

2019年度保健品行业 网络关注度分析报告

2019年

本报告为新浪微热点大数据研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受中国法律知识产权相关条例的版权保护。任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

研究综述

- 研究对象：中国互联网网民
- 数据来源：以中文互联网大数据及新浪微博的官方授权数据为基础，7*24小时不间断采集新闻、报刊、政务、微博、公众号、博客、论坛、视频、网站、客户端等全网11大信息来源，每天采集超过1.4亿+条数据
- 统计时间：2019年

指标说明

- 网络传播热度指数：是指在从新闻媒体、微博、微信、客户端、网站、论坛等互联网平台采集海量信息的基础上，提取指定事件、人物、品牌、地域等相关信息，并对所提取的信息进行标准化计算后，得出的能反映其在网络上受关注度的指数
- 关键词云：利用自然语义分析法，对该事件中提及的关键词进行分词聚合，呈现出被提及频次最多的关键词；字号越大词组被提及频次越多

什么是保健品？

根据中国国务院规定，保健食品是指声称具有保健功能或者以补充维生素、矿物质等营养物质为目的，能够调节人体机能，不以治疗疾病为目的，含有特定功能成分，适宜于特定人群食用，有规定食用量的食品。

保健品在国际上一般称为膳食补充产品。

参照Euromonitor的保健品统计定义，保健品分为四类：

膳食补充剂

以维生素、矿物质及动物提取物为主要原料，通过口服补充人体必须的维生素和活性物质。

体重管理产品

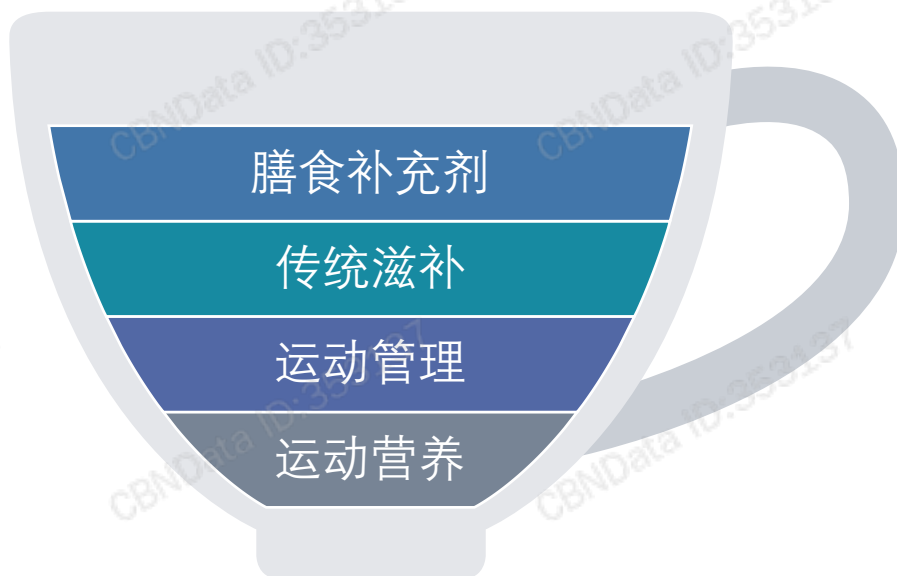
辅助人们实现健康体重，避免太胖或者太瘦，通常需要配合运动及健康生活方式。

传统滋补类

以草本和动植物提取物为主要原料，补充人体所需物质。

运动营养品

根据不同运动项目特点对各类营养素需求，补充人体消耗的热量，修复损伤肌肉组织，促进新陈代谢、恢复疲劳。



备注：Euromonitor即世界权威市场研究机构欧睿国际。

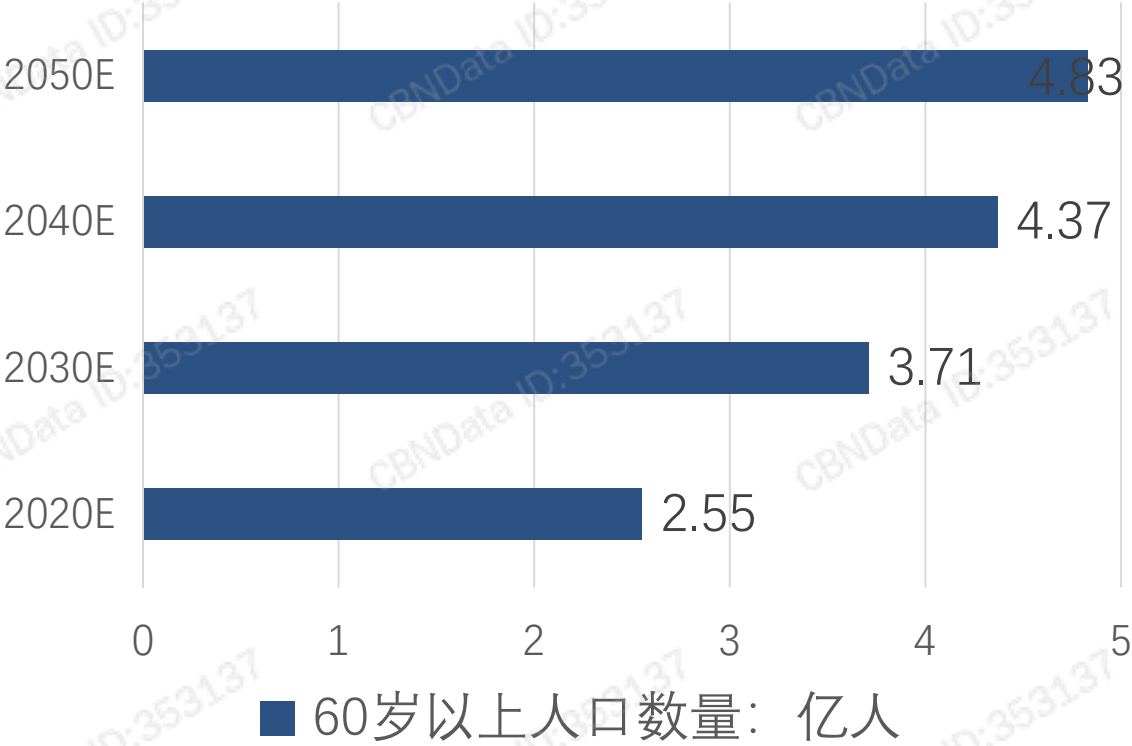
我国营养保健品行业自80年代起发展至今已有近40年的历史
发展历程可以分为以下五个阶段：



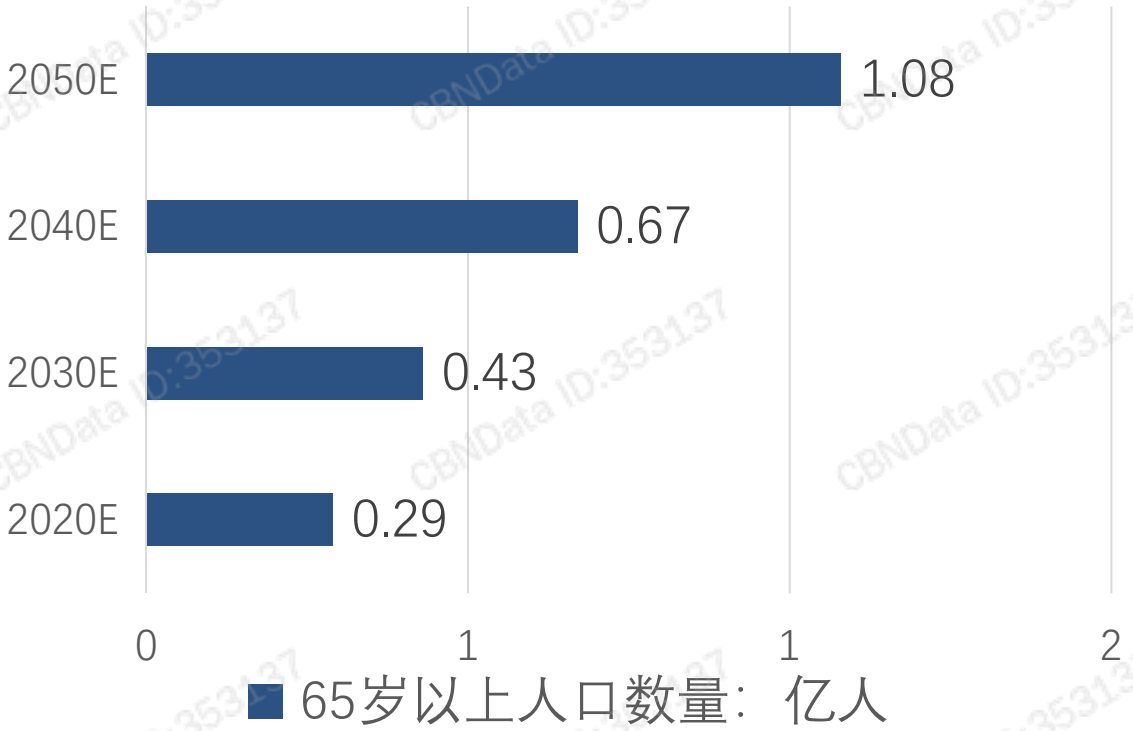
2050年中国60岁及以上人口将达4.83亿

老龄人口基数的增大带来保健品需求的提升

60岁以上人口数量预估

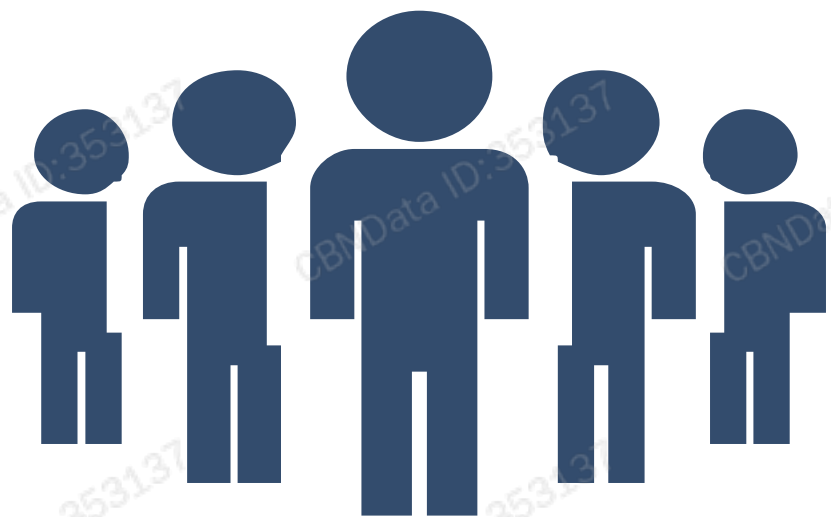


65岁以上人口数量预估



数据来源：国家统计局

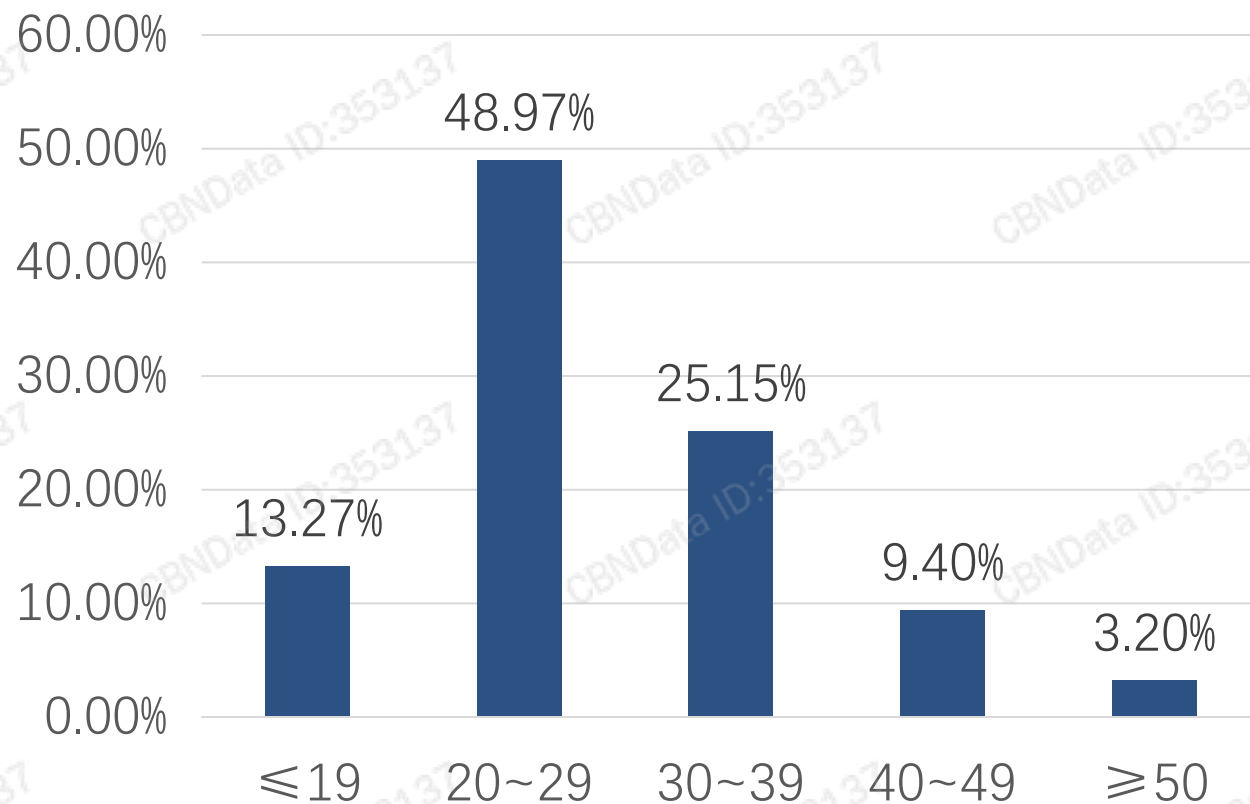
80、90后渐成保健主力，推动保健食品行业市场发展



一直在用保健品的
90后占比达
21.9%

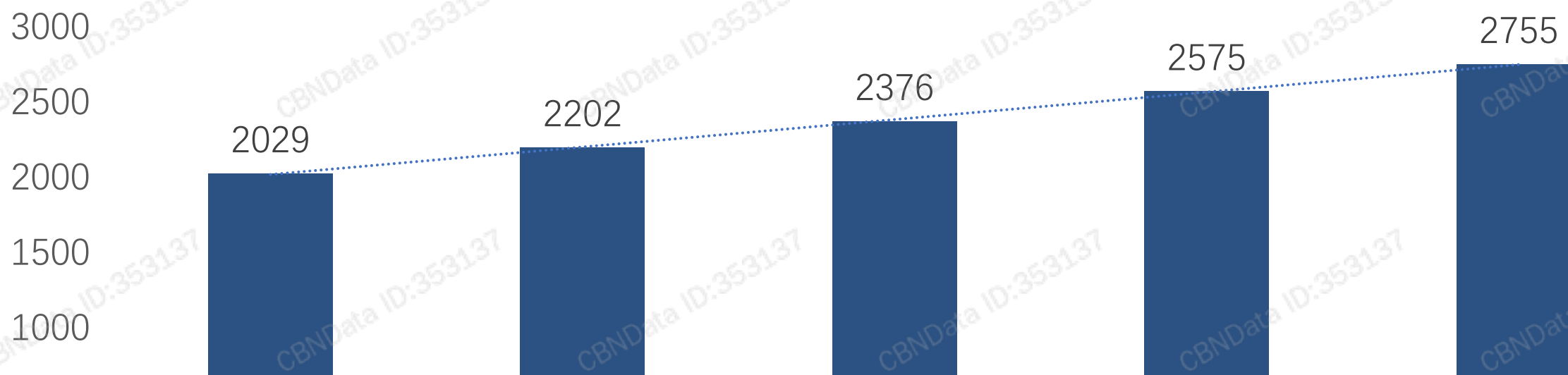
在保健品购买者
中90后占比达
25.01%

关注保健品的人群年龄占比



2015年—2019年中国保健品市场规模快速增长

2015年—2019年保健品行业市场规模（亿元）



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_16955

