

健康自有品牌食品开发要点

摘要

在全球健康问题、食品安全问题和环境压力的推动下，因为不健康的生活方式导致的健康问题已成为影响国家经济社会发展的重大公共卫生问题。同时，对健康影响的关注已经成为消费者购买行为考虑的重要因素之一。

本报告从零售企业开发健康自有品牌食品过程中对产品原材料、成分、代工厂选择、商品经营策略等主要方面需要关注的要点进行说明，并收集了部分国内外企业开发健康的自有品牌食品案例，为零售企业开发健康自有品牌提供参考。

感谢天虹商场股份有限公司、康成投资（中国）有限公司、福建冠业投资发展有限公司、北京宏开浩远投资咨询有限公司、通标标准技术服务（上海）有限公司、上海麦宝食品有限公司参与编写。

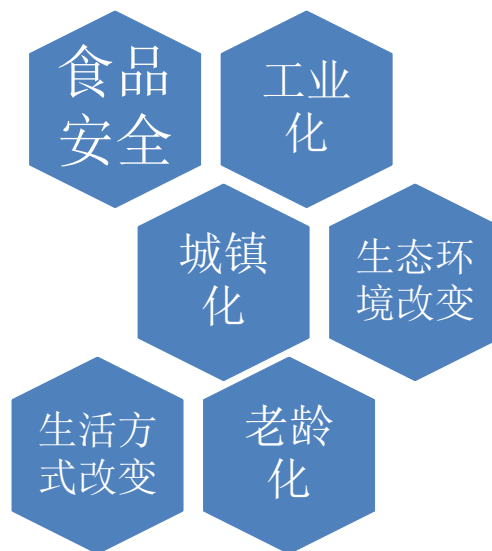
目 录

一、市场机会	1
二、健康自有品牌食品开发要点	4
三、健康自有品牌食品的经营策略	10
参考资料	15

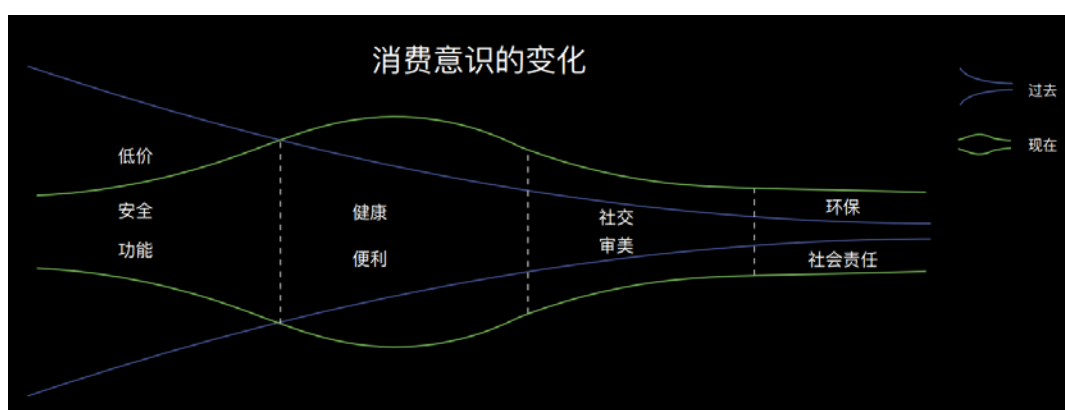
一、市场机会

（一）消费者意识的提升，健康已成为重大公共卫生问题

在全球健康问题、食品安全问题和环境压力的推动下，消费者的生活方式、生态环境、食品安全状况等对健康的影响逐步显现，因此导致的健康问题正在成为影响国家经济、社会发展的重大公共卫生问题。同时，消费者以价格导向为主的消费驱动因素正在逐渐转向关注健康、便利，健康食品在改善国民健康水平、减少慢性病方面的价值将凸显。



零售企业通过开发健康自有品牌食品，倡导健康的饮食和生活方式的场景，有利于实现企业商品差异化，提升消费者意识的提升。便利和健康正在成为消费者购买决策的关注重点。

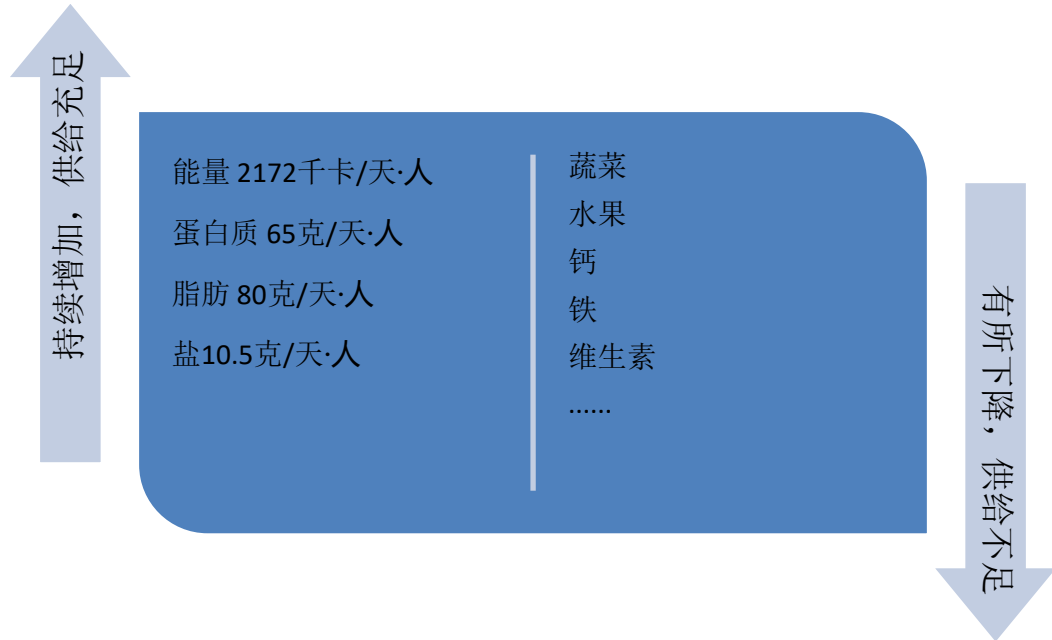


（二）中国居民膳食能量供给充足，营养状况总体改善，但也产生了新的问题

中国居民膳食能量供给充足，体格发育与营养状况总体改善。2012年居民每人每天平均能量摄入量为2172千卡，蛋白质摄入量为65克，脂肪摄入量为80克，碳水化合物摄入量为301克，三大营养素供能充足，能量需要得到满足，但因膳食结果不合理，也引发新的健康问题。

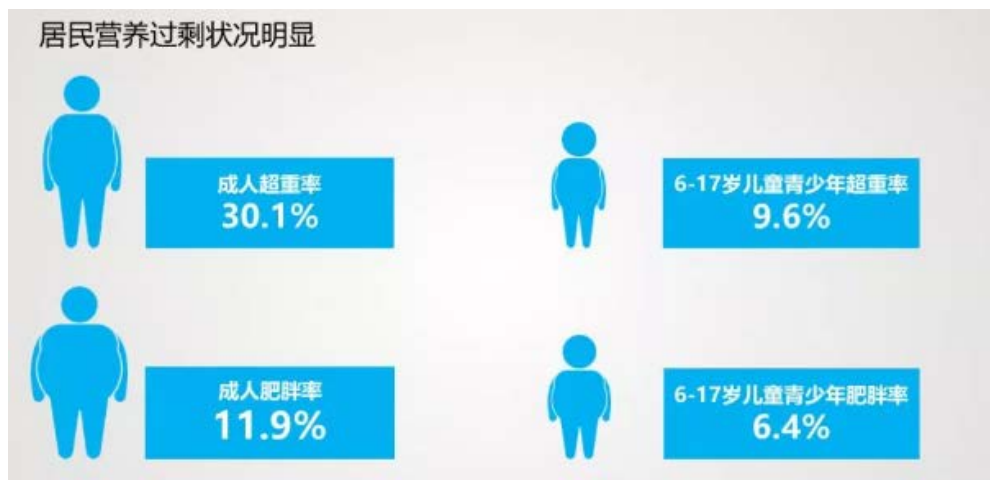
1. 营养摄入不均衡

脂肪摄入量过多，平均膳食脂肪供能比超过30%。蔬菜、水果摄入量略有下降，钙、铁、维生素A、D等部分营养素缺乏依然存在。2012年居民平均每天烹调用盐10.5克，远超过我国健康膳食成年人6克/人的建议用量。



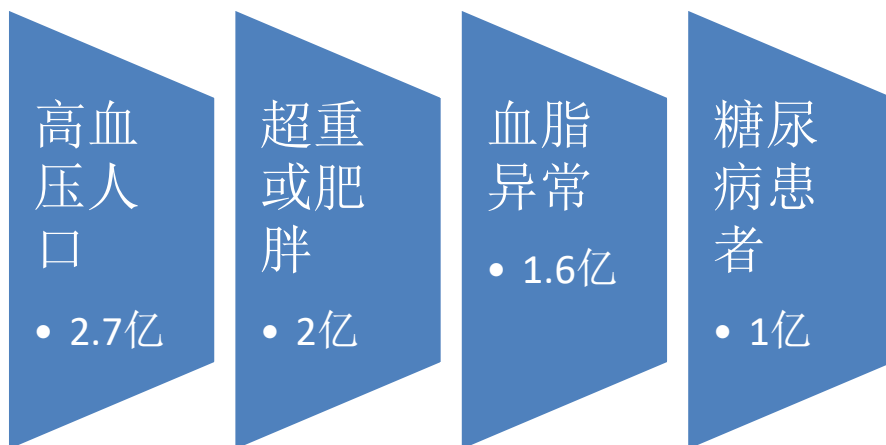
2. 肥胖率快速上升

全国18岁及以上成人超重率为30.1%，肥胖率为11.9%，6-17岁儿童青少年超重率为9.6%，肥胖率为6.4%



3. 慢性病防控面临巨大挑战

2012年全国18岁及以上成人高血压患病率为25.2%，糖尿病患病率为9.7%，患病率呈上升趋势，慢性病与日常生活方式及营养摄入存在密切关系。



(三) 老龄化带来的挑战

按国际通行标准,60岁以上的老年人口或65岁以上的老年人口在总人口中的比例超过10%和7%,即可看作是达到了人口老龄化。根据2016年统计数据,中国65岁以上老年人占比达到10.8%,预计到2030年该比例将迅速拉升到24.4%。老龄化已经成为全球性的挑战。

不断延长的寿命预期和快速增长的高龄老人正在创造新的消费需求。

	% of 65+ 到达年份			% of 65+增加相应幅度所需年份		
	7%	10%	14%	7%-10%	10-14%	7-14%
中国	2001	2015	2024	14	9	23
日本	1970	1985	1994	15	9	24
英国	1930	1950	1975	20	25	45
瑞士	1935	1960	1985	25	25	50
美国	1945	1975	2010	30	35	65
法国	1865	1940	1980	75	40	115

(四) 自有品牌食品现状及健康自有品牌食品的机会

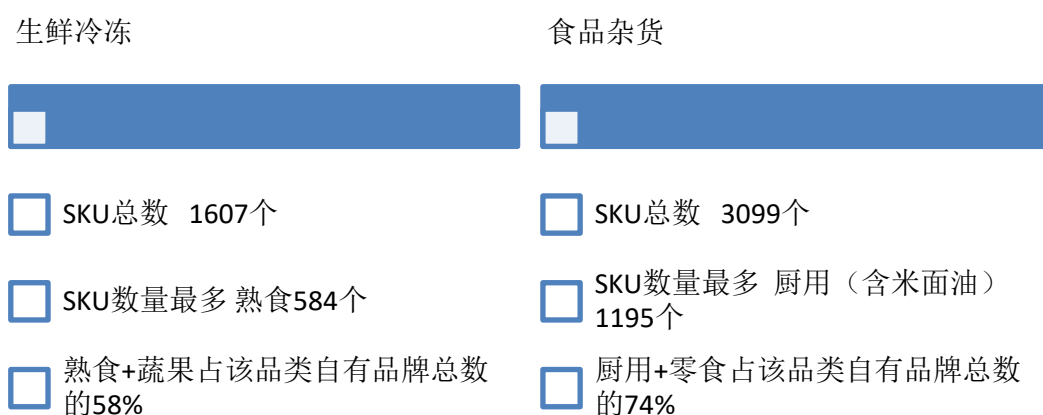


健康自有品牌食品发展方向

- 健康饮食的理念
- 健康食品的组织与开发
- 健康信息的传播
- 健康生活方式的打造与引导

过去十年间，我国居民粮谷类和总蛋白摄入量稳定，优质蛋白摄入量有所增加，但豆类和奶类消费量依然偏低，脂肪摄入量过多，蔬菜、水果摄入量略有小降，钙、铁、维生素A、D等部分营养素缺乏依然存在，生活方式及健康食品在改善居民健康水平、减少慢性病方面的价值将凸显。

根据CCFA2018年对20家主要零售商食品类自有品牌抽样调查，除一家区域性企业外，19家企业销售有自有品牌食品，且全部覆盖了食品杂货分类，约50%的企业有生鲜、冷冻品类的自有品牌食品。



健康自有品牌食品进入健康的饮食和生活方式场景，更有利于实现企业商品差异化，打造核心竞争力。

二、健康自有品牌食品开发要点

(一) 食品原材料具备健康属性

1. 符合《GB19630.1-4-2011》标准的有机食品。扩大并开发有机认证的商品品类，如粮食、蔬菜、水果、奶制品、禽畜产品、水产品、调料等。

案例：日本罗森自有品牌商品中广泛设计的有机食品

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38461

