

一边熬夜内卷，一边养生保健

# 健康消费 成年轻人

新

刚需



2024年中国大健康产业总收入规模  
预计达9万亿元

“80后”“90后”成为户外运动群体的核心  
户外运动爱好者在单个户外运动项目上  
年均消费2000元至5000元

30岁以下年轻人热衷的新兴运动中，  
网球、攀岩、台球的订单量增速位居前三  
相较服饰、美容，  
年轻人更愿意在旅行、学习上增加支出

## 运动成风尚

网球攀岩台球的订单量速增

一场春雨过后，江西萍乡武功山云雾缭绕。26岁的肖子旭和骑友们从萍乡城区出发，趁着雨后初晴，蹬着山地车，沿着萍乡武功山景区的大道骑行，享受户外的美好。“每次骑行，都像给身心充了电！”肖子旭说，自己骑行到武功山20次，骑行里程超过了1万公里，从防雾护目镜到减震手套，在骑行装备上的消费已超3000元，“为兴趣买单，值！”

在萍乡武功山景区，年轻人正成为户外运动消费主力军。芦万武旅游公路两侧，专业骑行道与健身步道如丝带般缠绕山间，吸引着各地骑友。“过去游客来武功山就是爬山，现在骑行、露营都成了标配。”萍乡武功山风景名胜区管委会副主任糜锋介绍，景区近年来通过举办国际帐篷季、越野挑战赛，承办环鄱阳湖国际自行车大赛等一系列户外赛事，年均接待各类户外运动爱好者超过百万人次，年轻人占比很高。

随着全民健身运动广泛开展，青年群体健身运动热情也持续高涨。国家体育总局发布的《中国户外运动产业发展报告（2023—2024）》显示，从消费水平看，户外运动爱好者年均消费保持在较高水平，在单个户外运动项目上的年均消费达2000元至5000元。从消费群体看，“80后”“90后”成为户外运动群体的核心。无论寒暑，年轻人打卡健身不断档。美团数据显示，去年底以来，运动健身的搜索量同比增长70%，其中，20至30岁的年轻用户占比近六成，平台上的健身房月卡、24小时健身房、自助健身等新潮供给，深受年轻人青睐。在30岁以下年轻人热衷的新兴运动方面，网球、攀岩、台球的订单量增速位居前三名。

## 消费更走心

舒缓压力的身心疗愈有市场

“点香时异常专注，闻香时心无杂念，比玩手机充实多了。”29岁的王苗苗下班后，喜欢来到山东青岛西海岸新区毛家山村，在闻香课堂上疗愈身心。闻香课堂是毛家山村打造的非遗课堂的一部分。青年群体全新的消费理念，为这座小山村带来了青春活力。毛家山村瞄准年轻人健康消费，引进“隐山·栖茶”茶艺馆、萌宠壹号露营地、“青荷山塘”等文旅融合新业态项目，并全新上线果蔬采摘、文创工坊、招募螺钿工艺、布艺扎染、手工饰品、3D绘画等摊位，吸引30余名手工艺人及创客入驻。如今，毛家山村摇身一变，成为集“游、学、品、宿”于一体的健康消费田园综合体。

周末早上，山东肥城市民中心的图书馆十分热闹。读者在书架间穿梭，选书，书香氤氲的阅读区里坐着不少安静阅读的年轻人。“我喜欢阅读一些心理方面的书籍，学习调整心态，这对日常生活很有帮助。”阅读爱好者李明亮说。

“现在城市生活压力大，不少年轻人喜欢阅读轻松有趣的书籍，图书馆为他们提供了海量阅读资源。”肥城市文化和旅游局副局长王永昌介绍，目前肥城市图书馆建成镇街分馆14家，实现镇街全覆盖，让市民群众读书更方便。

《2024有意思生活方式报告》显示，当下年轻人在愿意增加支出的消费品类上，选择旅行、学习的比例（分别为36.5%、23.1%）显著超过了选择服饰、美容的比例（分别为16.2%、13.7%）。更多年轻人选择在旅行中放松心情、在学习中涵养心灵，追求更加平和、自洽的精神状态。

“注重精神健康消费，是群众美好生活的重要组成部分。”中国社科院社会学所消费与文化社会学研究室研究员朱迪说，越来越多的年轻人对自我及家庭幸福更加关注，消费习惯的改变正反映出他们愈发重视精神健康的新消费观。

据人民日报

“一边熬夜内卷，一边养生保健”，如今，这样自嘲的年轻人，把健康消费当作新“刚需”。年轻人何以成为健康消费的生力军？充满商机的健康消费市场呈现哪些新看点、新活力？记者深入各类消费场景进行实地探访。

## 康养受追捧

饮料火锅融入养生新理念

曾经，“康养”一词基本专属于中老年人。如今，青年群体也不遑多让，争相加入“养生局”。江西鹰潭信江新区居民周佳敏，尽管只有20岁出头，却懂得不少养生门道。平日里，她会自制薏仁红豆汤、银耳雪梨汤等滋补养生汤，用来代替奶茶、蛋糕等甜食，而烧烤、油炸食品等，她选择远离。周佳敏也会吃糖，但不是普通的糖，而是富铁软糖、叶黄素酯软糖等。网购低热、低脂、具有功能性的食品，健康膳食再搭配合理运动，这样的生活方式，让她觉得轻盈而有活力，愿意坚持下去。

青年群体更加关注自身健康、对康养产品需求旺盛，也给生产厂家提供了广阔市场机遇。“健康消费，也需要新概念。我们把中药材制成保健饮品，很受年轻消费者欢迎。”北京嘉桦生物技术有限公司董事长张学刚说。

相关市场调研显示，与上一代消费者相比，“90后”和“00后”更注重预防和保养，讲究“精细养生，即刻滋补”，在康养这件事上，认真不含糊。中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建认为，更好的物质条件、更高的教育水平、更便捷的健康信息获取方式，以及慢性疾病低龄化案例的宣传普及等因素，让越来越多的年轻人更主动地管理起自我健康，以实现更高品质的生活。

美团、大众点评统计数据显示，去年底以来，“滋补养生类火锅”关键词搜索量增幅最快，而且25至30岁用户搜索热情最高；不少餐饮商户提前上线了品质团购套餐，成功招揽年轻顾客到店消费。快手电商2024年数据显示，在身体清洁领域，身体精油/皂、泡澡浴包、香水沐浴露的销售商品数、订单量均呈现年同比翻倍增长。个性化的沐浴产品需求，体现出人们对精细养生的深入追求。

年轻人健康消费方式精细化、多样化、便捷化，推动健康产业向上发展。中国消费者协会发布的《健康产业消费趋势发展报告》显示，2024年中国大健康产业总收入规模预计达9万亿元。