

健康消费新需求 带火产业新供给



从商超健康食品专区到职场人群常备睡眠减脂产品,从线上的健康服务订单到线下的健康养生活动……随着居民健康意识持续增强,健康消费逐步从可选消费转变为刚性需求。

相关统计显示,我国健康饮食供给持续优化,新型健康服务加快发展,健康消费场景不断丰富,健康消费已成为拉动消费增长的重要力量。

健康管理成为行动自觉

时值“618”电商大促,65岁的张华在电商平台“囤”足了够吃半年的中老年复合维生素。家人还为她添置了新款动态血糖监测设备,不仅能够实时监测血糖波动数据,还可通过蓝牙联动AI大模型,将健康数据同步至家属手机端,方便家人远程监测、提醒老人按时服药。“现在大家的健康观念变了,不再是等生病再治疗,而是主动提前预防。”张华坦言,如今自己格外重视日常健康养护,通过科学管理降低慢病风险。

“居民健康意识提升,正在重塑传统生活方式,推动健康管理落地为常态化行动。”京东健康相关负责人在接受笔者采访时表示,当前健康消费的核心转向长期、专业、全周期管理。为此,京东健康近年来升级AI主动式健康管理,推动健康服务从碎片化模式,向具备连续记录、智能分析能力的家庭健康操作系统转型。依托“医护服务+供应链+AI”服务闭环,平台将长周期健康管理贯穿诊断、治疗、康复全流程。

“未来几年,健康体检将成健康消费的重要入口,体检行业也将向全生命周期健康管理服务转型。”京东健康消费医疗业务部体检业务负责人吴大领介绍,京东健康推动体检服务转型升级,用户完成体检后,可便捷对接京东互联网医院三甲医师资源,实现健康筛查与诊疗问诊无缝衔接;针对检后人群的购药、检测、护理等需求,京东大药房、即时送药、上门快检、护士到家等业态可同步响应,提供一站式解决方案。在此基础上,平台还推出“私人医生全程云陪检”服务,覆盖检前健康评估与套餐定制、检中流程引导、检后报告解读及健康指导,有效解决群众“体检报

告看不懂、健康疑问无处咨询”的痛点。

场景升级重塑消费体验

笔者调研线上线下消费市场了解到,当下“药食同源”类产品广受青睐,消费者选购食品饮料时,愈发关注健康属性,主动查看配料表,优先选择无糖、配料纯净的产品。中国食品产业分析师朱丹蓬认为,健康消费快速扩容,催生功能性补水、高蛋白补充等全新消费场景,消费趋势的变化,倒逼企业从供给端发力,布局健康消费新赛道。

“如今消费者会主动甄别食品配料,拒绝隐形添加剂,需求升级正在改写行业发展逻辑,健康、功能化已成为饮料行业主流方向。”小洋人集团河北妙恋公司营销总经理张希安介绍,顺应市场变化,企业深耕健康饮品赛道,今年推出多款新品,都坚持配料简约、无额外添加的理念。如陈皮雪梨水、金银花水、罗汉果枇杷植物水等系列产品,依托“药食同源”原料古法熬制,不添加防腐剂、色素与香精,适应大众健康饮食需求。

与此同时,传统滋补企业依托现代食品加工技术积极转型。海参品牌黑骑仕近日推出鲜蒸海参新品类,以更有营养与食用便捷的特点,精准匹配当代年轻人的消费需求。“通过调研我们发现,用户往往希望在高频出差、高强度会议等场景下,随手就能吃一个滋补品。”黑骑仕鲜蒸海参品牌CEO李小龙介绍,当下消费者食用海参分为两大需求场景:第一类是佐餐菜肴场景,这是目前市场上最主流的场景,它覆盖了超过80%的消费者,以传统干海参、即食冷冻海参为主。另一类是周期滋补场景。“我们发现,越来越多的消费者选择长期性、周期性吃海参,为的是营养、滋补。因此,我们认为,行业未来更具价值、更能满足消费需求的是周期滋补场景。”鲜蒸海参以开袋即食的便捷性、高营养留存的价值性、低脂高蛋白的健康属性,精准契合了这一消费需求。

互动赋能点燃消费热情

今年5月,商务部、国家卫生健康委等5部门联合印发《关于开展2026年

“健康消费月”活动的通知》,启动为期3个月的主题活动,持续点燃全民健康消费热情。笔者走访看到,不少商超在核心区域设置健康食品专区,绿色有机农产品、地理标志特色产品集中陈列,部分门店还开设健康饮食咨询台,由专业人员为消费者提供选购指导。

永辉超市福州奥体中心店作为“十大健康场景”标杆门店,在今年“五一”假期实现销售额、客流量同比双位数增长。门店内各类体验式健康消费场景热度攀升:海味厨房营收同比翻倍,原切肉铺增长近140%,潮汕鲜切牛肉、现串烧烤成为家庭消费热门;轻食能量站增幅超36%,三文鱼刺身、轻食沙拉深受年轻消费者喜爱。

永辉超市品牌营销部负责人刘少强介绍,随着健康生活理念深入人心,消费者选购商品时更加注重健康属性。为此,永辉超市将健康理念融入运营细节,在门店配备身高体重测量仪、四季免费茶饮等,并推出赘肉换牛肉“爱·健康”系列活动。依托十大健康场景升级,门店将单纯的商品售卖,升级为健康生活方式体验。随着端午节临近,0反式脂肪酸粽子、榴槿冰粽等新品热销。“一系列举措不仅提升了门店人气,更引导居民树立科学健康理念,推动商超从传统卖场向健康生活驿站转型。”刘少强说。

“健康消费需求的持续迭代,正深刻重塑行业发展逻辑。”中国产业发展促进会产业创新分会秘书长田佑中表示,行业正告别粗放式增长,企业发展重心逐步从规模扩张转向精细化客群深耕与创新消费场景,随着转型持续深化,健康消费产业将迎来品质提升、业态丰富的全新发展格局。

(吴佳佳)

本报讯 闫利 近日,中国罐头工业协会水产罐头分会正式在浙江省杭州市成立,标志着我国水产罐头行业告别分散发展格局,迈入专业化、规范化、协同化高质量发展新阶段,填补了国内水产罐头领域专业行业组织的空白。中国罐头工业协会理事长刘有千表示,分会的成立是顺应行业发展大势、满足企业共同期盼的关键举措,将为产业升级搭建核心专业平台。

我国水产罐头产业历史悠久,是中国罐头工业的重要奠基板块,自1893年广州广茂香罐头厂生产出第一罐豆豉鲮鱼罐头起,历经百余年的发展,已形成覆盖原料养殖捕捞、加工生产、包装物流、内外贸销售的完整产业链,主产区集中在福建、山东、浙江、广东、辽宁等沿海省份,产业集聚效应显著。当前,行业正朝着健康化、方便化、高端化加速转型,成为水产品精深加工与现代食品消费的核心赛道。

数据显示,2025年我国水产罐头市场规模约185亿元,增速4%,虽保持稳步增长,但相较于肉类罐头超10%的年均增速,行业增长仍有较大提升空间。从市场现状来看,产业发展面临多重挑战:原料供应紧张、国际贸易认证门槛高、进项发票开具难等问题制约企业经营;消费者对水产罐头存在“高油高盐、含防腐剂”等认知偏差,近三成消费者因规格不适造成浪费,价格敏感度与品质信任度不足也影响市场拓展;同时,行业还存在集中度偏低、标准体系滞后、创新能力不足、同质化竞争等短板。

刘有千指出,我国水产罐头产业基础扎实、发展潜力巨大,分会的成立将有效破解行业共性难题,凝聚全产业链合力。未来,分会将整合生产企业、原料供应商、装备配套企业、科研院校等多方资源,打破企业单打独斗的局面,推动行业从“生产大国”向“标准与技术强国”跨越。

水产罐头分会首任主任委员陈义方表示,分会将坚守“政府信得过、行业离不开、企业真需要”的定位,聚焦六大核心任务推动产业发展:以标准引领规范,加快制修订行业产品标准与技术规范;以技术创新驱动升级,联合科研院所攻关减盐、减脂、清洁标签、智能加工等关键技术;以质量安全守护消费,建立全流程可追溯体系,重塑消费认知;以市场拓展提升品牌,组织企业抱团开拓内外贸市场,应对国际贸易壁垒;以产业协同融合发展,推动一二三产业深度融合;以人才培养夯实根基,提升行业从业人员专业素养。

水产罐头行业迎来规范化新起点

