

天猫

年轻人

保健品

2020年轻人线上 保健品消费态度洞察

CBNDATA

第一财经商业数据中心

Jamieson[™]
NATURAL SOURCES
Since 1922

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.





TABLE
OF
CONTENTS
目录



第一部分：
线上保健品消费概述

- 1.1 线上保健品消费愈发火热
- 1.2 “焦虑”的年轻一代成为主要推动力

第二部分：
年轻人线上保健品消费态度洞察

- 2.1 拒绝跟风，专业精准“补充一点”
- 2.2 拒绝拖延，随时随地“补充一点”
- 2.3 拒绝刻板，有趣前卫“补充一点”

1

2

PART ONE

线上保健品 消费概述



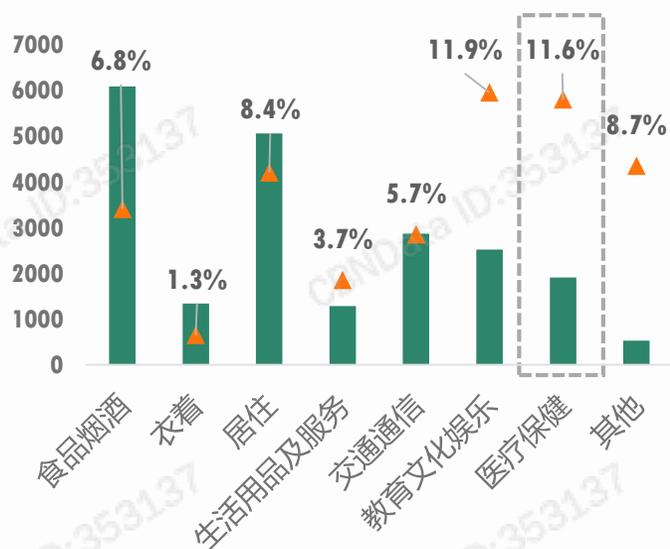
如火如荼，线上保健品消费愈发火热

随着国民对健康的诉求不断提高，民众在医疗保健上的支出快速提升。在此大环境下，线上保健品行业消费规模逐年扩大。特别是在今年二季度中国步入“后疫情”时代，国民对健康的进一步关注推动了保健品的“报复性消费”。

2019年全国居民不同类型

人均消费支出

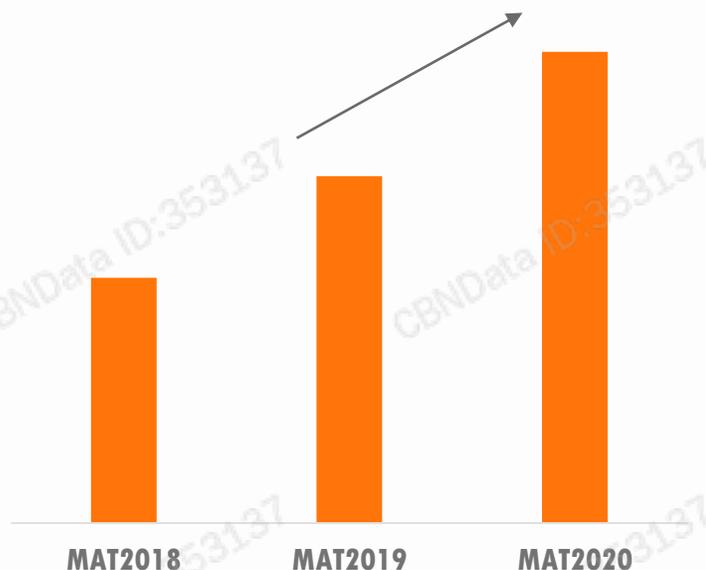
■ 消费支出 (元) ▲ 同比增速



数据来源：国家统计局

天猫保健品三年消费趋势

■ 消费金额

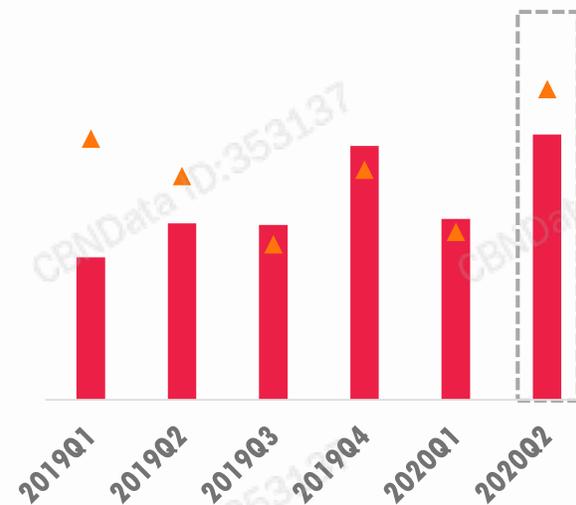


数据来源：CBNDATA消费大数据
 数据说明：保健品包含为“传统滋补营养品”和“保健食品/膳食营养补充食品”两大类，后文定义相同

大数据·全洞察

天猫保健品两年季度消费趋势

■ 消费金额 ▲ 环比增速

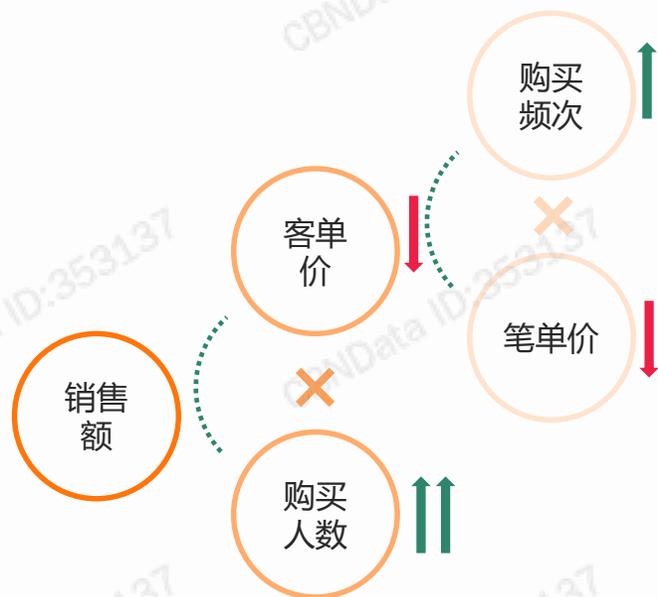


数据来源：CBNDATA消费大数据

“焦虑”的年轻一代成为线上保健品消费增长的推动力

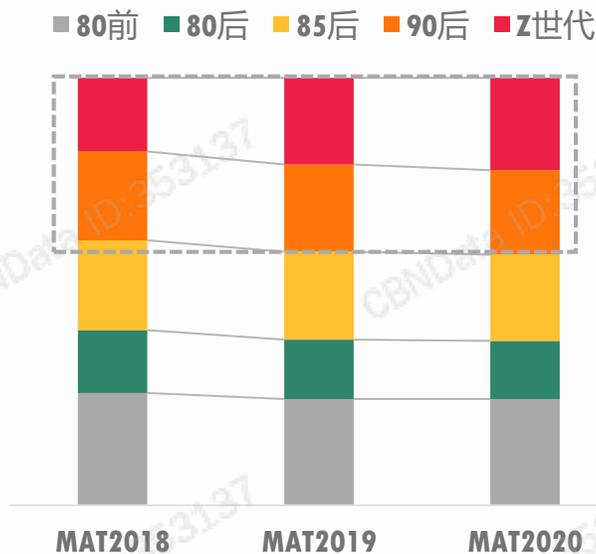
购买人数的增加是线上保健品行业增长的主要驱动因素。消费人数占比持续增长的90后和Z世代是核心驱动人群，他们作为年轻一代对健康的期望值很高但健康自评分数明显低于其他代际，成了当下最焦虑自身健康状况的群体。

MAT2020天猫保健品行业的驱动因素分析



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：MAT2020即2019.07-2020.06,后文定义相同

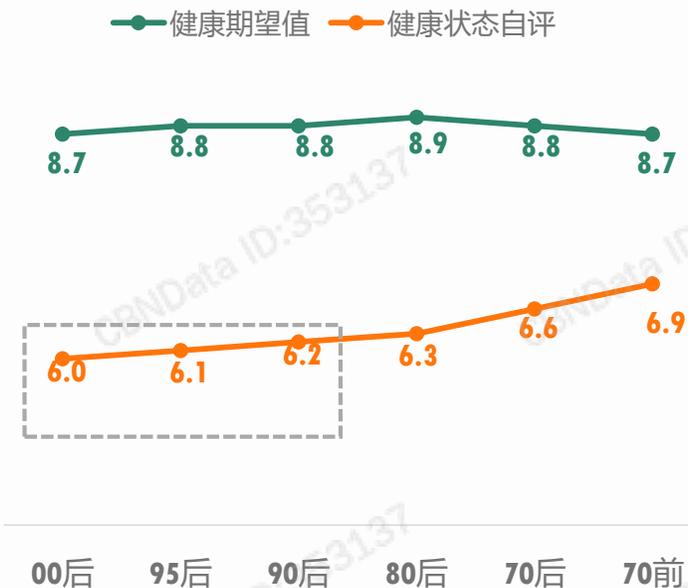
MAT2018-2020天猫保健品不同代际消费人数占比



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：MAT2019即2018.07-2019.06, MAT2018即2017.07-2018.06,后文定义相同

大数据·全洞察

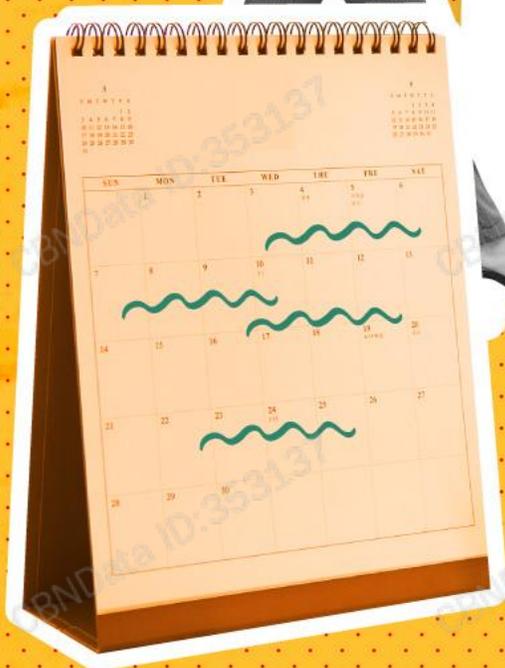
2020不同年龄人群的健康自评得分



数据来源：丁香医生《2020国民健康洞察报告》

PART TWO

年轻人线上保健品 消费态度洞察



PART TWO 年轻人养生“新”态度

对健康的“焦虑”促使年轻人的养生意识不断增强，如何能更好地“补充一点”营养？这个问题时常牵挂着年轻人的心，在探索答案的过程中，他们的保健品消费态度也正经历着改变：

1. 拒绝跟风，精准、专业“补充一点”

2. 拒绝拖延，随时、随地“补充一点”

3. 拒绝刻板，有趣、前卫“补充一点”

