

2024年一季度 市场与消费洞察

宋印 2024年3月



目录

01 / 市场与宏观经济

02 / 消费洞察与趋势

03 / 产品&终端产品

04 / 客户关注及动态

05 / 结语

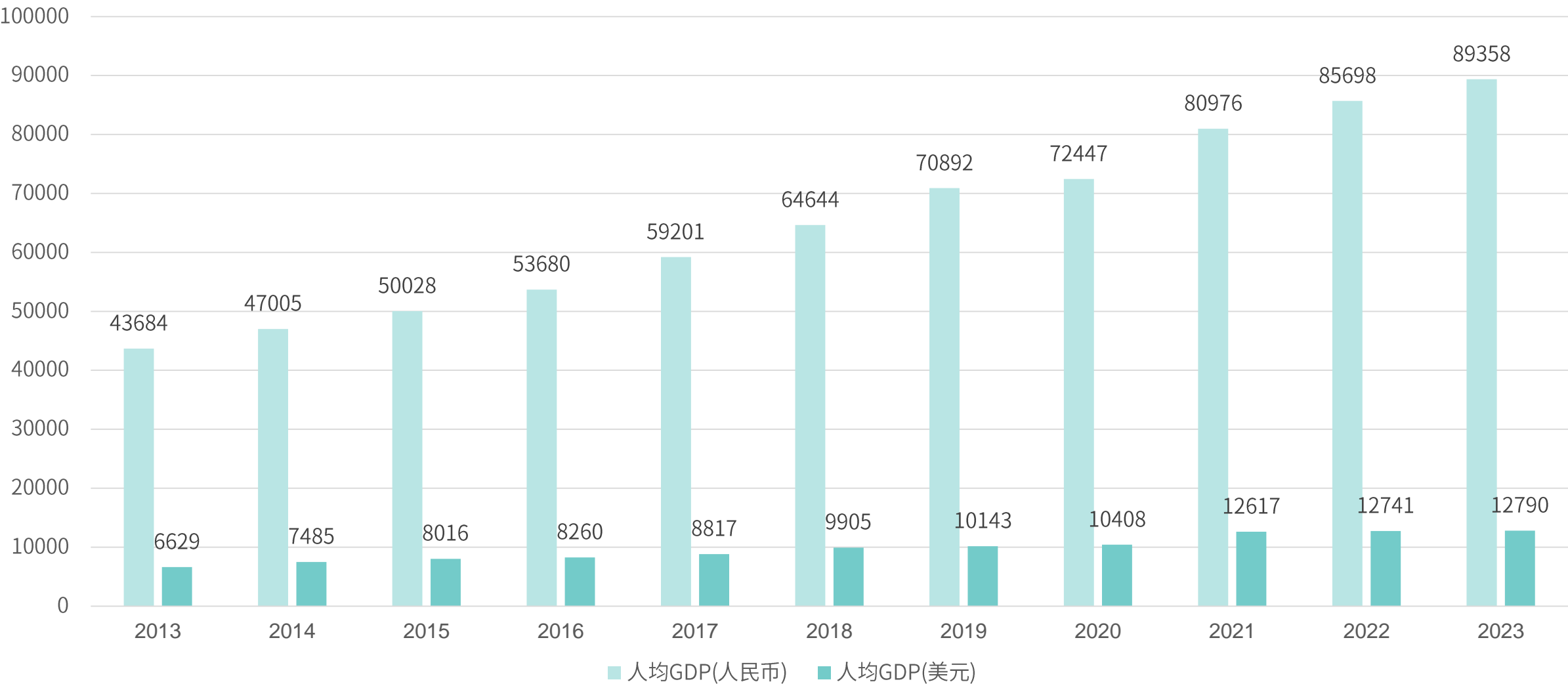




市场与宏观经济



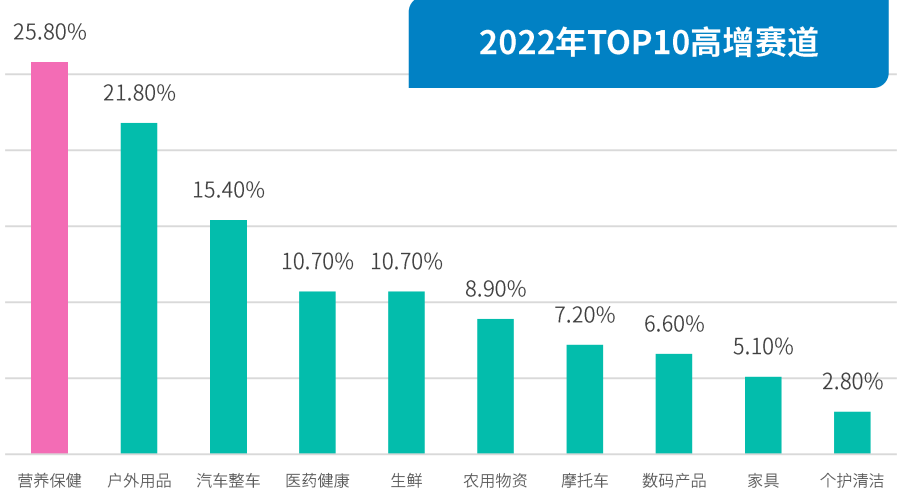
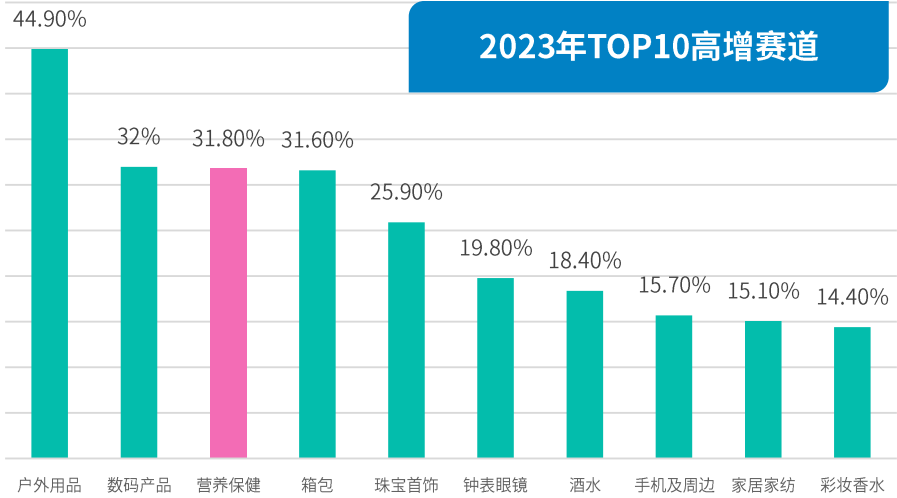
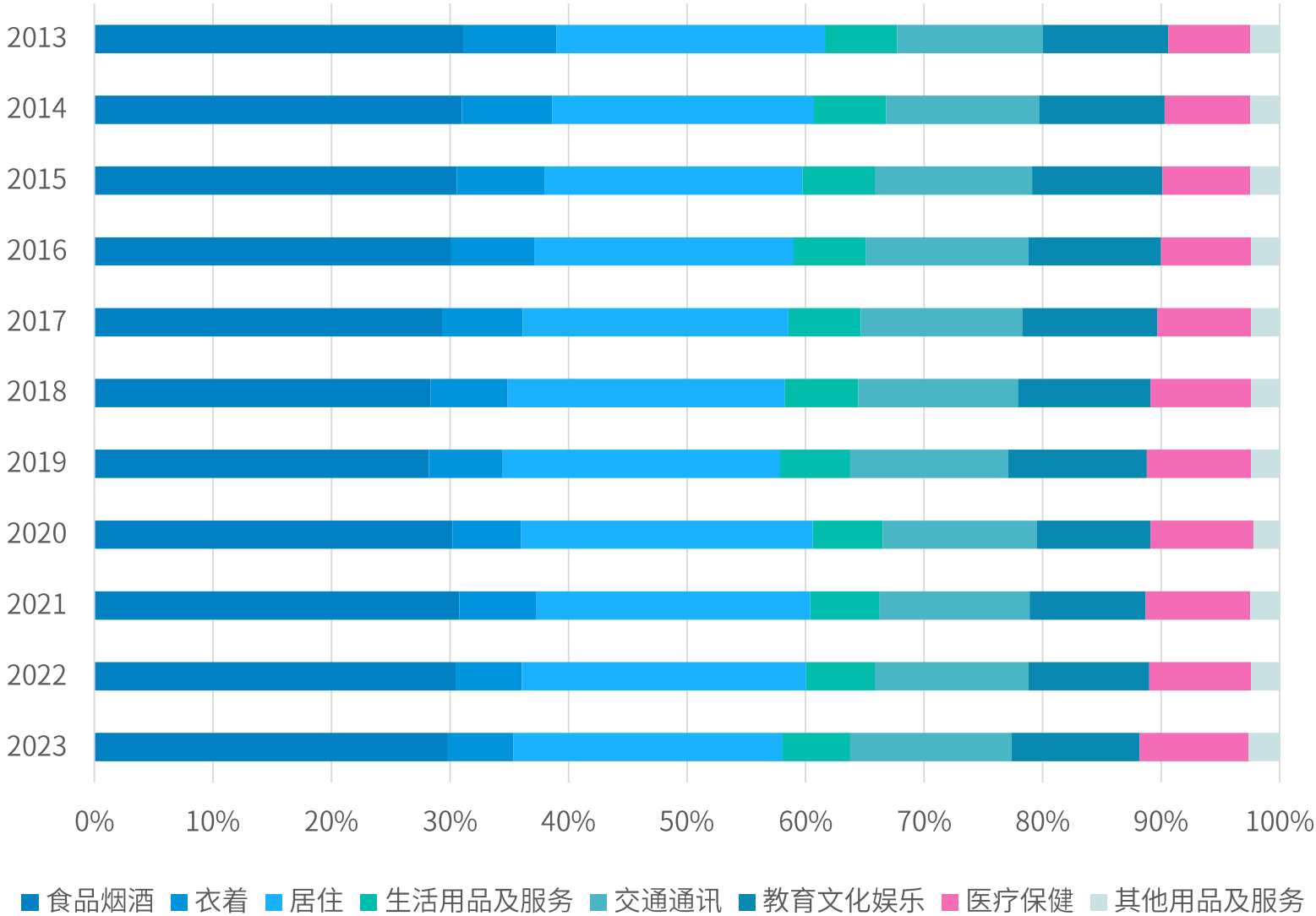
2013年以来中国人均GDP



数据来源：国家统计局、世界银行



2013年以来，居民人均消费支出构成

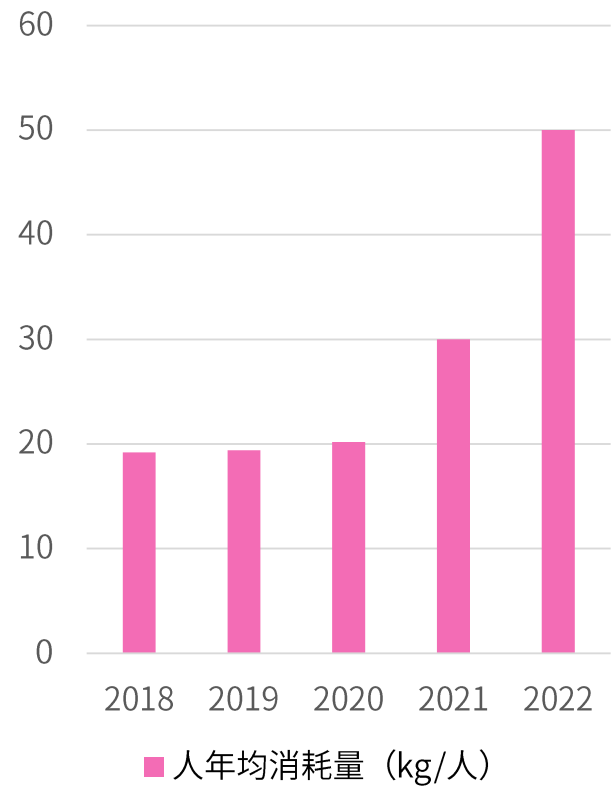


数据来源：国家统计局



各领域趋势

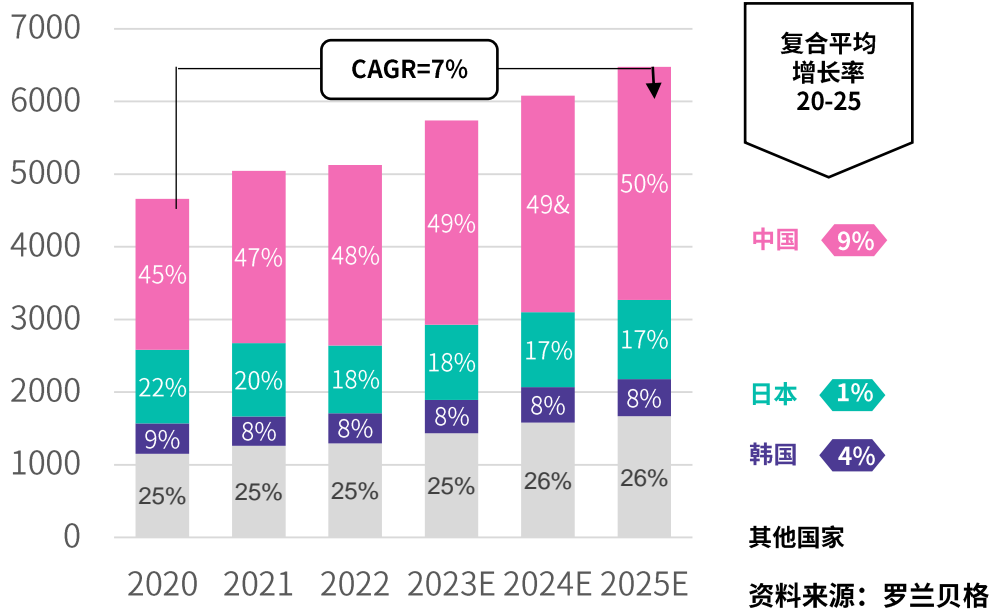
2018-2022年中国乳制品食品
人年均消耗量变化趋势



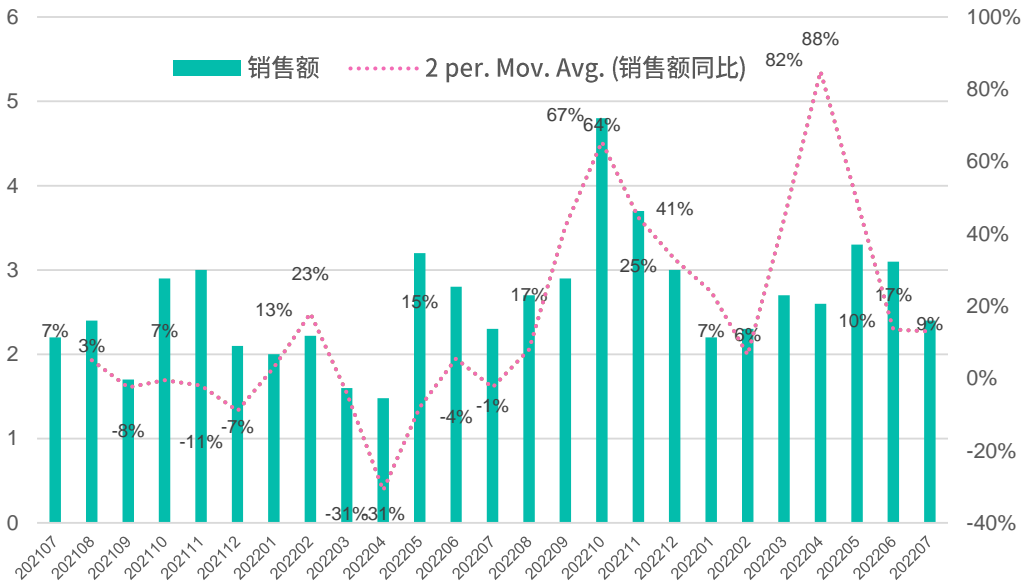
数据来源：华经产业研究院《2021年中国乳制品行业现状及发展趋势分析》；
东吴证券研究所《食品饮料行业深度报告》；国金证券《公司深度研究(2023年2月19日)》



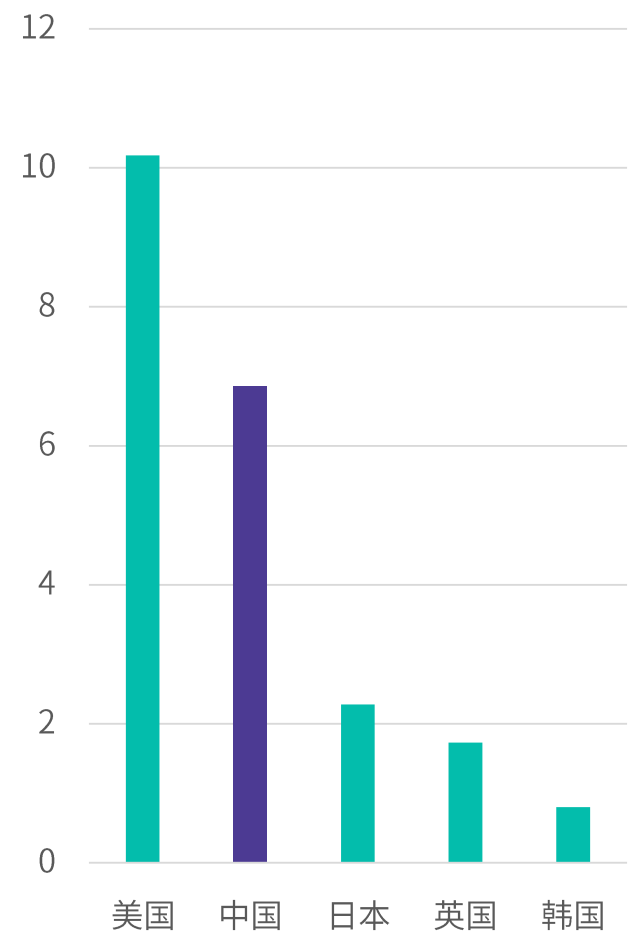
亚洲营养健康消费品市场规模 (亿人民币)



2021年7月-2023年7月宠物行业线上销售额趋势



2022年全球部分国家个护市场收入



来源：Statista; Statista Digital Market Insights

数据来源：炼丹炉大数据，
Euromonitor international





消费洞察与趋势

消费者态度

消费者动机

消费者偏好

消费趋势



消费者态度

69% 受访者表示正努力让身体更健康，以预防未来的疾病

74% 受访者表示对购买功能性健康产品感兴趣/非常感兴趣

43% 受访者会选择增强免疫力和降低疾病风险的产品

维持生计与权衡取舍 价格和健康



健康与福祉 健康意识崛起

46% 受访者表示其首选省钱方式是减少外出就餐

60% 受访者表示价格上涨会导致其消费不起健康食品

63% 受访者表示会对膳食做更仔细的规划，减少食物浪费

65% 受访者认为，政治经济的不稳定性严重干扰了食品系统

2023 年利乐指数



消费者态度

70% 受访者表示，健康食品和饮料会让他们身心感觉更好

83% 受访者选择对心理健康产生积极影响的产品

74% 受访者表示，心理健康与身体健康同样重要

70% 受访者表示，心理健康在过去几年中变得更加重要

人类健康与环境因素紧密相连
可持续发展



心理健康和身体健康同等重要
心理健康

70% 受访者认为健康产品不应该危害环境

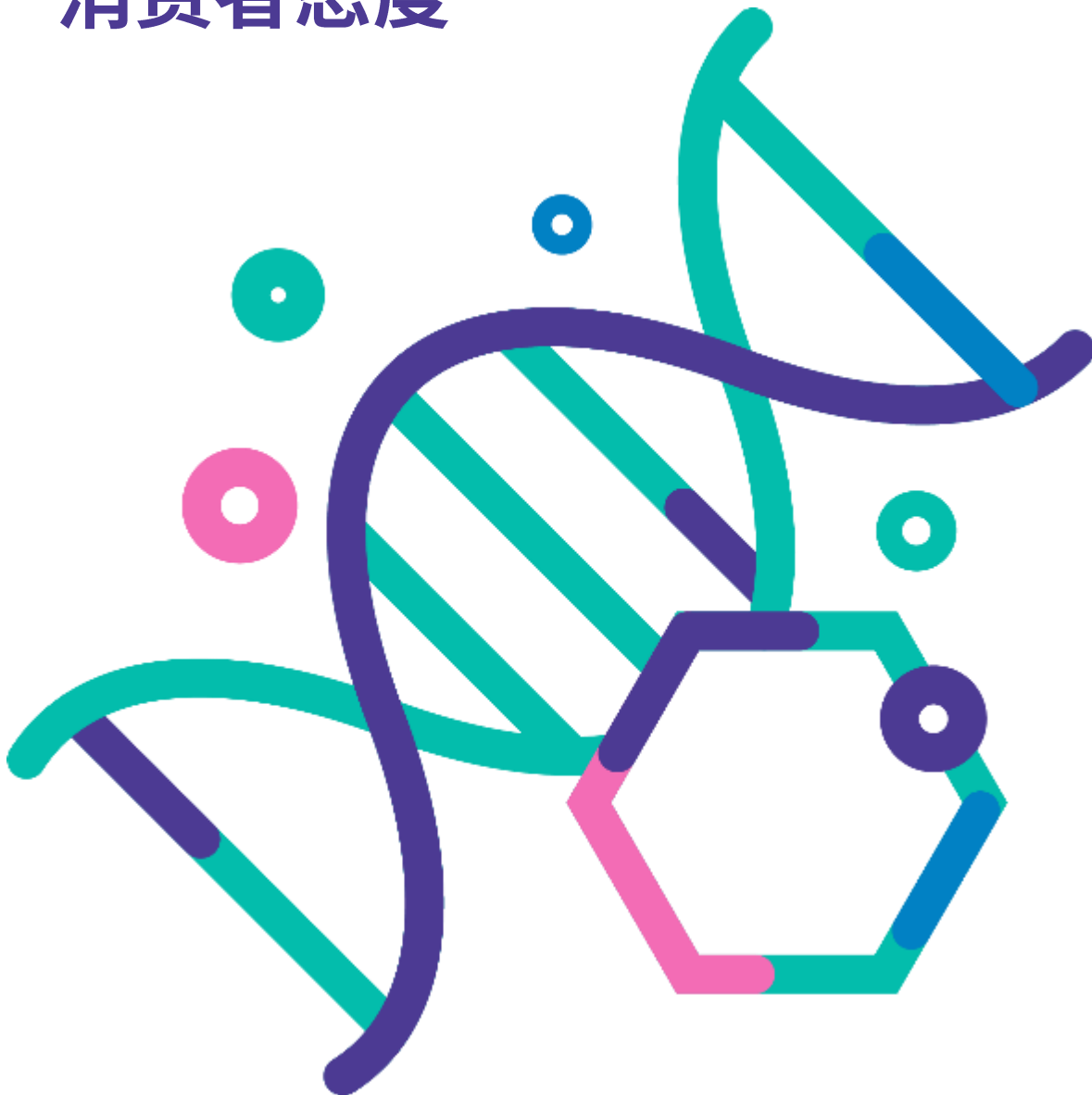
66% 受访者认为环境因素会影响健康

54% 受访者相信，通过改变日常饮食，他们可以为构建一个更好的世界做出贡献

50% 受访者认为，对个人健康不利的食品或饮料也不利于地球的可持续发展

2023 年利乐指数



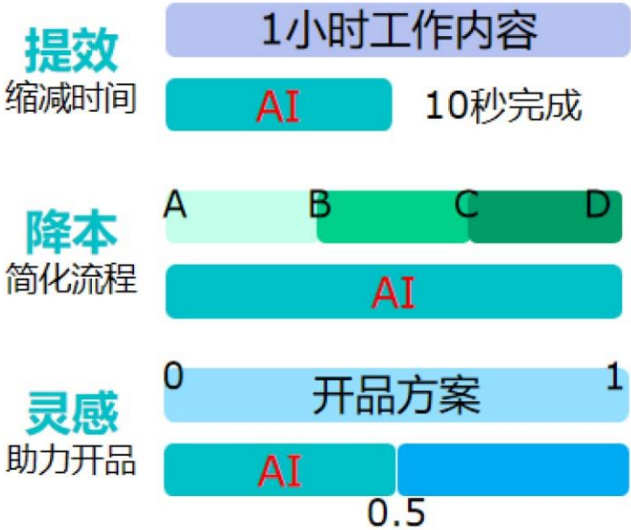


技术与创新——
拥抱技术 心向自然

技术宣称分布

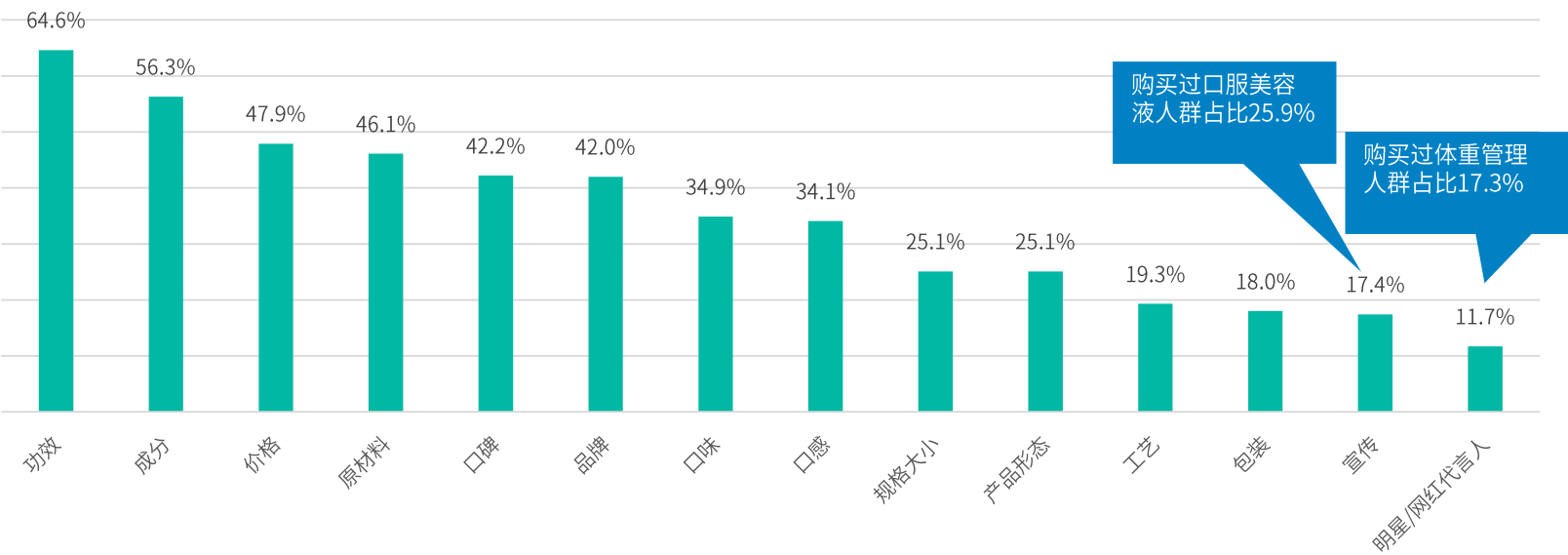


AI技术对于产品开发的帮助

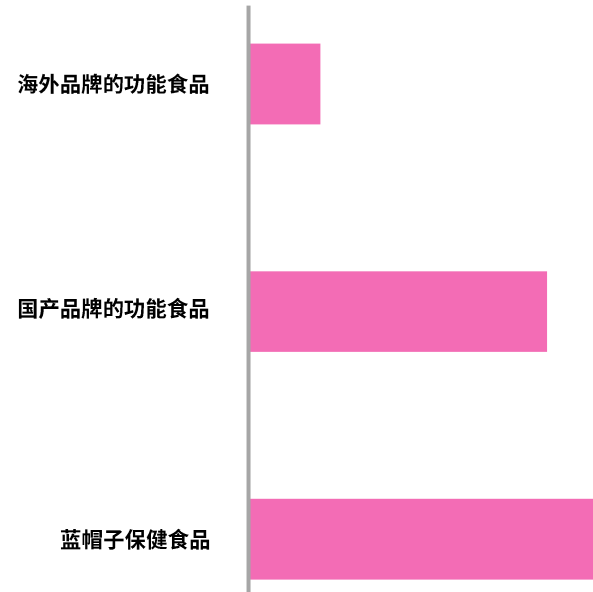


消费者动机

购买功能食品考虑的因素



不同功能食品购买意愿



数据来源: KuRunData库润数据

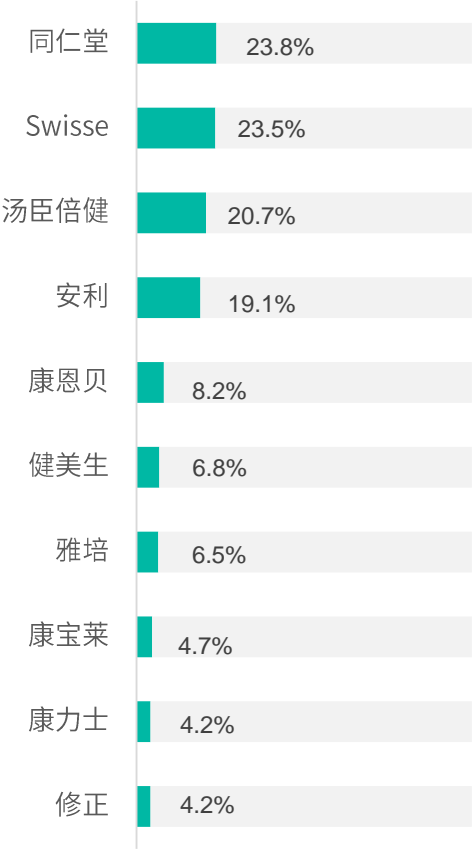
- 提升健康和预防疾病是主要消费动机
- 功效和成分是主要关注因素，其次是价格和原材料
- 消费者对蓝帽子保健食品的购买偏好更强
- 肠胃健康类和免疫健康类功能食品需求最高

- 自己食用为主，其次是家人。
- 平均每周食用3次。
- 平均每月购买1次，单次平均花费387元
- 抖音、小红书等内容渠道优势突出
- 主流电商平台仍是最主要的购买渠道

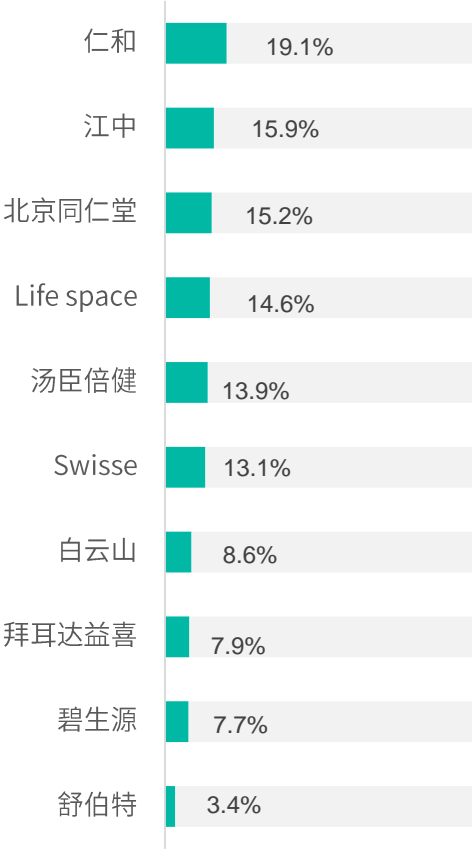


消费者偏好

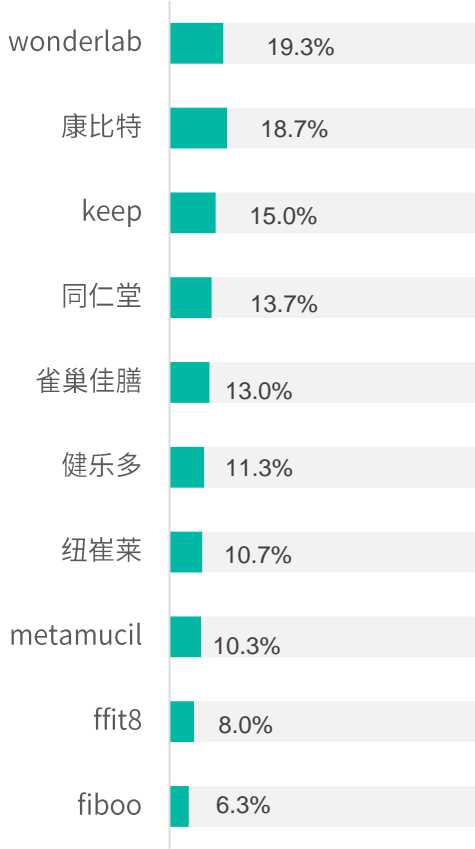
免疫健康类



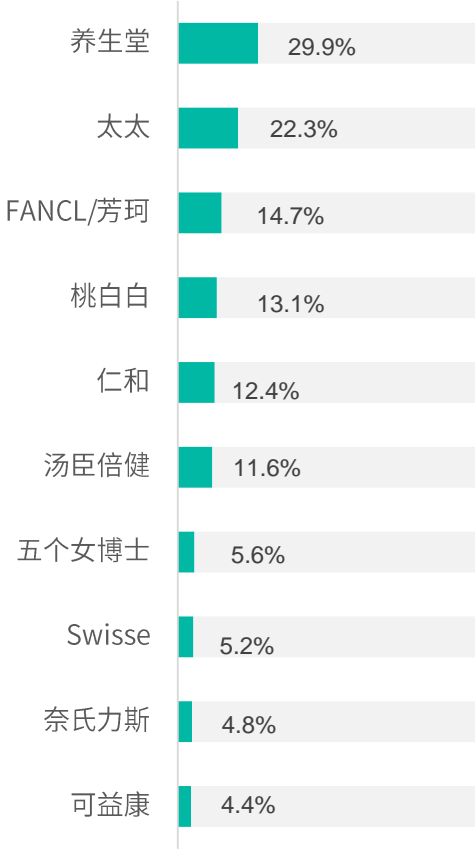
肠胃健康类



体重管理类



口服美容类



消费趋势

营养功能化



创新营养素及配方赋予身体治愈力和修复力

免疫健康

肠道健康

营养疗愈化



在保障机体营养的同时兼顾情绪和颜值

颜值经济（体重管理+口服美容）

情绪健康

营养个性化



定制化的营养方案解决不同群体个性需求

Z世代

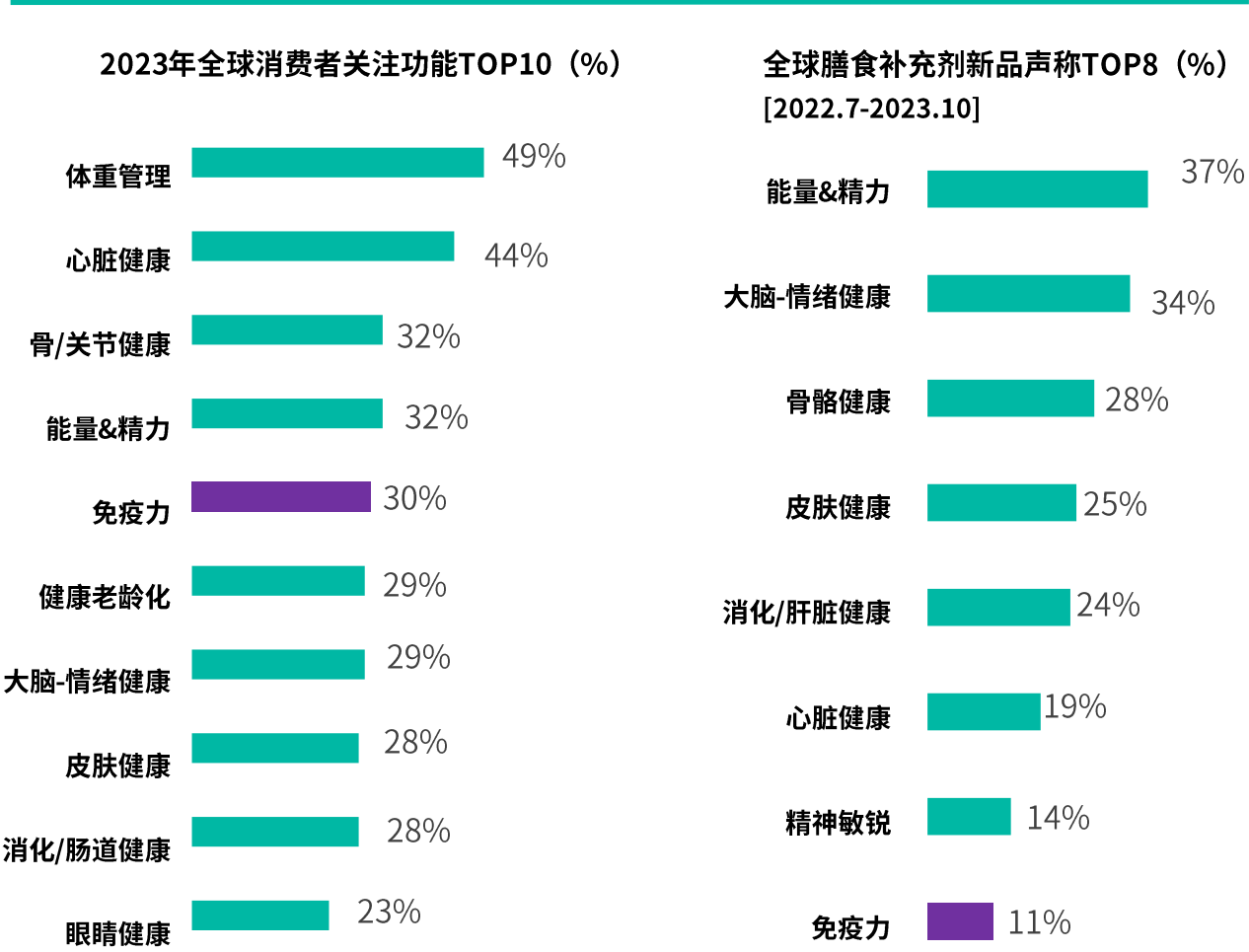
她力量

银发经济



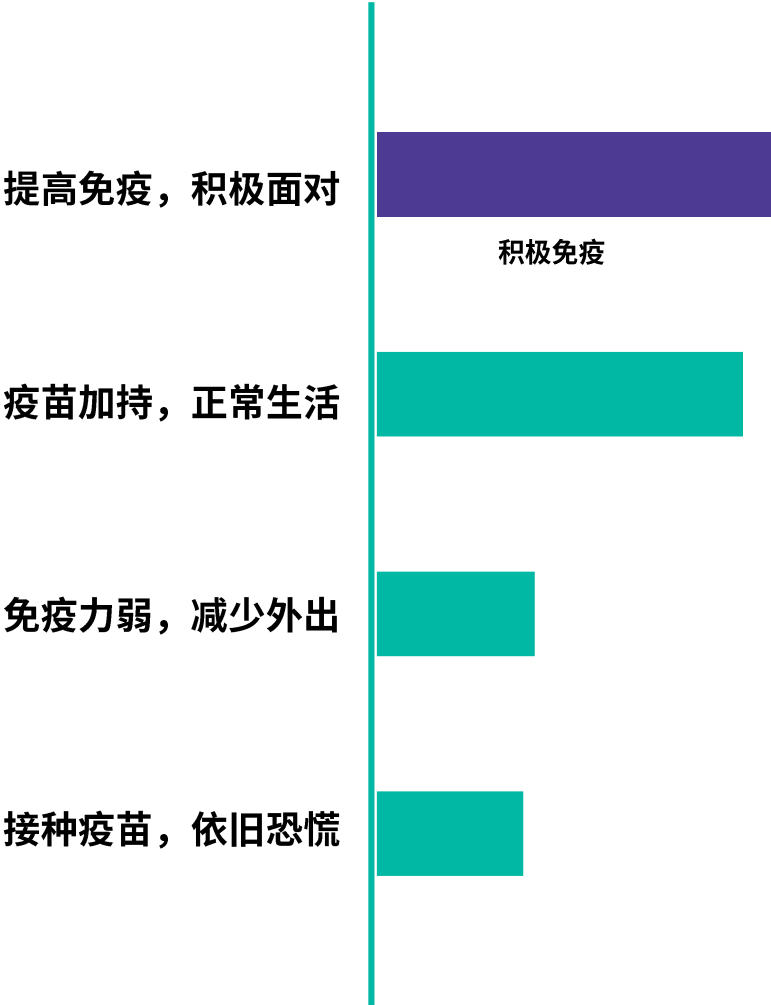
免疫健康

免疫力是后疫情时代快速崛起的赛道



后疫情时代中国居民心态多与免疫相关

[N=2198]



资料来源：Innova, 中国特殊食品产业发展蓝皮书，艾瑞咨询消费者调研, Kerry Health and Nutrition Institute



肠道健康



超过半数中国消费者认为促进肠道健康的第一营养素是益生菌

中国消费者认为促进肠道营养成分排行[N=808]



资料来源：凯爱瑞全球消费者调研, Statista, 中国保健协会, 罗兰贝格, innova新品数据库

零食

果蔬粉
益生元
益生菌

膳食补充剂

药食同源
益生菌

早餐粉

中式食材
益生菌



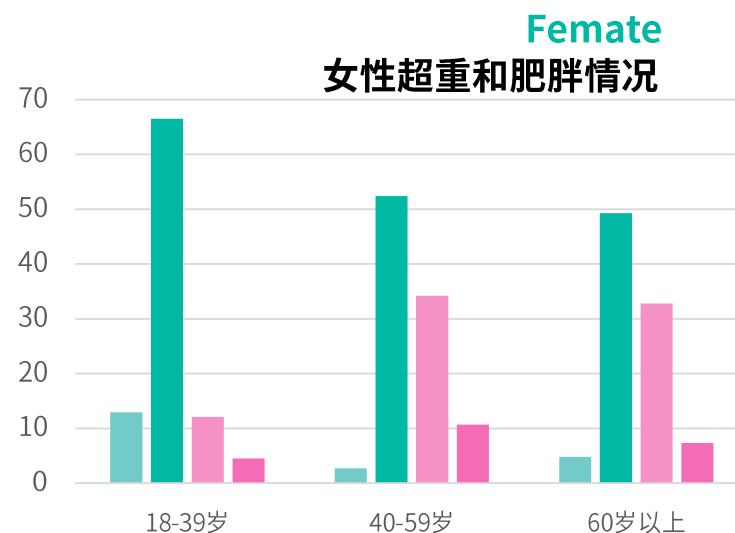
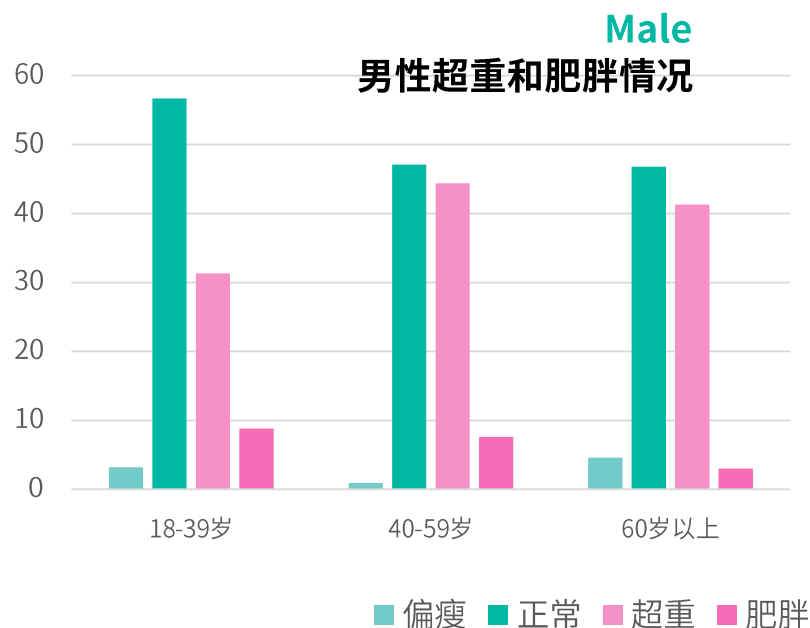
资料来源：《2022 年中国益生菌市场分析报告》（热心肠研究院）



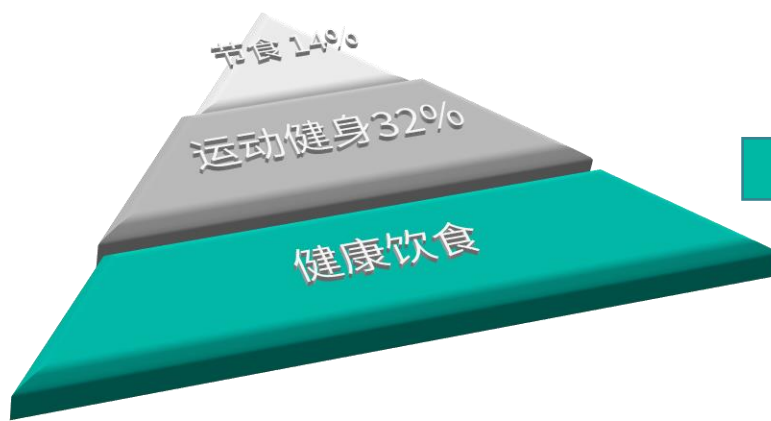
体重管理

超重或肥胖是中国居民面临的重要问题

成人超重或肥胖率已达 50.7%



中国居民的体重控制方式多以健康饮食为主

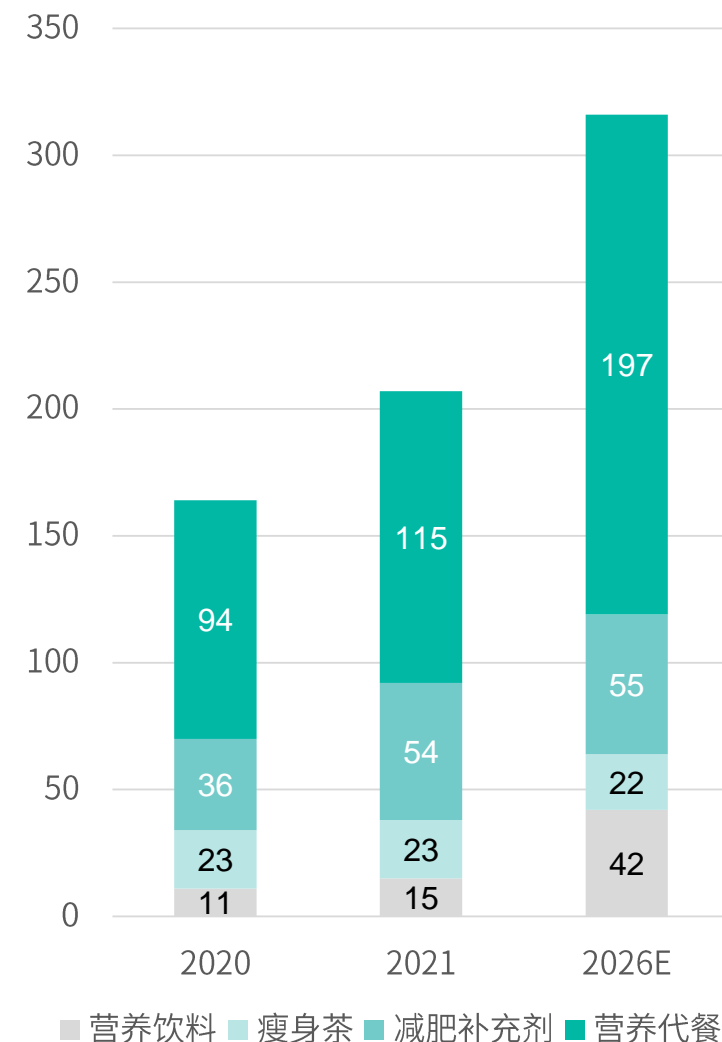


CABIO®

健康饮食产品
市场规模

1) 只涵盖粉剂，不包含其他产品形态，如麦片、酸奶、鸡胸肉等
资料来源：华经产业研究所，案头研究，罗兰贝格

体重管理营养健康消费品市场规模



情绪管理

中国精神卫生状况形势严峻

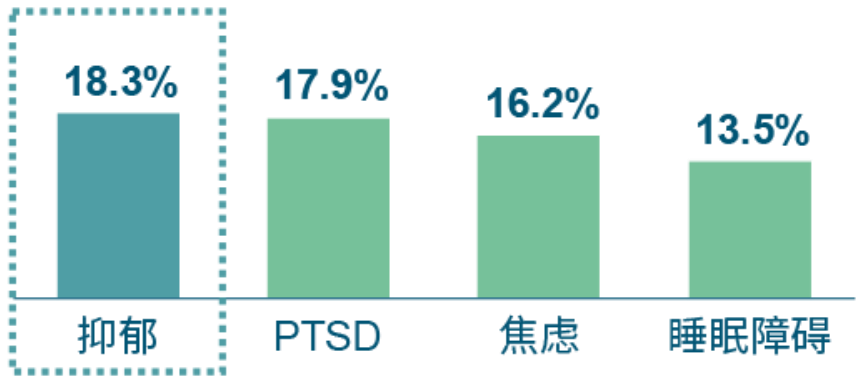
中国抑郁
状况不容
乐观



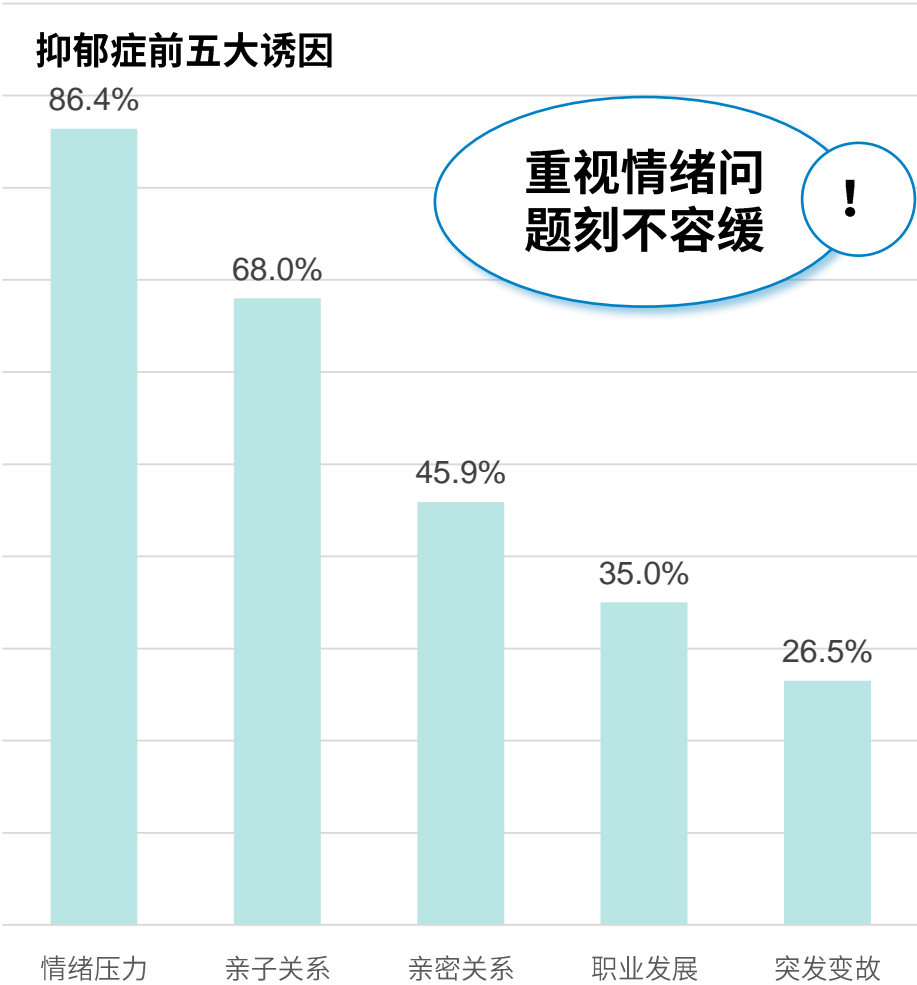
疫情加重
精神负担



新冠康复者患精神障碍比例



情绪压力是引发抑郁症第一大诱因



资料来源：中国精神卫生调查, 2022国民抑郁症蓝皮书



细分人群

Z时代

朋克养生
熬最深的夜、吃最贵的保健品



中老年

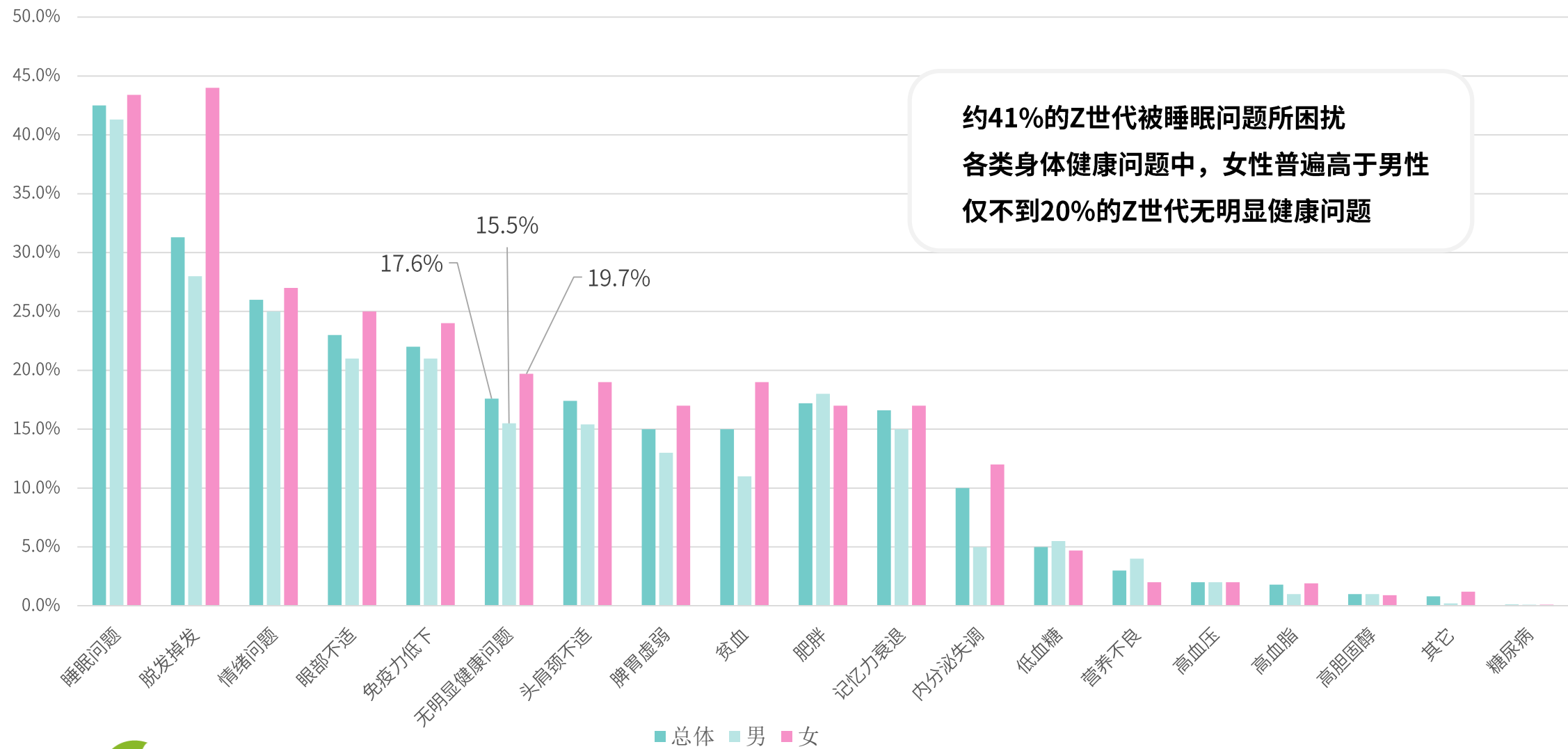
靶向防治
追求科学精准功效



女性

颜值保养
冻龄抗初老
情绪舒缓

Z世代营养




女性营养

中国女性深受焦虑抑郁等负面情绪困扰，而情绪健康产品较为匮乏，仍以改善睡眠为主。


相较于男性，中国女性的情绪问题更为严重，并呈现年轻化

中国情绪营养产品数量较少，主要作用于改善睡眠






食品-酸枣仁膏
主要成分：




酸枣仁

调节神经系统，
缓解失眠




百合

促进5-羟色胺合成，
改善睡眠

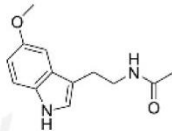


茯苓

利水渗湿、健脾
安神的功效



保健食品-褪黑素片
主要成分：



褪黑素

一种由松果体分泌的激素，抑制脑部的兴奋性神经递质，从而降低大脑的活动水平

工作/家庭难以平衡，生育的责任加重女性的情绪问题

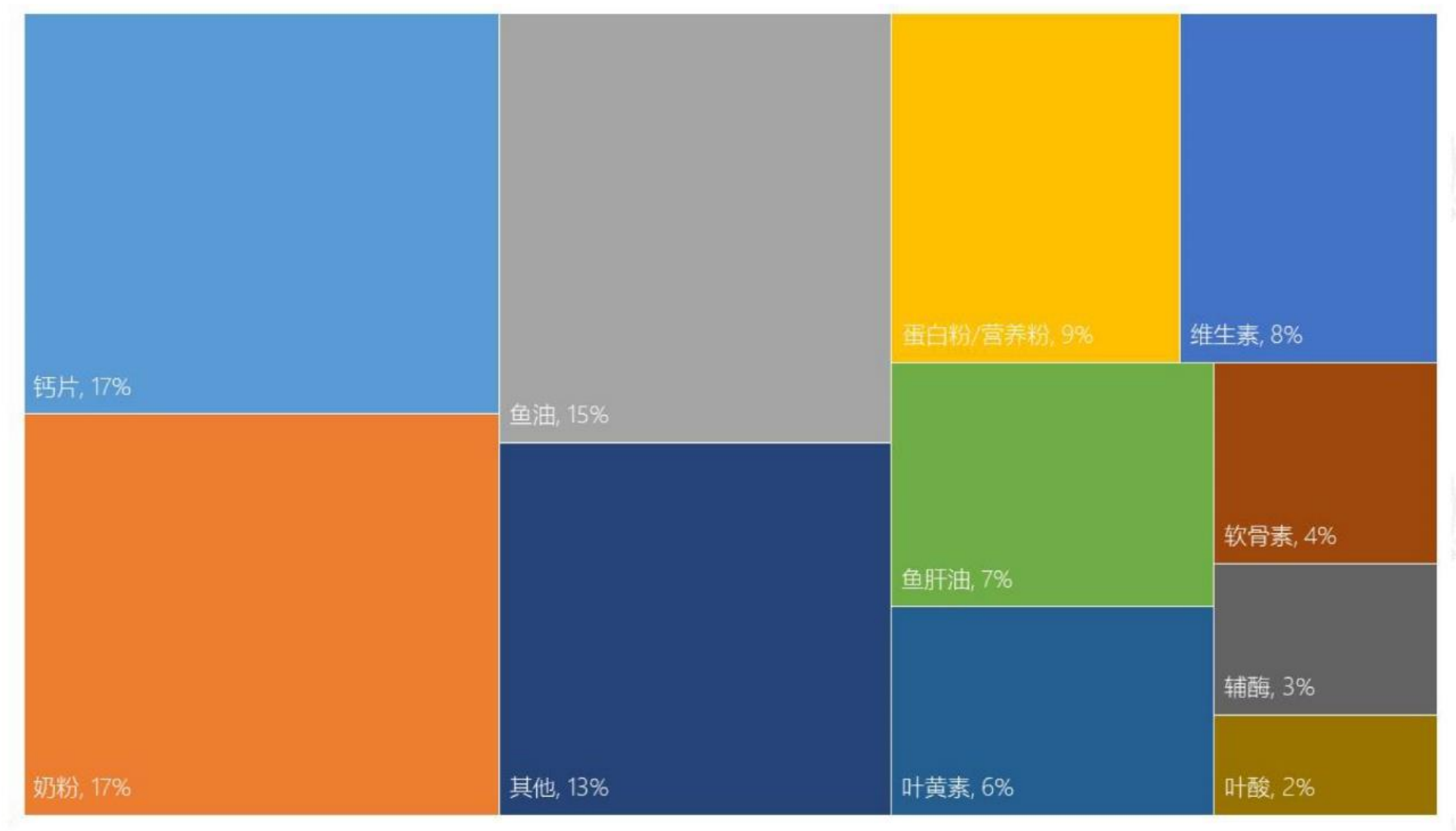


资料来源：
agendaalliance.org,
中国职场女性心理健康绿皮书，国民抑郁症蓝皮书（2022-2023年发布），案头研究



中老年营养

2023年10月中老年保健品各品类商品交易额占比



数据来源：艾普斯咨询 数据出处：国内某主流电商平台





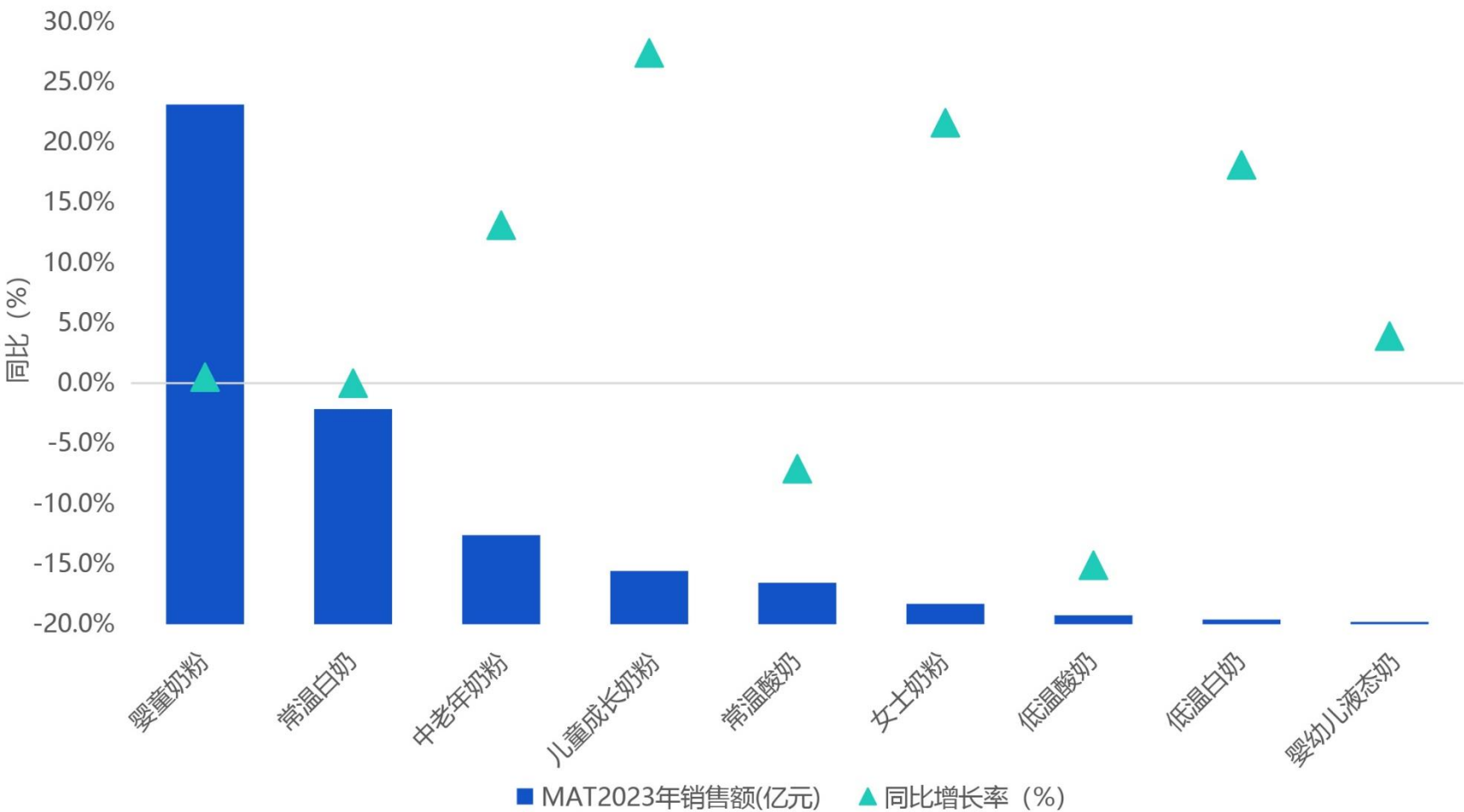
产品&终端产品

热门需求 and 对应原料



乳制品热销品类

2023主流货架电商平台乳制品重点品类市场估摸及增速对比



婴童奶

- 奶粉趋于饱和
- 液态奶市场小幅增长

儿童成长奶粉

- 同比增速最高

女士奶粉

- 新增增速亮点

中老年奶粉

- 增长活力持续

数据来源：魔镜市场情报



数据来源：华经产业研究院《2021年中国乳制品行业现状及发展趋势分析》；
东吴证券研究所《食品饮料行业深度报告》；国金证券《公司深度研究(2023年2月19日)》



营养健康食品热销品类

营养健康食品2023年双十一线上平台热销品类

类别	主要功效	2022年双十一 销售额(亿元)	2023年双十一 销售额(亿元)	同比增长
蛋白氨基酸	增强免疫力	2.6	4.6	75%
燃脂抗糖	身材管理，控制体重	1.0	3.8	272%
维生素	补充人体所需维生素	3.1	3.8	21%
鱼油辅酶	保护心血管，增强记忆力	1.9	3.7	96%
益生菌	调节肠道功能，增强免疫力	1.9	2.9	54%
蓟和葛根类	护肝	1.8	2.0	8%
功能饮料	抗疲劳、运动补充电解质	1.2	1.6	34%
矿物质	补充人体所需矿物质	1.1	1.2	12%
蓝莓叶黄素	护眼	0.8	1.2	52%
膳食纤维	促进消化吸收、调节血糖、增强免疫力	0.6	1.1	81%

免疫力

- 蛋白氨基酸 75%
- 膳食纤维 81%

肠道健康

- 益生菌 54%
- 膳食纤维 81%

体重管理

- 燃脂抗糖 272%
- 膳食纤维 81%

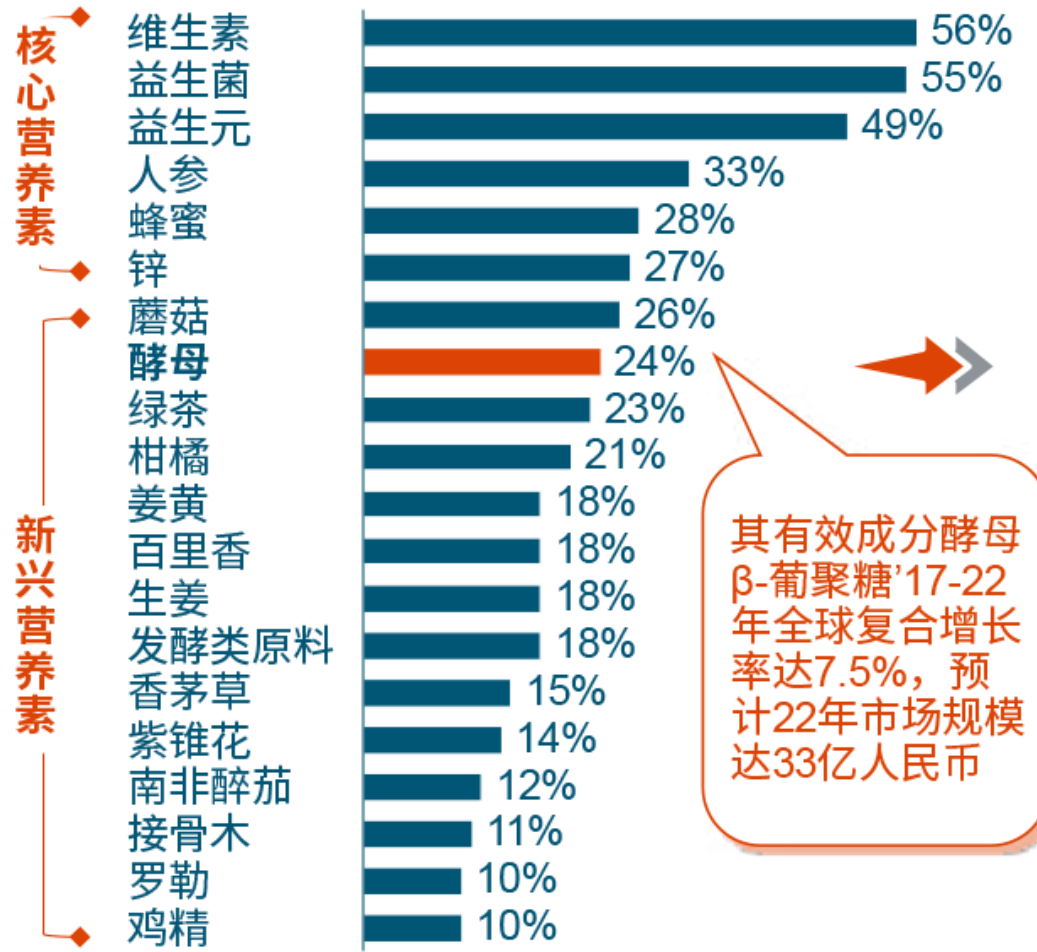
资料来源：天猫，京东，灼识咨询



热门需求及原料

免疫新兴营养素赋能产品创新

中国消费者认为促进免疫营养健康成分排行 [N=808]



酵母β-葡聚糖平衡人体免疫系统

酵母β-葡聚糖功效

- ✓ 提高儿童免疫
 - 可提高呼吸系统有问题儿童的唾液中免疫球蛋白含量
 - 提高被动吸入二手烟的儿童免疫力
- ✓ 提高老人免疫
 - 加快老年人患上呼吸道疾病后的康复进程
- ✓ 协助抵抗病毒
 - 提高SARS、新冠病毒疫苗的有效性
 - 可减少新冠阳性患者炎症反应，降低凝血风险



® 资料来源：凯爱瑞全球消费者调研, Markets and Markets, HomeTest丁妈家庭实验室;

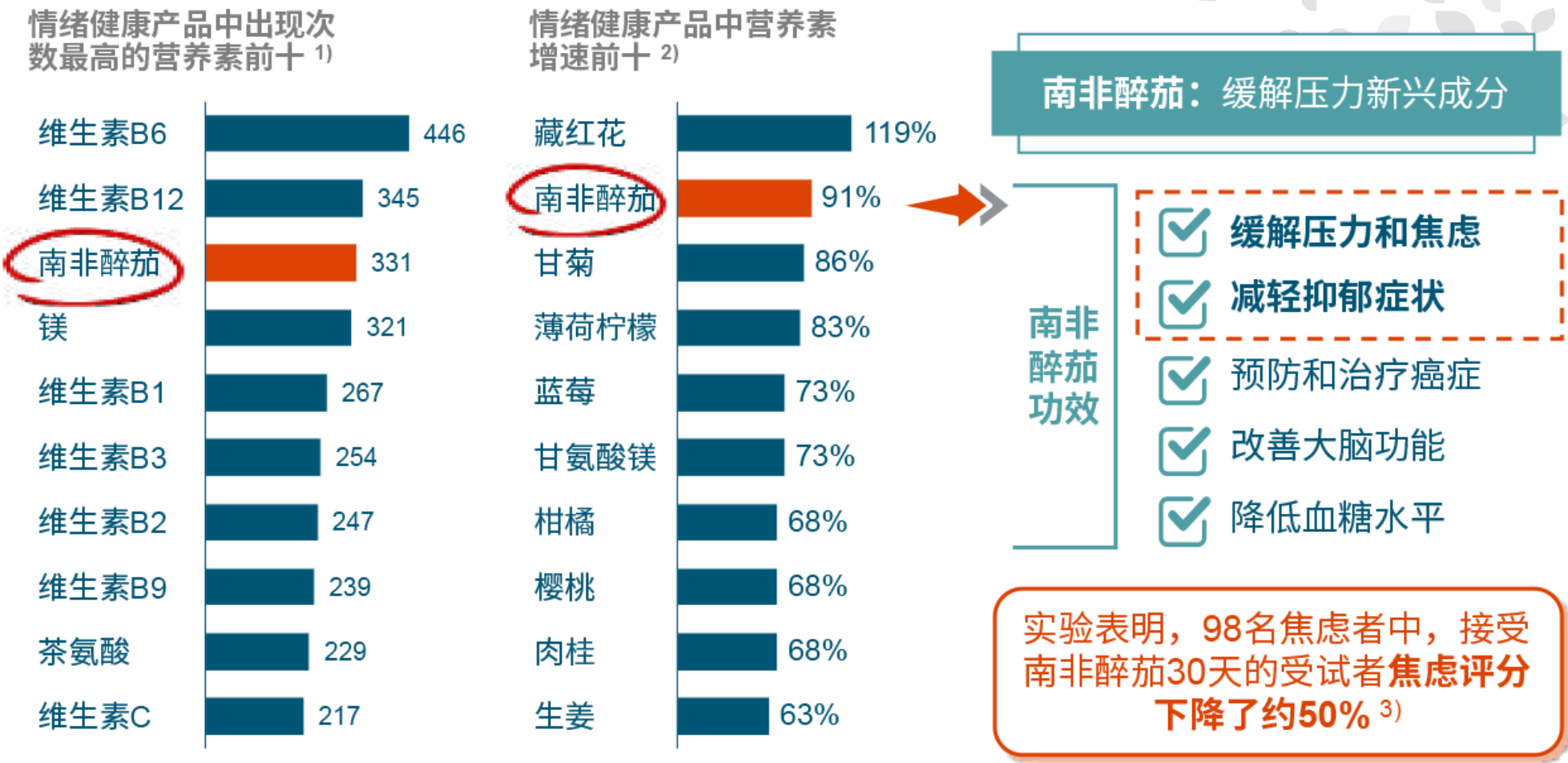
\Nutrition, 2017; Córdova-Martínez A et al., Int J Environ Res Public Health, 2021; Ikewaki N et al., Hum Vaccin Immunother, 2013; Fuller R et al.,

another, 2021



热门需求及原料

南非醉茄在改善情绪健康的营养素中具有较高潜力



市场新增新品

全球针对提高免疫力的产品不断推陈出新，但目前所用原料还是以维生素、锌为主



Redmoringa 锌+红辣木膳食补充剂

意大利 2023年10月

锌和辣木补充剂，支持免疫系统，对抗痤疮。



Bahnhof Apotheke 维他命C+锌膳食补充剂

澳大利亚 2023年10月

改善免疫力。



V.Itamina有机接骨木维生素膳食补充剂

美国 2023年9月

接骨木软糖补充剂，支持免疫力和心脏健康，减少炎症并促进更健康的消化。

市场新增新品

以睡眠健康、肠道健康为主诉求，以免疫提升来增加额外价值也是一种应用方向



Hylands 自然禅睡眠情绪免疫调节膳食补充剂混合浆果口味

美国 2023年9月

褪黑素软糖补充剂，含有 L- 茶氨酸、接骨木提取物、维生素 C、锌。



Nurture橙香味肠道健康免疫膳食补充剂

新西兰 2023年6月

益生菌粉补充剂，含有 B. Animalis HN019 益生菌菌株以及益生元纤维，有助于维护肠道健康。此外，它还含锌、维生素C和维生素D，有助于增强免疫力。



Vitafor Omegafor 脑+情绪健康记忆膳食补充剂

巴西 2023年11月

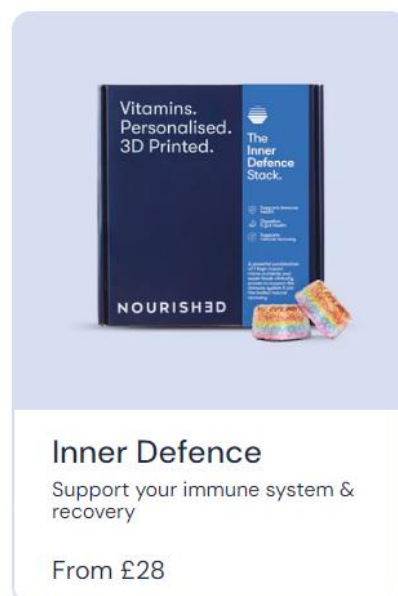
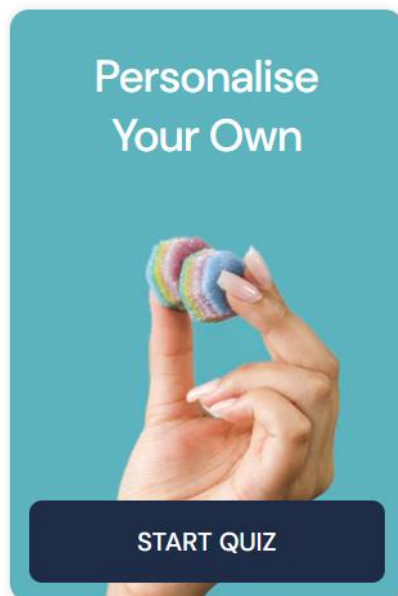
辅助改善记忆力，omega-3s、磷脂酰丝氨酸、维生素B12、维生素B6、维生素E、镁、硒。

市场新增新品

基于AI、3D打印等新技术制作的个性化定制方案，亦是新品趋势之一

Nourished推出个性化软糖

英国营养健康补剂公司Nourished推出了一种使用3D打印技术开发的七层软糖堆栈剂型，可以使用多种天然成分并更具消费者的特定健康需求进行定制。



VitaminLAB推出人群定制营养包

VitaminLab 创立于 2017 年，主推可个性化定制的维他命产品。用户可在官网填写问卷，根据自身实际需求定制营养补剂，并按月订阅。除私人定制外，VitaminLab 也承接企业定制服务，可通过血液、DNA 和尿液等健康数据，提供更精准配比的补剂产品。

Jen's Power Mix

Doctor and Yogi

Immunity

Energy

A yoga enthusiast with a busy medical practice, Jen needed a formula to take care of her adrenal health, immune system and give her a daily energy boost.

500 mg Vitamin C

For immune and adrenal health.

35 mg B-Complex

To support adrenals and energy.

300 mg Rhodiola

Helps the body adapt to stress.

50 mcg Vitamin D

For immune support.



美妆&个人护理

神形俱美：内在精神和外在容貌关联



Biome+植提护肤品

美国Image护肤公司的Biome+系列产品主打植物成分南非醉茄、与动物友好成分的角鲨烯和适应原植物提取物。它代表着通过适应原和营养素的结合使用，向神经美容和精神皮肤学美容的转变。

数据来源: Image Skincare



Lycopure口服美容系列

Lycopure是一个主打口服美容品的日本品牌。它的主要成分之一是BH番茄，该成分富含γ-氨基丁酸，通过放松和缓解焦虑和压力而促进睡眠。

数据来源: lycopure.jp

人工智能将改变美妆&个护行业



Kate Zone虚拟彩妆空间

由日本彩妆品牌Kate打造的“Kate Zone”是一个虚拟空间，分为五个区域，提供虚拟彩妆沉浸式体验，以及丰富的信息、知识、数据和独家内容。

数据来源: kate-zone.kao-kirei.com

畅销单品

美体美颜

免疫力

商品名称	品牌	渠道
BESTSharer【又白又幼态 13500mg】PQQ白幼胶原蛋白肽A500	BESTSharer	快手
汤臣倍健蛋白粉老年乳清蛋白质粉双蛋白粉增强免疫力礼盒600g	汤臣倍健	京东
【生蚝素】新西兰goodhealth进口牡蛎精华生蚝精胶囊60粒/瓶XY	Good Health	抖音
【李哥严选】芭美缇每日K糖雨生红球藻胶原饮品果蔬精华(LS)	芭美缇	快手
HECH赫熙 爱丽珂胶原蛋白肽饮品鱼子酱精华夜间保养 12支/盒	赫熙	抖音
Swisse斯维诗奶蓟草护肝片120片*2瓶含奶蓟草姜黄洋澳洲进口【年货送礼】	瑞思	京东
CPTKING/赛霸 乳清蛋白粉 5磅/2270g 健身三重乳清分离蛋白质粉	赛霸	抖音
【宠粉福利】五个女博士品牌胶原蛋白肽维C饮低聚肽 50ml*10瓶*3盒	五个女博士	抖音
【24h极速生酮 用纳米技术守护身材】-咔脂-蓝色小蛮腰特膳饮K535	咔脂	快手
【工厂直发】官方自营(钙铁无蔗糖)中老年成人参虫草乳清蛋白粉	敬修堂	抖音
【力荐】OLLY女性复合维生素维生素C护发叶酸烟酰胺营养90粒/瓶	OLLY	抖音
【工厂直发】双冠军代言(69.9到手8盒)益生菌+益生元冻干粉 无蔗糖	京岚	抖音
汤臣倍健蛋白粉增强免疫力中老年免疫球蛋白蛋白质营养抵抗官方旗舰店	汤臣倍健	天猫
MoveFree益节氨糖软骨素钙片绿瓶美国进口维骨力MSM补氨基葡萄糖骨	益节	京东
肝损伤辅助保护】诺特兰德葛根枳椇软胶囊护肝熬夜加班喝酒30粒	诺特兰德	抖音
美国进口G21生物科技滋补调理精华提纯2023全新高端升级	益恩喜	天猫
Swisse斯维诗PLUS奶蓟草护肝排毒净化片120片/瓶含姜黄朝鲜澳洲进口	瑞思	京东
赫美娇【小蓝瓶】胶原蛋白饮含弹性蛋白三肽鲑鱼鼻软骨	赫美娇	天猫
【全球购】安美奇官方旗舰店高纯度PQQ+亚精胺线粒体美颜胶囊内服	安美奇	天猫
普丽普莱Puritan'sPride辅酶Q10软胶囊200mg*240粒高含量送长辈美国进口	普丽普莱	京东



数据来源：商指针





客户关注和动态

AI及大数据

可持续发展

HMOs



客户动态——AI及大数据

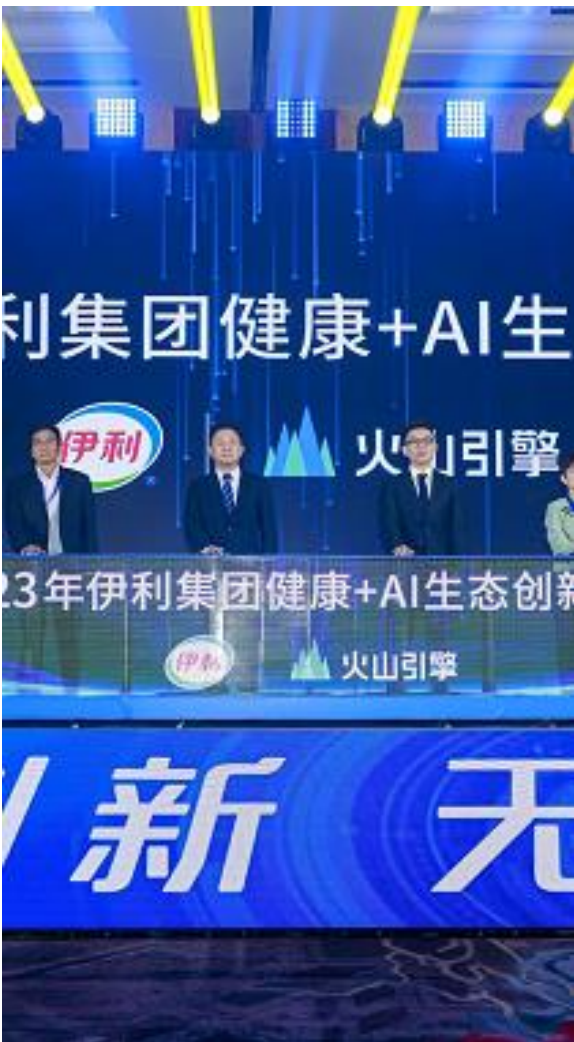
Harmony OS元服务“活力伊利”

蒙牛集团AI大模型儿童精准营养健康计划

伊利 “健康+AI” 生态创新大赛

伊利 “2023年度智能制造示范试点工厂”

帝斯曼-芬美意人工智能的影响迫在眉睫



客户动态——可持续发展

华熙生物 “2023上市公司ESG
最佳实践案例”

飞鹤 “国家级绿色制造名单”

Lactalis “法国最大的太阳能
热电厂”

恒天然组合型热电厂



客户动态——HMOs



企业名称：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司

产品规格：800g/罐

产品简介：蒙牛瑞哺恩推出中国首款自研HMO（母乳低聚糖）配方奶粉“恩至4段”。新品配方还添加乳脂球膜、乳铁蛋白和MLCT结构脂，搭配9.3倍高钙营养、维生素D以及DHA、胆碱、叶黄素等营养成分；奶粉选用蒙牛自控牧场奶源，口感清淡，更具适口性。



企业名称：君乐宝乳业集团

产品规格：800g/罐

产品简介：君乐宝推出添加HMO成分的小小鲁班“诠维爱未来”奶粉。据悉，诠维爱未来奶粉为自有牧场的A2奶源，配方中含有乳铁蛋白、玉米黄质、双益生元FOS+GOS、DHA等营养素，可满足3-7周罗儿童脑动力、免疫力、骨动力、视动力及肠动力五大营养需求。据了解，“诠维爱未来”是君乐宝与帝斯曼-芬美意合作。



企业名称：宜品乳业

产品规格：800g/罐

产品简介：宜品乳业推出国内首款HMO羊奶粉——宜品蓓康信儿童羊奶粉据悉，宜品蓓康德儿童羊奶粉在添加母乳的主要成分HMO的同时，还补充植物、动物来源的益生元、Bb-12益生菌、燕窝酸、DHA、ARA、牛磺酸、胆碱、叶黄素和维生素A等多种营养素。



企业名称：海普诺凯乳业集团

产品规格：800g/罐

产品简介：Kabrita的婴儿配方奶粉中添加了多种成分，包括促进消化和提高免疫力的天然低聚糖、促进生长的维生素和矿物质、与母乳脂肪成分相似的混合脂肪，以及促进视力和大脑发育的DHA和ARA。此外，该配方不含玉米糖浆、转基因产品、草甘膦和麦芽糊精

驱动力

赋能者

消费者态度

健康意识崛起

疫情从多方面对健康与营养行业产生了巨大影响：扰乱了供应链，削弱了消费者购买力，改变了人们的饮食和购物习惯等等。健康与福祉比以往任何时候都更受关注。

生活成本高企与地缘政治局势紧张

地缘经济衰退和政治不稳定和地区冲突也在不断影响着消费行为和态度，但比起削减在营养健康食品饮料上的支出，消费者更愿意为了获得健康食品而牺牲便利性。

气候变化与可持续发展

随着越来越多的国家遭遇气候变化造成的影响，在消费者心中，人类健康与环境因素愈发紧密相连。人们越来越关注身心全面健康，并随之将健康与环境因素相联系。消费者想要了解所选产品的碳足迹，希望品牌共享完整的供应链和价值链信息。

技术与创新

随着消费者对于更便宜、更健康和更安全食品的需求日益增长，技术趋势的影响力将持续扩大。

消费趋势

1

营养功能化

创新营养素及配方
赋予身体治愈力和
修复力

免疫健康

肠道健康

2

营养疗愈化

在保障机体营养的同
事兼顾情绪和颜值

体重管理

情绪管理

3

营养个性化

定制化的营养方案
解决不同群体个性
需求

Z世代营养

女性营养

中老年营养

4

营养低碳化

营养食品肩负
可持续未来使
命

产品&终端产品

酵母β-
葡聚糖

Redmoring

Bahnhof Apotheke

V.Itamina

Nurture

南非
醉茄

Hylands

Vitafor Omegafor

Lycopure

客户关注及行动

HMOs

可持续发展

AI与大数据

Nourished

VitaminLAB

Kate Zone

品牌中心

[品牌资源库](#)[内部素材下载](#)[公司介绍](#)[产品介绍](#)[白皮书](#)[科学灵感](#)[市场与消费洞察](#)

CABIO

Q & A

读者被授权仅将此报告中的数据用于其内部研究目的，无论是硬拷贝、电子传输或任何其他形式，除非事先得到 Innova Market Insights B.V. 的书面批准，否则一律不得出版、复制、传播或以其他方式提供或出售其任何内容。

谢 谢
Thank You