

饮料市场健康化趋势加深

走进超市,无糖茶饮占据了饮料柜最醒目的几层;打开外卖软件,轻食沙拉店越开越多;朋友聚餐,有人提前把菜单上的“少油少盐”圈了出来……近年来,健康正在从一种生活理念变成一种消费选择。

民以食为天,食以健为先。当前我国大健康市场规模逐年攀升,健康相关消费增速常年高于整体消费品增速,健康消费已经成为扩容内需市场、赋能健康中国战略落地的关键抓手。随着《扩大消费“十五五”规划》《国民健康“十五五”规划》相继落地,健康消费正在串联起居民生活方式革新、全产业链协同升级的双向循环,成为食品行业迈向高质量发展的核心命题。

健康消费是释放内需增量的优质引擎,一头连着百姓美好生活,一头牵起庞大的现代产业体系。中粮集团党组成员、副总经理庆立军表示,从扩大内需角度看,健康食品消费具有较强的带动作用。一方面,它连接着居民生活方式升级,能够创造新的消费需求;另一方面,也能够推动农业、食品加工、科技创新、智能制造等多个产业环节协同发展。这为食品行业未来的产品创新、品类延伸、渠道重构提供了清晰的顶层设计。

内需潜力的释放根植于居民膳食理念的迭代。多家第三方消费调研机构调

研显示,超七成消费者选购食品时优先考量营养属性。

庆立军表示,当前中国消费市场一个很明显的变化,是食品消费正在经历从“吃得饱”到“吃得好”,再到“吃得均衡”“吃得健康”的持续升级。消费者对精准营养的诉求正在强化,不同人群开始根据自身营养体征选择食品,同时越来越关注食品功能成分,药食同源概念得到较好体现。

行业趋势显示,国内规模以上食品制造企业近些年研发投入年均上涨,越来越多企业搭建专属营养实验室。在庆立军看来,新一轮消费升级既源于需求侧的持续升级,也离不开供给侧创新能力的不断提升。从产业发展来看,食品行业正加快由传统制造向创新驱动转型。科技进步、基础研究突破以及生产工艺、智能制造等能力持续提升,使企业能够把更多科研成果转化为产品创新,更精准地回应消费者需求。

市场竞争逻辑同样迎来深刻重塑,品

质实力、食用体验、品牌信任成为消费者选购食品的核心标尺。

庆立军表示,食品行业新一轮转型最核心的是企业必须把满足消费者需求放在首位,要更加精准地连接消费者,更深入地理解需求变化,并通过产品创新满足消费者感性和理性方面的需求,并通过不断丰富的线上线下渠道,将产品送到消费者面前。

当消费场景、前沿科技、健康需求三者之间开展深度互动,食品行业格局也在被重塑。

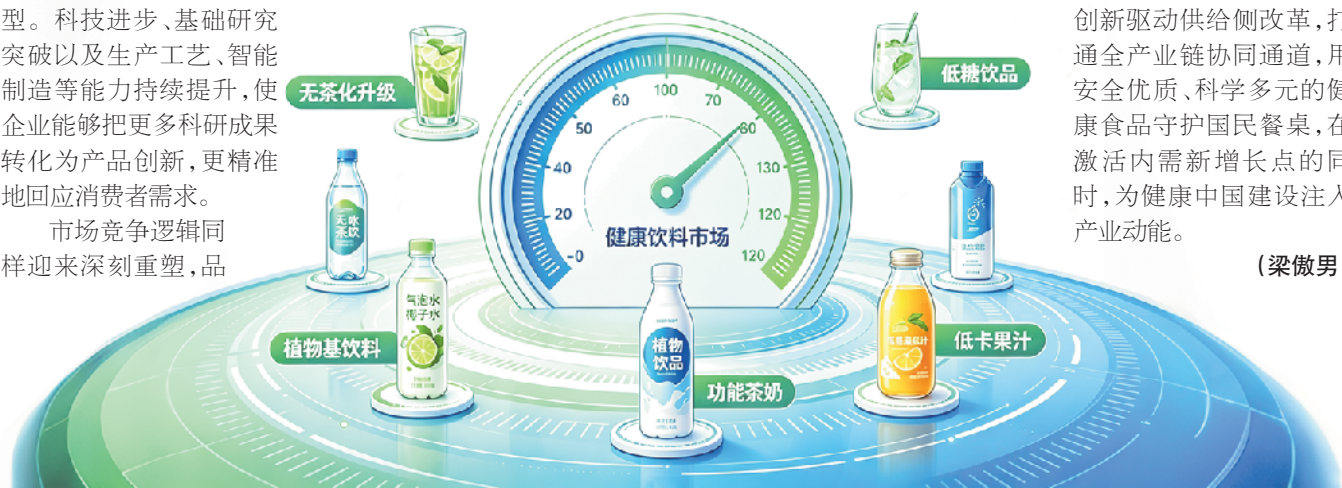
庆立军分析,未来五年,最大的变化将发生在科技、产业和消费需求三者之间的相互作用。一方面,消费需求更加场景化和精细化,不同年龄、不同生

活方式、不同健康需求,需要更加精准、更加便捷的营养解决方案;另一方面,行业底层技术将持续突破。这些变化将倒逼企业建立从原料研究、产品研发,到生产制造和消费服务等更加系统的创新能力。

“对中粮来说,我们始终立足国家粮食安全和人民美好生活需要,推进‘从粮到养’战略,持续布局营养健康食品等新兴领域,推动更多科研成果转化为满足消费者需求的创新产品。”庆立军说。

民之所盼,政之所向,业之所趋。据国家卫健委公开信息,全民合理膳食行动已经覆盖多数省市,国民健康消费意愿连年走高。业内人士观察认为,站在“十五五”开局起点,食品行业应以科技创新驱动供给侧改革,打通全产业链协同通道,用安全优质、科学多元的健康食品守护国民餐桌,在激活内需新增长点的同时,为健康中国建设注入产业动能。

(梁傲男)





贵州贵酒 封藏酒

— 以时光 酿珍贵 —




中康一品实业有限公司

服务热线: 400-800-2692

销售电话: 010-83362960

