



北京青年报

如果要概括当代年轻人的潮流文化,“新中式”大概会榜上有名。比如,新中式烘焙糕点颇受欢迎,新中式茶馆是年轻人周末的去处,把盘扣、立领等传统元素融入现代服装的新中式穿搭也成为潮流人士新宠。“新中式养生”日渐成为流行趋势。一方面,年轻人积极下单宅家小型运动器械,如折叠跑步机、哑铃等;另一方面,又把火锅局换成“养生局”,把中式滋补零食当成一天里的“第四餐”,只为提高免疫力。

数据

26至30岁的人群成“养生”主力

中国消费者近年来的养生需求继续增长。来自麦肯锡的一份调研数据显示,26至30岁的人群为国内“养生”主力,超过七成的90后已把健康当成大事。

2022年,在全球疫情大流行的大背景下,虽然我国居民的健康状态也出现了波动,但因疫情防控策略的成功,总体呈现出稳中向好的态势。

由中华中医药学会等组织的《2022年全民中医健康指数研究报告》显示,分年龄段来看,90后处于疾病状态的比例最高,达到38.6%。由此来看,三十而立似乎没有想象中那么容易,表面上成熟得体,实际上关节都是噼里啪啦“僵硬”的声音。

每一份情绪焦虑、每一次日夜颠倒都在暗中标好了“健康的代价”。不同的健康问题中,情绪不稳定对健康的影响较大。情绪不稳定的受访者中,超过一半(57.7%)处于疾病状态,有44.0%日夜颠倒的受访者处于疾病状态。

此外,饮食不规律、饮食不健康和从不运动的受访者中,都各有大约三分之一的人处于疾病状态。

结合调研数据和日常观察,《报告》建议各位年轻人做到“四合理”,即饮食有节、起居有常、运动有度、情志有衡。尤其是情绪方面,健康不仅仅是生病,情绪健康也很重要。所以“非必要”不生气,气出病来无人替。

年轻人趋向“保底养生”

从调研结果来看,年轻人趋向“保底养生”——把身体当作长期投资对象,回归“免疫力是身体最好的保护”的源头。

免疫力、抗病能力是人们最希望通过养生解决的问题。00、95和90后因为出现免疫力下降的症状,产生了“免疫危机”。80后则更多源于经历过疫情,希望提高免疫力,增强身体防御外在风险的底气。

按时吃饭、睡觉有点难,但健身视频不再躺在收藏夹吃灰。过去,养生从一句充满雄心壮志的口号开始,然后在“三天健身两天腿疼”的“摸鱼”中迅速放弃。现在,年轻人虽然还是没能“管住嘴”“早入睡”,但比之前更能坚持每天“迈开腿”。

相较疫情前的生活习惯,年轻人在疫情常态化后规律饮食、按时起居的比例都有所下降,每天运动的比例则在提升。相比其他年龄段,00后更愿意通过坚持运动提升免疫力,90后则更偏向使用功能型健康零食。

把身体当作长期投资对象

年轻人热衷新中式养生

分析

养生方式融合现代人生活习惯

新中式养生,是指在传统中式养生方式的基础上,融合现代人生活习惯的养生方式。

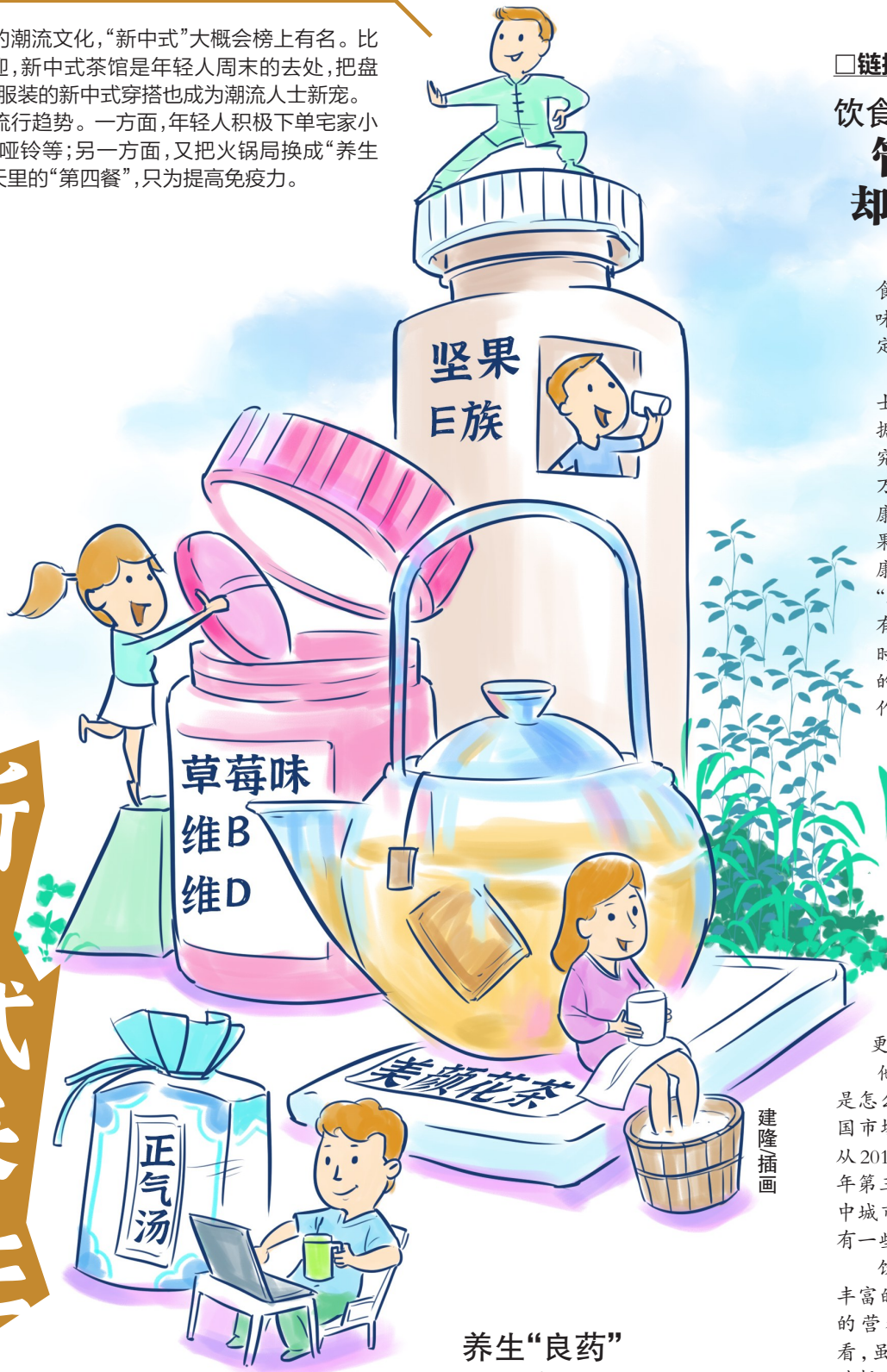
不同养生方式中,新中式养生更受年轻人欢迎。数据显示,70后至90后居民选择新中式养生的比例最高。

新中式养生不仅有效,而且方便快捷,比如白天花15分钟敷草本眼罩,晚上花15分钟泡脚……为健康“添堵”,只需要一次日夜颠倒;但一生的健康,却需要很多个15分钟的积累。

对高人士来说,新中式养生可以让他们一边认真搞钱,一边碎片化养生,保住“革命的本钱”。

从保温杯泡枸杞到一整根人参熬夜水,新中式养生正随着我国“药食同源”文化和国潮崛起,年轻人也流行“靠吃养生”,追求“动嘴就行”。

首先,接近四成人每个月的养生消费在500元以内,而这些钱主要花在保健类食品上。其次,新中式养生产品“零食化”,功效精细化,成为最受年轻人喜欢的食补产品。95后更喜欢喝养生茶、吃养生补品,90后则更喜欢吃滋补小零食,悄悄养生。



建隆插画

养生“良药”要好吃也要好看

另据《2017—2022中国健康养生行业市场发展现状及投资前景预测报告》数据显示,当前健康养生市场规模已经超过万亿元,每位城市常住居民年均花费超过1000元用于健康养生。其中,18至35岁的年轻人群占比高达83.7%。

为何年轻人会青睐养生类产品?分析认为,伴随着现代都市生活节奏加快,现实压力下形成的作息不规律、高频的外卖与宵夜、过量的烟酒摄入,以及几乎不运动等不良生活习惯严重影响着年轻人的身体健康;但自律科学的养生方式不容易实现,年轻人更青睐于轻松、灵活、多场景的自我保健,饮食无疑是唾手可得的方式。

虽然年轻人以健康为代价赚来的钱,有一部分正在以各种形式投资回流到自己的健康上,但这并不意味着年轻人会冲动下单。相反,年轻人在养生消费中追求实用与品质并存,理性消费的同时,也要让自己享受养生。

00后和95后不仅希望“良药”不苦,还要赏心悦目,愿意为更时尚的设计、更好的体验、更轻松的使用方式付出溢价;90后和80后则看重更精细化的功能和更专业的机构背书。

分年龄段来看大家采用新中式养生的原因,也可以窥见年轻人的理想养生:00后选择新中式养生是因为它更容易理解,没有复杂的概念,这意味着他们更喜欢去繁就简的养生方式,“一眼就懂”才是他们的养生信条;而在95后眼中,新中式养生比其他方式更身心结合,能提供精神享受。他们既要提高免疫力,抵抗、消灭外来侵入细菌、病毒,也要拒绝精神内耗,加强对抗不确定性世界的精神防御。

链接

饮食“健康”人士:管不住嘴却迈得开腿

年轻一代对于饮食健康的重视,是否意味着他们在生活中一定会严格要求自己呢?

自称“饮食健康人士”正在逐年增加。根据新生代增长策略研究院的一项涉及近9万名消费者的关于健康饮食主题的调研,如果将认同“我偏爱对健康美容有益的食物”,“我认为自己的饮食是有益健康的”和“就餐时,我通常选择低热量的食物和饮料”的交集作为有代表性的“饮食健康人群”,可以看到自2018年以来,这类人群总体呈稳步上升趋势。

根据数据,这部分自认为“饮食健康人士”一般生活在一线城市,本科以上,年龄在25至35岁之间,其中单身女士倾向更加明显。

他们是怎么说的?又是怎么做的呢?CMMS中国市场与媒体研究数据库从2018年第三季度至2022年第三季度在全国46个大中城市做的一项调研分析有一些有趣的发现。

饮食健康人士更认同丰富的饮食可以保证均衡的营养。从饮料品类来看,虽然饮食健康人群在选择无糖饮料时候比总人群更多,例如喝可乐也要选择“无糖”版本,但是这并没有减少他们对有糖可乐的兴趣。这类人群对于健康的“植物类产品”的兴趣在总体人群中更为突出。但是,他们几乎并没有抵触太多高热量食品,只是对方便面不太感冒。

不过,虽然嘴上说选择低热量饮食,但是对于冰激凌、坚果等高热量食品的食用频次反而更高。与此同时,虽然该类人群更加认同“自己做饭才可以吃得更健康”,但平均每月的外出就餐次数却比总样本人群更高。

“饮食健康人群”似乎有点“管不住嘴”,但调研结果也有“积极”的一面:“饮食健康人群”中经常运动的人的比例更高。他们爱好多种体育活动,对绝大多数的体育活动的参与程度比总样本人群要高,锻炼频率也更高。