尿裤等日常护理护具类产品在线上获得高速增长，睡眠治疗仪、视力保护器械、止鼾器、血氧仪等家用器械类产品的销售同比增幅较高。

总体来看，人们对身心健康的重视程度越来越高，也愿意尝试采取一些更为积极的行动来守护健康。这对健康产业的发展既是机遇也是挑战，相关企业在研发和推广相关产品时，应更加注重保障产品质量，追求更能满足需求的功效型产品，在产品健康化上下功夫，不断创新产品形态，进一步释放健康消费需求。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

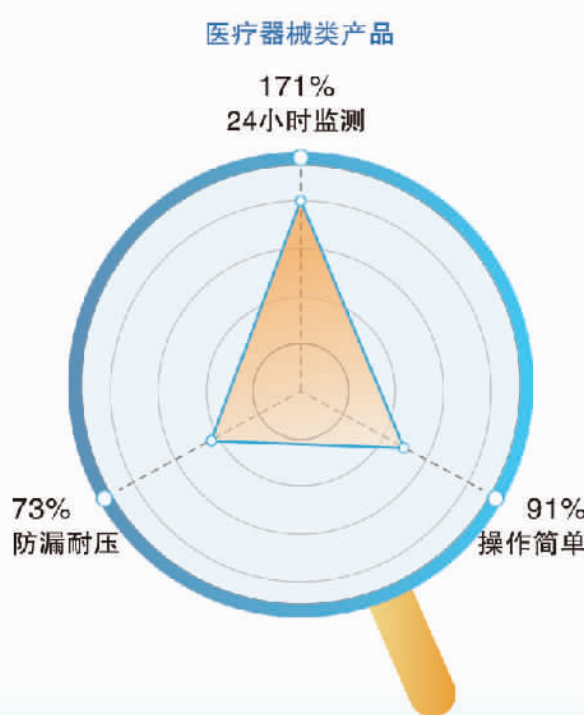


随着消费者健康观念持续升级，越来越多健康产品及服务走进日常生活。例如，消费者在饮食上热衷均衡摄入营养物质，身体上追求科学运动，家庭环境上注重保持良好的卫生习惯等。建议企业研发产品时，注重产品健康属性，根据不同场景打造个性化、差异化产品，满足不同群体的消费需求。

消费者对不同健康产品的关注点不尽相同，对卫生产品更关注使用效果，对营养保健品更关注产品品质……建议企业针对不同品类分别收集消费者意见，根据反馈意见有针对性调整产品升级方向，并提升服务理念，进一步契合消费需求，提升消费者使用体验。

2 消费者特征

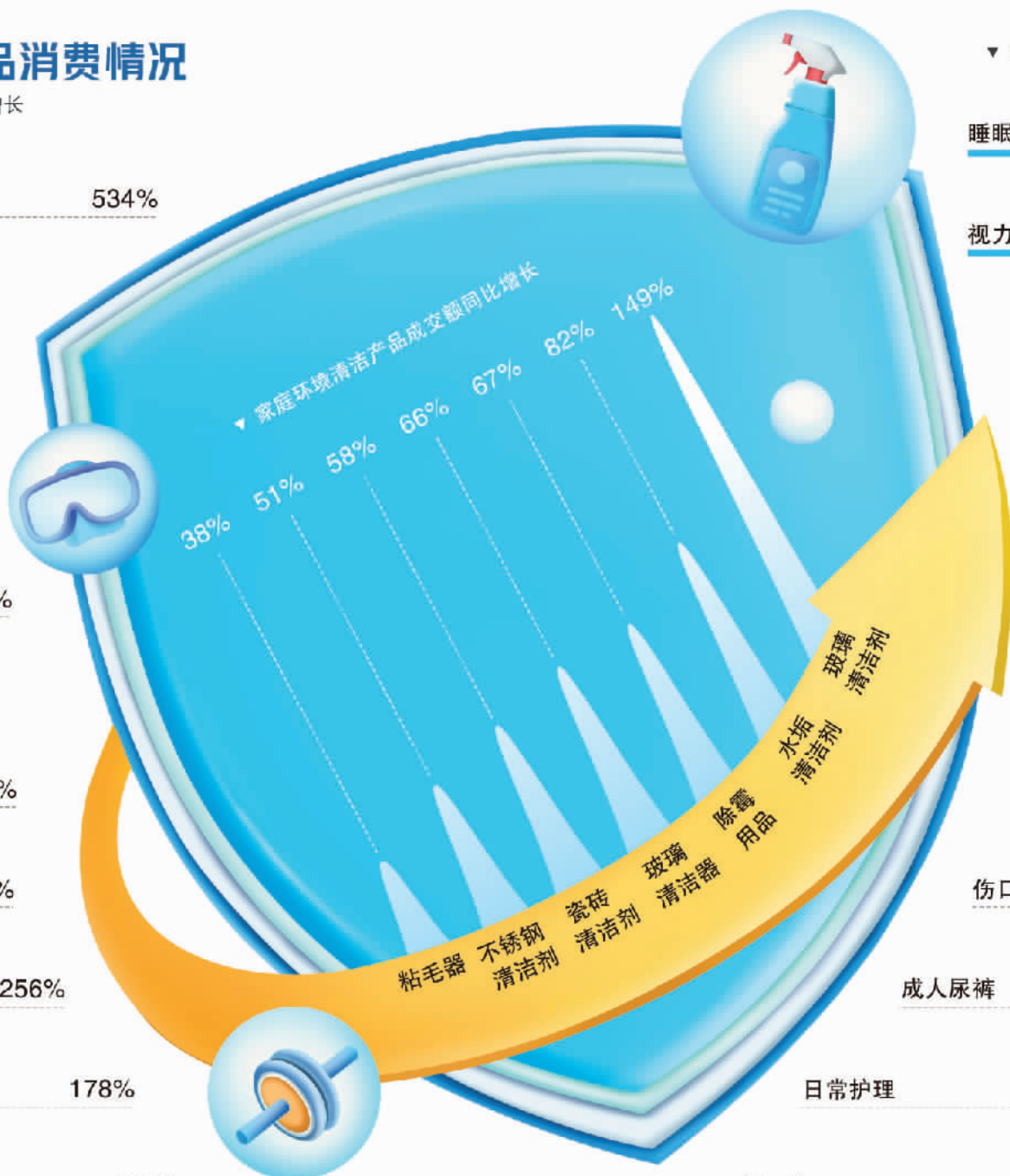
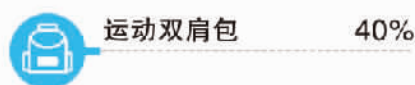
消费者对各类产品的关注点关注度环比提升



1 健康清洁类产品消费情况

户外运动健身类产品成交额同比增长

户外装备



医疗健康设备类产品成交额同比增长

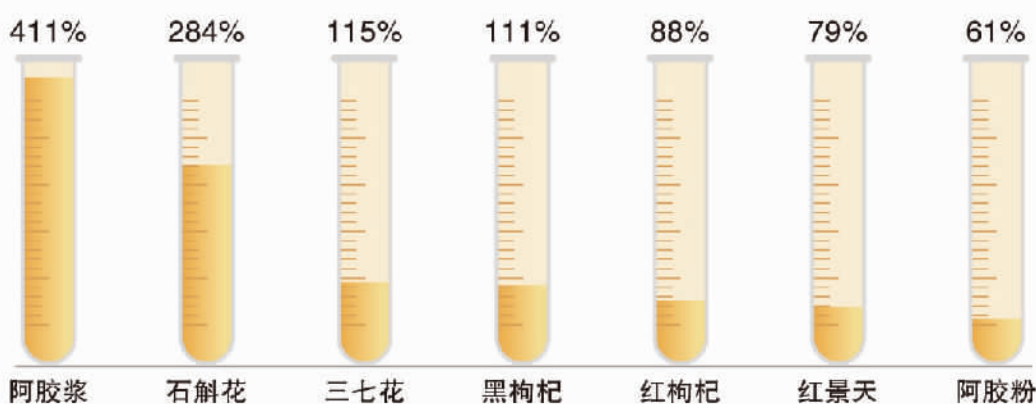


护理护具

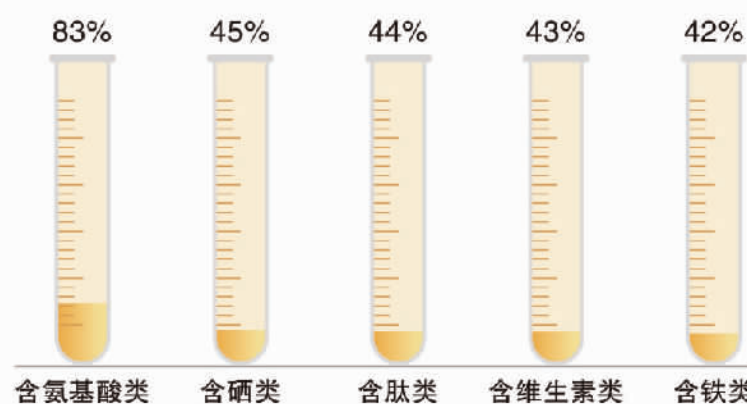


滋补及保健饮食类产品成交额同比增长

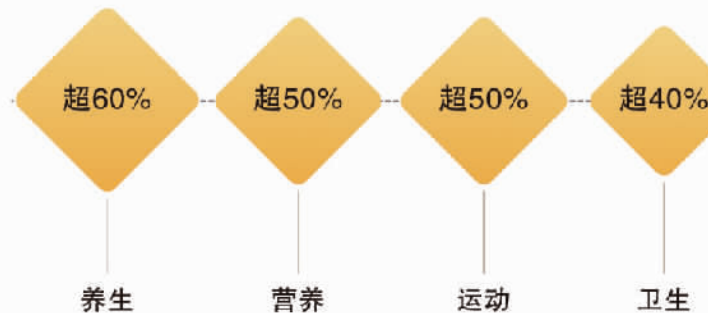
传统滋补养生产品



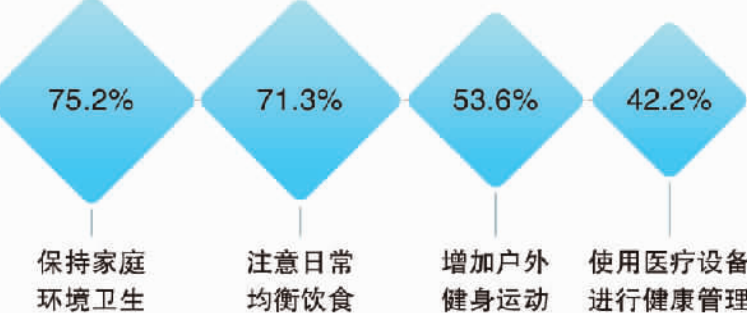
营养品



健康关键词搜索量同比增长

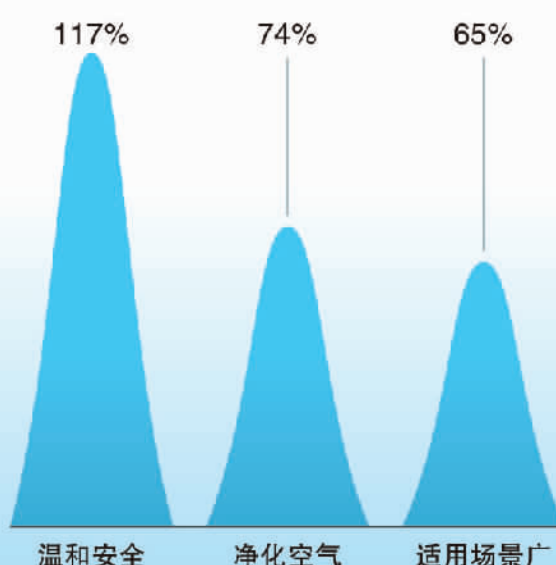


消费者选择提升健康水平的主要途径(多选)

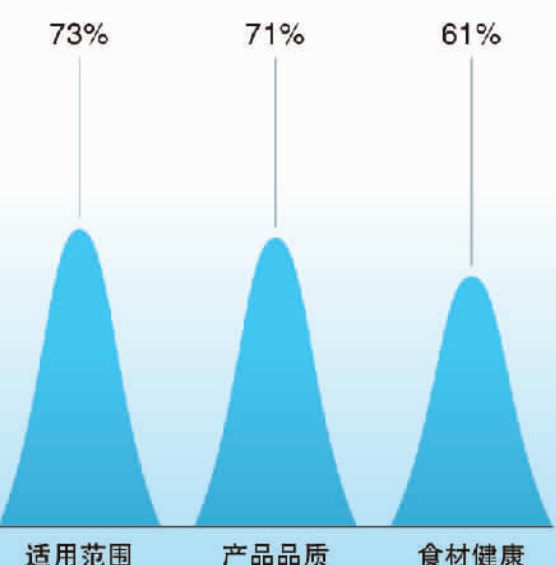


消费者对各类产品的关注点关注度环比提升

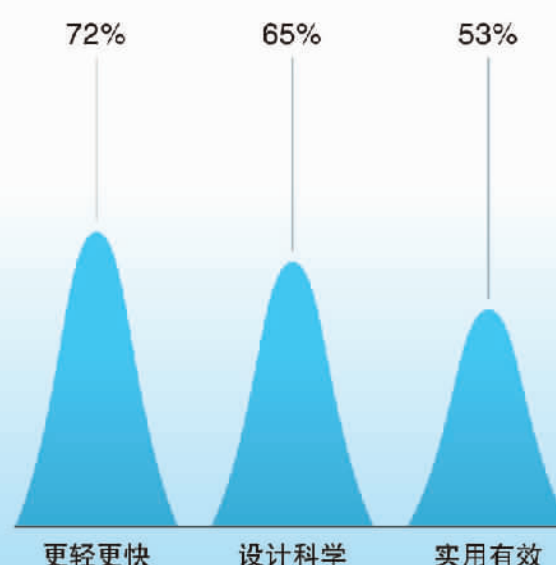
家庭清洁类产品



营养保健类产品



运动健身类产品



更多内容 扫码观看

数据周期: 2023年6月21日至7月2日