

老字号

补益用药

成分党

轻滋补

中国气血健康白皮书

CBNDATA

第一财经商业数据中心



华润

与您携手 改变生活



东阿阿胶

© 2022 CBNDATA. All rights reserved.

目录

CONTENTS



第一部分

气血健康成头号诉求
中式养身思潮日益风靡

4

第二部分

气血健康重要性解构

9

第三部分

气血健康消费者洞察

13

第四部分

科学补气血新姿势

21

引言

EINLEITUNG

“

健康正在成为当今时代每个人最宝贵的财富

“防病先行”，对抗惰性，养身成为了积极生活态度的代表

政策支持、疫情催化、国潮掀起，中医药学出圈，中式养身圈粉无数
追本溯源、探表究里，想破局诸多养身诉求，气血健康重要性凸显

我们以解构气血健康重要性为始

了解现代人气血不足表现与成因

洞察消费者进补气血核心诉求与方式偏好

深挖最受气血滋补人青睐的品类

站在OTC/药用滋补品这一备受关注的品类上

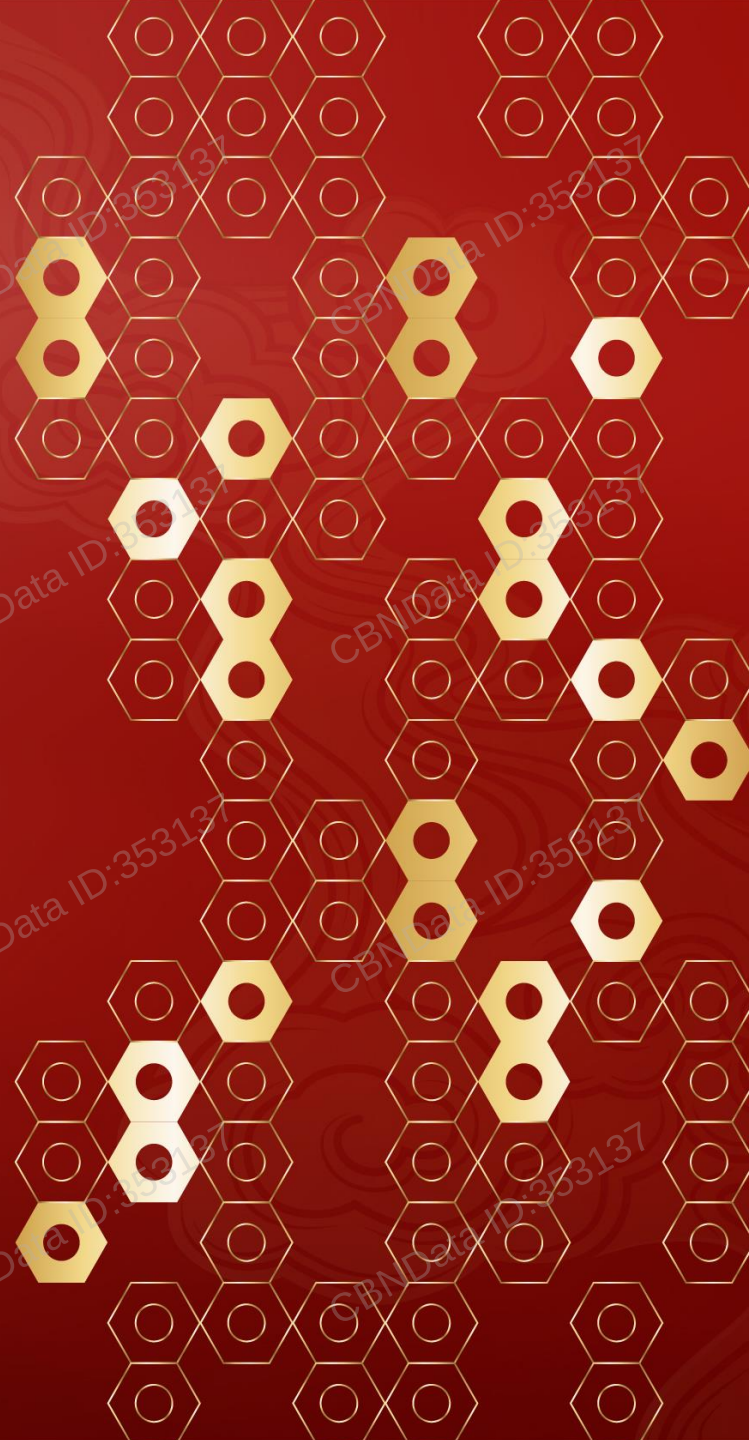
东阿阿胶踏在科学滋补气血大道上

以其百年传承的品质、补血圣品“阿胶”、创新轻滋补“新品”，守护每位消费者的气血健康

”

中式养身思潮日益风靡 气血健康成头号诉求

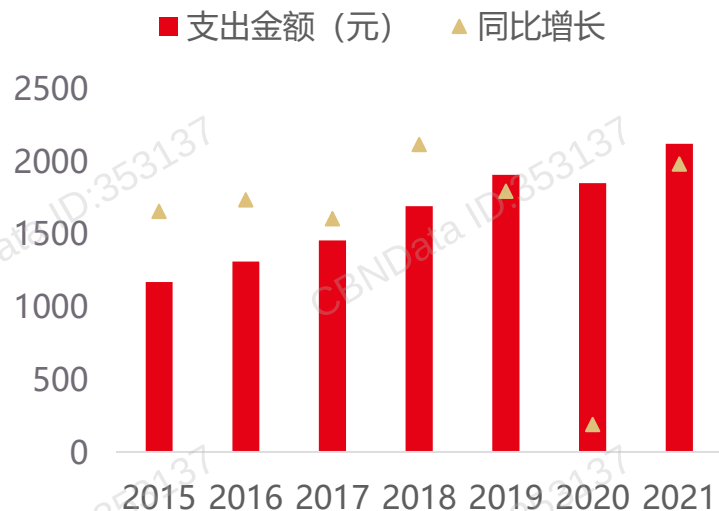
ONE 1



后疫情时代，养身成为一种更笃定的全民生活态度

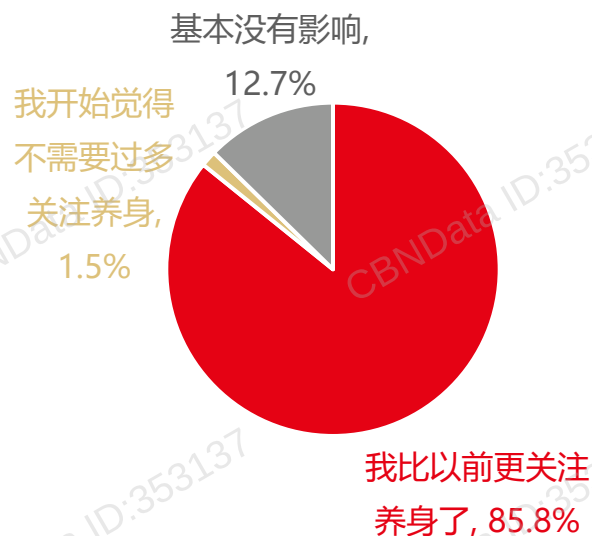
疫情影响下国民更加关注健康，2021年全国居民人均医疗保健支出首次超2000元，达到近年最高水平。调研发现约86%的人相比疫情前更加关注养身，各代际人群的养生态度都更加明确。

2015年-2021年全国居民人均
医疗保健支出



数据来源：国家统计局

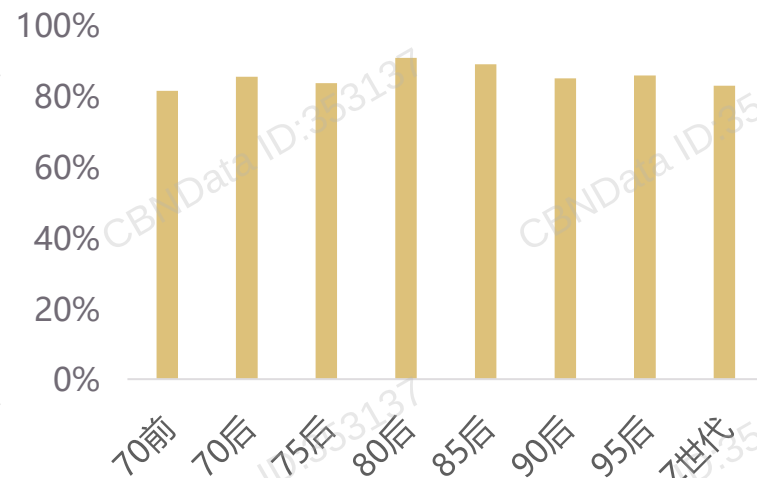
疫情对国民养身态度的影响



CBNDATA2022年9月增补气血人群调研
数据说明：请问疫情是否对您的养身态度产生了影响？
N=1500，单选

大数据·全洞察

不同代际“我比以前更关注养身了”
渗透率



数据来源：CBNDATA2022年9月增补气血人群调研
数据说明：请问疫情是否对您的养身态度产生了影响？N=1500，
单选，渗透率 = “我比以前更关注养身”人数 / 总人数

中医药产业政策利好，疫情催化下，中医理念出圈，中式养身走热

国家高度重视中医药行业的发展，创造了良好的中长期政策环境，多措并举，切实提升中医药服务供给。疫情催化下，超过90%的消费者对于中医药学和中医养身的信任感都有不同程度的加强。

《中华人民共和国中医药法》

“中西医并重”方针受到法律保护。

2017

《关于执行中药配方颗粒国家药品标准有关事项的通知》

首批160个中药配方颗粒国家药品标准已正式颁布

2020

《关于加强中医药健康服务科技创新的指导意见》

提出加强中医药健康服务理论与技术方法的研究，及相关产品研发等。

2018

《“十四五”中医药发展规划》

提出10个方面重点任务，为实现新时期中医药高质量发展明确了举措，提供了保障，并设定了15项主要发展指标。

2021

《关于促进中医药传承创新发展的意见》

提出七大方面28条政策措施，以更好发挥中医药特色和比较优势。

2019

数据来源：公开资料整理

疫情对消费者中医药学、中式养身态度的影响

是，我开始能接受一些中医药学的理念，但还未付诸行动

13.5%

是，我开始尝试中医药学来预防、治疗疾病

23.9%

保持原来的态度，没有改变

2.7%

是，我对中医药学的信任度进一步提高

59.9%

数据来源：CBNDATA2022年9月增补气血人群调研

数据说明：中医药学在预防和治疗新冠疫情中得到广泛而有效应用，请问您对中医药学、中式养身的态度是否因此发生变化？N=1500，单选

中式养身助力破解健康烦恼，消费者拥有“补气补血+”的多元诉求

消费者通过中式养身想要实现的目的较多，其中气虚血虚是消费者希望通过中式养身改善、解决的重要问题，并且消费者出现了“补气血+”的复合需求，这是因为气血不足往往会导致脾胃虚弱、肤色暗黄等伴随性症候。

通过中式养身希望实现的效果词云



CBNData2022年9月增补气血人群调研
数据说明：您会通过养身主要来实现以下哪些目的？N=1500，多选且限选5项

中式养身法下的复合需求“增补气血+”



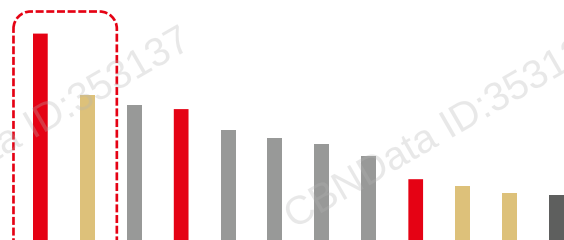
CBNData2022年9月增补气血人群调研
数据说明：您会通过养身主要来实现以下哪些目的？N=1500，多选且限选5项

中式养身方式千万条，OTC/药用滋补品最受气血进补人青睐

即食滋补品和OTC/药用滋补品是消费者选择最多的中式养身方法，带动线上食补药补品类的普遍增长。气血类滋补方面，具体看食补药补品类，OTC补益用药消费规模和增速均较为突出，其增长动力主要来源于消费人数。

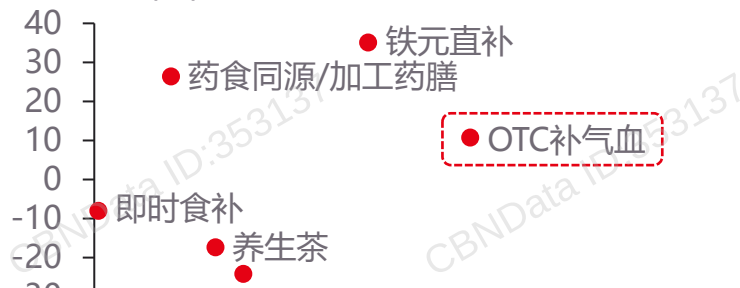
中式养身方式渗透率

■ 食补 ■ 药补 ■ 中式理疗 ■ 其他



MAT2022补气血不同食补药补品类 线上消费规模和增速

增长率指数 (%)



OTC增补气血线上消费驱动因素



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_48044

