

# 免疫力和肠道健康管理 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 影响免疫力和肠道健康管理市场的市场因素。
- 值得关注的最新营销活动与新品研发动向。
- 免疫力和肠道健康情况的变化。
- 造成免疫力低的因素。
- 接下来值得关注的促进免疫力和肠道健康的食物/成分。

消费者认为多种不良的生活习惯会造成免疫力低，但出人意料的是，不良的卫生习惯不在其中。这表明，相比可能暴露在细菌或病毒之中，消费者认为不良的生活习惯更不利于免疫力健康。

消费者对感染新冠病毒的担忧有所缓解，但这并不意味着他们的免疫力健康管理意识下降。消费者不断演变的需求围绕针对不良的生活习惯以提升免疫力，说明品牌有机会通过打造与健康生活方式的关联度，对品牌形象进行升级。

尽管多数消费者相信肠道健康有助于免疫力健康，但制约“肠道-免疫力”轴概念发展的其中一个最大的阻碍在于，通过肠道来提升免疫力尚未被视作是一种常见的生活习惯。为了触及更多的大众市场消费者，品牌需要利用简单易懂的信息来解释通过肠道来提升免疫力所能带来的日常益处。

后生元被视作是针对“肠道-免疫力”轴进行产品创新的潜力成分。结合行业近期发布的对后生元的统一定义，品牌有机会将庞杂的后生元概念转化成简单易懂的话术，从而带动更多消费者了解后生元成分。



“消费者提升免疫力的策略已经从构建外部防御屏障演变成了打造健康、有活力的生活方式。品牌可以抓住这一即时的市场机遇，建立提升免疫力与有活力的生活方式之间的关联度，从而升级品牌形象。由于消费者尚未完全理解在日常生活中通过管理肠道来提升免疫力的重要性，品牌需要借助自身的想象力，并结合统一的行业定义，来阐释庞杂的概念，从而吸引潜在的消费者。”

——刘文诗，首席分析师

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 公司与品牌
- 消费者
- 消费者尚未完全形成通过日常肠道管理来提升免疫力的认知
  - 数据1: 免疫力健康情况，2023年
  - 数据2: 肠道健康情况，2022 vs 2023年
  - 数据3: 对提升免疫力的关注度——更多，按肠道不适问题（α）的变化区分，2023年
- 对于免疫力防护来说，生活习惯比外部防御屏障更重要
  - 数据4: 造成免疫力低的因素，2023年
- 对新鲜天然食物的信任超过了传统健康补充剂
  - 数据5: 提高免疫力的食物，2023年
- 除了姜黄素和后生元，消费者对提升免疫力或提升肠道健康的成分有着明确的偏好
  - 数据6: 促进免疫力/肠道健康的成分，2023年
- 对天然来源的膳食纤维需求正盛，但缺乏对量的认知
  - 数据7: 对膳食纤维的理解，2023年
- 消费者意识到情绪和补充水分对免疫力健康的作用
  - 数据8: 对免疫力的理解，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 解读免疫力健康管理不断演变的营销策略
  - 数据9: 力度伸x咕咚体育“一起跑，跑出免疫力”，中国，2023年
  - 数据10: 零白后生元肠胃治愈企划，中国，2023年
- 在免疫力提升领域，利用一些“天然性”对补水进行重新定位
  - 数据11: 将新鲜水果/蔬菜定位成天然的电解质来源的免疫提升产品示例，全球，2018-2023年
- 后生元：一种可以加强“肠道-免疫力”轴概念的潜力成分
  - 数据12: 华大基因优美达的后生元科普，中国，2023年

市场因素

- 第一波新冠感染过后，消费者更热终于有活力的生活方式
- 研究表明，感染新冠可能对肠道健康有影响

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 中国借助行政手段规范保健食品推广

### 营销活动

- 与肠道健康有关的产品加码节庆营销  
数据13: 节庆营销示例，中国，2022-2023年
- 用简单的比喻来解释益生元  
数据14: Garden of Life益生菌免疫补充剂的线上产品信息，中国，2023年
- 全球市场：通过尝试线下实验性营销，美素佳儿的转化率有所增长  
数据15: Flash Concepts“大消化冒险”，新加坡，2023年

### 新产品趋势

- 新品研发中的高纤维宣称持续增长  
数据16: 食品和饮料“新品中排名靠前的功能性与健康类”宣称，中国，2020/2021-2022/2023年
- 针对免疫力健康的保健食品保持突出表现；市面上出现保护胃粘膜的产品  
数据17: 中国获批的保健食品宣称的“部分健康功能占比”，2021和2022年
- 创新焦点
- 乳铁蛋白保护免疫系统的功效可以在成人食品饮料领域蓬勃发展  
数据18: 含有“乳铁蛋白”作为成分之一的牛奶和调味奶新品占比，中国，2018/2019-2022/2023年  
数据19: 伊利金典活性乳铁蛋白有机纯牛奶，中国，2023年
- 脂质体微囊封装技术在免疫提升创新中有所增长  
数据20: 具有“功能性-免疫系统健康”宣称的新品“中提及”脂质体的“或”脂质体”的新品“占比”，全球，2018/2019-2022/2023年  
数据21: 利用脂质体技术的维生素C补充剂示例，中国和日本，2023年
- 高纤维定位方面，蔬菜成分比水果更热门  
数据22: 具有“高纤维/添加纤维”宣称的食品“和饮料”新品中使用的部分成分，中国，2020/2021-2022/2023年  
数据23: 以蔬菜作为关键卖点成分的高纤维食品和饮料示例，中国，2022-2023年
- 日本市场扩大使用麒麟集团研发的乳酸乳球菌  
数据24: 麒麟免疫护理系列部分产品品类，日本，2023年

### 免疫力和肠道健康情况

- 提升免疫力的意识较高  
数据25: 免疫力健康情况，2023年
- 提升肠道健康的需求不仅限于肠道不适的人群  
数据26: 肠道健康情况，2022 vs 2023年

### 报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

### 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |



数据27: 对提升肠道健康的关注——更多，按肠道不适问题（α）的变化区分，2023年

- 消费者尚未完全形成通过日常肠道管理来提升免疫力的认知

数据28: 对提升免疫力的关注度——更多，按肠道不适问题（α）的变化区分，2023年

造成免疫力低的因素

- 免疫力低由各种不健康的生活方式导致，而与卫生习惯无关  
数据29: 造成免疫力低的因素，2023年
- 已经感染过新冠且没有以前担心的被访者更关注缺乏睡眠导致的免疫力低  
数据30: 造成免疫力低的因素（第一、第二或第三）——缺乏睡眠（按新冠感染情况区分——已经感染过了），2023年
- 较为年轻和年长的消费者拥有独特且鲜明的观点  
数据31: 造成免疫力低的部分因素（第一、第二或第三），按年龄区分，2023年

提高免疫力的食物

- 对新鲜天然食物的信任超过了传统健康补充剂  
数据32: 提高免疫力的食物，2023年
- 滋补小零食获得了年轻女性的青睐  
数据33: 提高免疫力的食物——滋补小零食（排名前五），按性别和年龄区分，2023年
- 水果和乳制品获得了肠道不适问题更少的消费者的关注  
数据34: 部分提高免疫力的食物（排名前五），按消费者自我判断的肠道不适问题（α）区分，2023年

促进免疫力/肠道健康的成分

- 除了姜黄素和后生元，消费者对其他成分有着清晰的认知  
数据35: 促进免疫力/肠道健康的成分，2023年
- 脂溶性维生素提升免疫力的功效能够吸引阳康人群  
数据36: 促进免疫力的成分——脂溶性维生素（α），2023年  
数据37: 汤臣倍健免疫多维泡腾粉，中国

对膳食纤维的理解

- 对天然来源的膳食纤维需求正盛，但缺乏对量的认知  
数据38: 对膳食纤维的理解，2023年  
数据39: 决策树分析——认为很难知道日常饮食中是否摄入了足够的膳食纤维的目标人群特征，2023年
- 女性倾向于认为食物的口感越粗糙，膳食纤维含量就越高  
数据40: 对膳食纤维的理解——“食物的口感越粗糙，膳食纤维含量就越高”（按性别区分），2023年

报告内容

|           |
|-----------|
| 综述        |
| PDF格式完整报告 |
| 演示文稿      |
| 交互式数据手册   |

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |



数据41: 突出口感粗糙、有嚼劲的高纤维/添加纤维食品示例，中国，2023年

- 教育程度高的群体不清楚膳食纤维的具体健康益处

数据42: 部分对膳食纤维的理解（按教育程度区分），2023年

数据43: 有关膳食纤维益处的社交媒体\*分析，中国，2023年

对免疫力的理解

- 消费者意识到情绪和补充水分对免疫力健康的作用

数据44: 对免疫力的理解，2023年

- 补充水分对提升免疫力的作用获得了年轻人的认可

数据45: 部分对免疫力的理解——“多补充水分可以提高免疫力”（按年龄区分），2023年

- 新手妈妈不确定母乳喂养对免疫力的作用

数据46: 部分对免疫力的理解——“母乳喂养的孩子免疫力更好”（按家庭构成区分），2023年

附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |



## 关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。