

一边熬夜一边养生的年轻人 嗑起保健品来谁都拦不住

“敷最贵的面膜,吃最贵的保健品,点最便宜的外卖,熬最深的夜”,这句流行网络的段子形象描绘出了当下很多年轻人的真实生活写照。

“每天吃保健品就是图个安心,药店店员说,食物中的营养素不能被人很好地吸收,但是保健品能够被很好地吸收,所以就开始吃了。”家住北京的23岁张女士告诉记者,她每天都会吃维生素C、维生素B、葡萄籽等各种各样的保健品,而像张女士这样每天在吃保健品的年轻人并不在少数。



◀2019年中国医药原料(美国)品牌展17日在美国拉斯维加斯开幕,79家中国企业参展,展品涵盖医药原料、功能食品原料、食品补充剂原料、保健品原料等。
据新华社



年轻人正在“逛”吃哪些保健品?

80、90后被网络称为“养生C位人”,据叮当健康研究院数据显示,80、90后有养生意识的人数超过7成,其中80后占到了38.7%。在营养保健品的购买者中,90后占比达到25.01%;一直在吃保健品的90后高达21.9%。

记者在国内知名的几家电商平台上看到,保健品种类繁多且销量火爆,其中,排名居前的黄金搭档、汤臣倍健、碧生源、康恩贝等都是受到年轻消费者青睐的保健品品牌,价格在几十到上百元不等。

某款英国保健品官方网站对于其热销的葡萄籽精华胶囊的产品描述为天然抗氧化、减少自由基产生、消除老化代谢物,而在其他电商代网站中,这款产品描述还增加了所谓的七天支持胶原改善干燥,14天不易泛红,痘痘不复发,28天色斑淡化,细纹减轻,60天扫除暗黄,皮肤通透的“神奇”效果。广告宣传侧重女性消费者,精准对标所适用人群。

《2018国民健康跨境消费趋势报告》显示,随着国民生活健康意识增强,健康产品消费金额稳步提升,80后、90后是健康产品消费主力,95后消费增速领先;海淘消费习惯已逐渐养成,进口健康产品市场中,保健食品和膳

食营养补充食品最受关注,即食燕窝、蜂蜜等滋补营养品增速明显;保健品消费者中,购买膳食纤维和果疏纤维的人数最多,来自澳大利亚、美国和日本的进口保健品最受欢迎;胶原蛋白、膳食纤维、葡萄籽受爱美人士追捧,高丽参、桃胶热度提升最快;加班族最爱买的进口保健品是护肝类产品、膳食纤维、钙类,护眼明目类保健品中,叶黄素最受欢迎;健身党偏爱乳清蛋白等增肌产品。

30岁的黄女士告诉记者,其怀孕期间为了补充营养元素吃了类似于叶酸、钙片、DHA等多种保健产品,但在后期的体检中却被检查出转氨酶超标,医生告知可能是保健品食用过量所导致的肝负担加重。

那么吃保健品到底有没有效果呢?北京康复医院中医康复中心主任杨傲然对媒体表示,如果过量补充某一种所谓的保健品,或者某一种人体所需要的元素,会对人体的肝肾功能都会造成一定的损害,有的人表现肝肾功能的损害,有的人表现出现呕吐、头晕,更严重的还有失明、出血等。汤臣倍健某内部人士告诉记者,保健品年轻人可以服用,但如果日常饮食均衡,则不建议额外补充,否则食用过量会破坏身体机理平衡。

为何年轻人热衷保健品?

34岁的丁先生也是保健品消费大军中的一员,平时由于工作压力大经常失眠,因此丁先生床头常备褪黑素类保健品,而遇到喝酒应酬时还会掏出护肝片“嗑”上几片,尽管如此,实际线后移的困扰依旧找上了丁先生。情急之下,他又火速下单了一盒含有雄性激素的保健品,如今的床头也已经摆上了五六种每天必吃的瓶瓶罐罐。

上述张女士告诉记者,吃保健品就是为了图个安心,“对我个人而言,吃保健品就是一种仪式,它提醒我要注意身体健康,少熬夜,虽然药效目前感觉不出来,但是心理得到了安慰。”

据速途研究院发布的《90后养生报告》也显示,国内长时间使用保健品的90后占比21.9%,有接近五成的90后偶尔会使用保健品,而排斥保健品的90后群体只占3.9%。在保健品的消费支出方面,有34.2%的受访者每月在百元以内,32.7%的受访者表示月消费

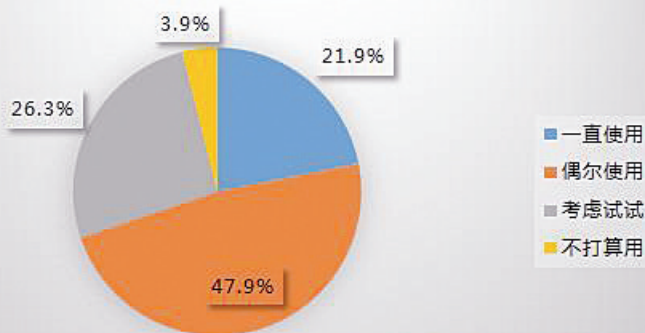
一百至二百元之间。值得注意的是,月消费百元内的受访者中,80后和90后占比超过七成。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为,年轻人吃保健品一方面是种强烈的心理暗示,认为吃了保健品身体就一定好,第二是吃了保健品自己有面子,因为能够买得起保健品,说明自己很有实力,更重要的是年轻朋友往往随波逐流,看着广告买东西。

据智联招聘针对白领的一次调研结果显示,29.1%的白领觉得自己生活不规律、习惯性熬夜是不健康的原因,还有不少人认为主要是因为缺少锻炼、工作压力大。另一方面,接近95%的白领存在不同程度的焦虑问题。

叮当健康研究院认为,随着全民健康意识的觉醒,养生年轻化是大趋势,以“80、90后”为代表的新健康消费者们需求逐步消费升级,从健康治疗转向预防为主,以“吃出健康”来调节营养均衡,来达到养生的目的。

90后使用保健品频率占比



By:速途研究院 (sootooinstitute)

相关链接

保健品国外的好? 还是国内的棒?

罗兰贝格在两年前推出的报告《千亿保健品市场,蛋糕谁来分享?》中预测,中国保健品的市场规模将从2015年的约1200亿发展至2020年的约1800亿,报告还显示,免疫提升、美容养颜和抗疲劳/减压的市场规模和增速都位于最高的区间。

中青年这里,有更广阔的保健市场。只是,他们对“什么样的保健品更好”这个问题有着自认为更加科学的判断,于是对不同领域的保健品展现出截然相反的态度。在中国消费者协会2016年的调研中,41%的被调研者认为国外的保健品更好,22%的被调研者则相反。

职场人喜欢 膳食补充剂

在丁香医生联合脉脉对职场人进行的保健品使用种类调研中,除了枸杞、菊花茶、人参等传统滋补品,人们偏爱购买的保健品多是膳食补充剂。

保健品不是“药”, 年轻人应理性选择

数据显示,近年来保健品行业有快速扩张趋势。中国营养保健食品协会秘书长刘学聪在接受记者采访时曾表示,截至2018年,我国约有16000个保健产品批准文号,约2300多家工厂,600—800万从业人员,近4000亿产值,2004—2018年复合增长率达9.3%。目前,中国已是全球第二大保健品消费市场。

在刘学聪看来,我国保健品企业发展规模参差不齐,大部分还是中小微企业,虽然这一行业前景广阔,但一些保健品行业企业并没有珍惜机会,而是为了利润互相诋毁,恶性竞争事件层出不穷,造成保健品市场一片混乱,消费者更是无所适从。

国内保健品市场扩张的同时,海外保健品品牌也未停止进入脚步。2017年,澳大利亚四大知名保健品牌与国内几大知名电商达成合作,上述保健品将拓展各种跨境购渠道。

权健一事发生后,国家开始严格管控保健品,要求要在明显位置上写上“保健食品不是药物,不能代替药物治疗疾病”的字样,并且严禁在保健品功效中使用“治疗”二字。

刘俊海建议,防止年轻人沉迷保健品,就要加强对保健品的市场监管,在规范行业行为的同时,年轻人自己也要树立科学、健康的消费观念。保健品不可替代药物,也不可能防病,更不可能治病,不要忽视了自己应当遵循的基本的养生规则。

(综合经济日报、人民日报等)