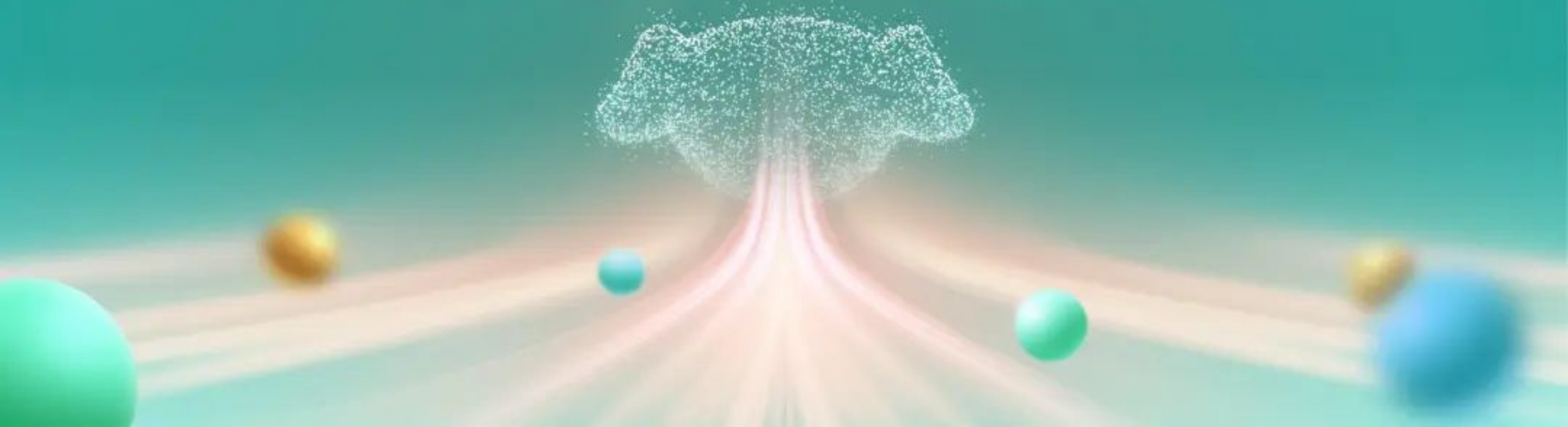


2024京东食品饮料健康趋势白皮书

买美味健康零食，来京东超市



消费者态度

国民对健康关注度高，多数人认可“健康是生活头等大事”

对“健康是生活头等大事”的认同人数比例

中国消费者的健康意识已经远超发达国家：超过 60%的消费者在日常生活中视健康为头等大事，而这一比例在美国是37%，在日本是14%，在德国是8%；在如何定义“健康”上，中国消费者对健康的定义已经逐渐延伸到对身体状况、生活方式、精神面貌等各个层面的关注。



消费者如何定义健康？



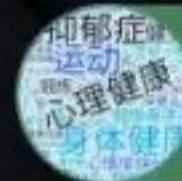
德国：放松按摩

“桑拿、放松、度假，和每一天的生活告别”



日本：按时吃饭

“是我保持卫生、平衡、规律的日常，就像：按时吃饭，适度运动，认真洗手。”



中国：身体倍儿棒、心理健康

“想到当今社会内卷，人们普遍受到工作、生活、社会等方面的压力，急需身心健康相关辅助治疗。”

消费者态度

调整饮食是获得健康最主要的手段，94%的用户对健康化的食品有购买意向

会造成亚健康的行为



亚健康改善手段



对健康食品饮料的购买态度



当代人普遍有较多不良生活习惯，其中与饮食相关的不健康行为占比大。从调整饮食着手，是绝大多数当代人改善健康的主要手段，结合运动锻炼、调整作息、购买滋补品等多样化方式，提升身体健康度；相应地，几乎所有的消费者都期待且愿意尝试更健康的休闲食品/饮品。

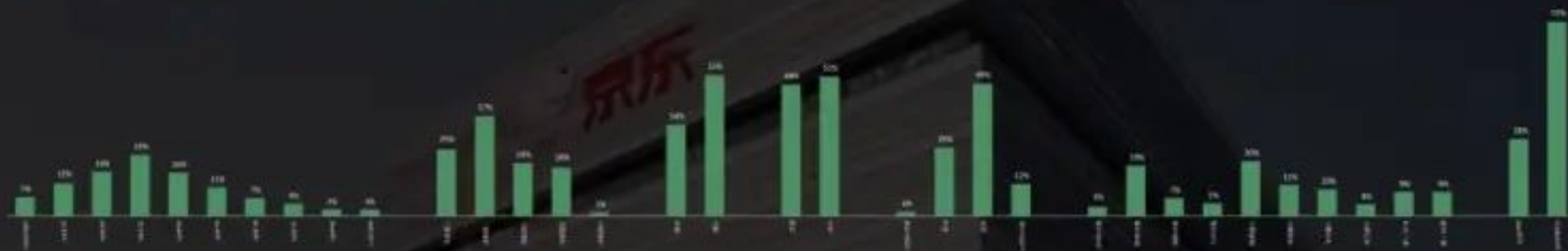
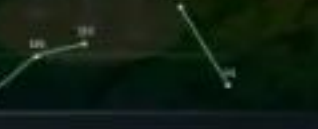
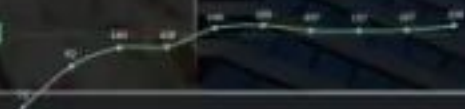
用户画像

整体食品饮料主要为21-45岁，健康食品饮料用户较之更加偏向年长、高线、高知

健康食品饮料用户画像

健康食品饮料用户年龄主要集中在21-45岁之间，二线城市用户居多，已婚相对较高，男女均衡，学历以专本科为主，都市家庭与小镇家庭占比近四成；与整体食品饮料用户相比，健康用户在36岁以上、一线城市、硕士及以上学历的比例相对更高。

TGI=105



五大典型用户



零食养生党

功能性零食



健身控卡派

控糖控卡



精细养娃党

洁净配料表



特需减法族

食物减法



银发食补族

多维营养补充

零食养生党

美味轻健康，期望零食美味的同时具有功能性



零食养生党

代表人群

- 年龄：30岁以下人群
- 城市级别：三线及以下
- 消费力：★★

健康信息

- 关注健康：口腔健康，TGI=119；皮肤健康，TGI=134；头皮健康，TGI=137
- 不良习惯：饮食不规律，TGI=127；高糖/高热量食物过多，TGI=129；无辣不欢，TGI=139；重油重盐，TGI=118

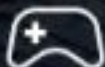
数据来源：京站内调研

食用场景



追剧

TGI=121



打游戏

TGI=164

最期待的健康食品饮品

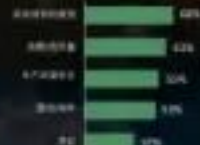
蜜饯果干	TGI=137
果冻布丁	TGI=136
熟食腊味	TGI=128
饮料	TGI=126
肉干肉脯	TGI=119

健康食品购买关注维度

TGI=125

TGI=126

食品购买顾虑TOP5



消费偏好

判断食品健康的方式



明星/大V自用推荐

TGI=154

期待食品健康效果

育发生发

TGI=127

舒缓过敏

TGI=121

明目

TGI=108

期待的健康食品特性TGI

- 1 益生菌
- 2 低升糖
- 3 高钙
- 4 高蛋白
- 5 植物基

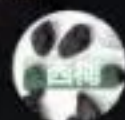
营养成分偏好



成分偏好



TGI=116



TGI=116

健身控卡派

重视体重管理，认可低糖饮食，喜欢购买低/0糖/低GI食品



健身控卡派

代表人群

- 年龄：25-40岁为主
- 城市级别：高线城市
- 消费力：★★★★

健康信息

- 关注健康：运动健康，TGI=117
- 不良习惯：零食/肉食过多，TGI=115；爱吃冷饮，TGI=116
- 身体情况：正在通过调整/控制饮食，辅助健身，TGI=120
- 改善方式：定期体检，TGI=130

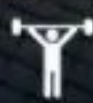
数据来源：京站内调研

食用场景



工作/加班

TGI=117



运动健身

TGI=116

食品购买顾虑TOP5



期待的健康食品特性

低糖/0糖

TGI=119

低GI

TGI=106

判断食品健康的方式



是否有专利配方

TGI=137

期待食品健康效果

运动能量

TGI=133

瘦身美体

TGI=150

最期待的健康食品饮品

0糖肉干

0糖咖啡

低GI点心

0糖豆干

0糖饮料

低GI饼干

0糖果冻

0糖麦片

低GI巧克力

营养成分偏好

高纤维

维生素

蛋白质

电解质

成分偏好

TGI=115

TGI=121

TGI=122

TGI=121

TGI=116

消费偏好

精细养娃党

新一代父母精细养娃，“天然成分”是其购买产品时第一考虑因素



精细养娃党

代表人群

- 年龄：30-45岁人群
- 性别：女性居多
- 城市级别：高线城市
- 消费力：***
- 孩子年龄：4岁以上大量

数据来源：京东站内调研

除自己外的食用者



儿童

TGI=120

给儿童购买时最期待的健康食品特性



给儿童购买时最期待的营养补充



最期待的健康食品饮品

提高免疫力 56%

肠道健康 39%

日常营养 40%

骨骼健康 31%

期待的健康食品
饮料

牛奶乳品	70%
奶制品零食	51%
学生奶粉	40%
坚果炒货	39%
饮用水	35%

儿童食用场景



消费偏好

特需减法族

孕产妇及准三高、三高人群食品做减法，选择具有低GI的食品饮料，期望食品减盐



特需减法族

代表人群

- 孕产妇：21-25岁，TGI=173；
31-35岁，TGI=237
- 准三高/三高：45岁以上人群

健康信息

- 关注健康：睡眠健康，TGI=129；消化系统健康，TGI=116；皮肤健康，TGI=125；情绪健康，TGI=140
- 不良习惯：饮食不规律，TGI=128；作息不规律，TGI=116
- 身体状况：超重/肥胖，TGI=120；高血糖，TGI=150

数据来源：京东站内调研

消费偏好

食品购买顾虑

高油盐

高升糖

期望健康食品中去掉的成分

盐

TGI=115

脂肪

TGI=106

糖

TGI=101

判断食品健康的方式



是否有专利配方

TGI=119



医生推荐

TGI=116

最期待的低GI、低盐食品

薄味零食

TGI=134

成人奶粉

TGI=139

豆干素食

TGI=115

麦片

TGI=117

肉干肉脯

TGI=108

牛奶乳品

TGI=109

期待的健康食品特性

无麸
0乳糖

TGI=136

低GI

TGI=107

营养成分偏好

膳食纤维

TGI=116

蛋白质

TGI=128

维生素

TGI=130

成分偏好

银耳

TGI=130

红豆

TGI=125

人参

TGI=130

燕窝

TGI=159

猴头菇

TGI=133

银发食补族

期待食品可以提高免疫力，添加维生素、膳食纤维、蛋白质、钙等营养元素



银发食补族

代表人群

- 年龄：45岁以上人群
- 性别：女性，TGI=102
- 城市级别：一线城市，TGI=162
- 消费力：★★★★★

健康信息

- 关注健康：心脑血管健康，TGI=168；颈椎健康，TGI=132
- 不良习惯：抽烟/喝酒，TGI=128
- 身体状况：高血脂，TGI=178；高血压，TGI=194；高血糖，TGI=131
- 改善方式：定期体检，TGI=130

数据来源：京站内调研

消费偏好

食品购买顾虑

生产环境安全	TGI=115
高盐	TGI=121
转基因食品	TGI=146
农药残留	TGI=146

健康食品购买关注维度



判断食品健康的方式



期待的健康食品特性

无添加防腐剂

TGI=129

成分天然

TGI=117

成分有机

TGI=121

期待食品健康效果

提高免疫力

TGI=123

维持血脂/血糖/血压健康

TGI=123

关节/骨骼养护

TGI=150

营养成分偏好




最期待的健康食品饮品


麦片	TGI=135
坚果炒货	TGI=125
饮用水	TGI=125
豆干	TGI=110
咖啡	TGI=112
成人奶粉	TGI=112


京东食品饮料健康趋势

 01
药食同源


 02
膳食纤维

 03
高营养密度

 04
精准营养

 05
多元植物基


 06
天然成分

 07
低糖/0糖

 08
低GI

 09
低敏呵护

 10
还原本真

 11
洁净标签

 12
儿童健康

药食同源

药食同源理念深入人心，市场潜力巨大，铁皮石斛等新成分将迎来爆发

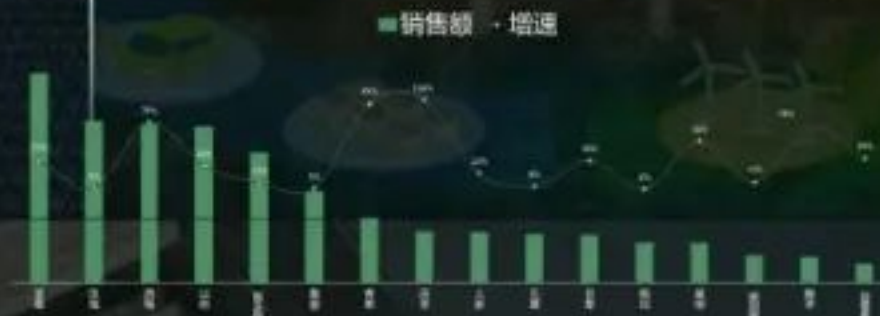
政策持续推进，行业良性发展



- 2002年，原卫生部发布《既是食品又是药品的物品名单》，涉及87种物品可用于普通食品生产；
- 2018年，国家卫健委将党参、西洋参等9种物质列入既是食品又是中药材的名单
- 2020年，国家卫健委和国家药监局联合发布公告，将当归、山茱萸、西红花、草果、姜黄、葶苈等6种物品纳入《食药物质目录》
- 2023年11月，将党参、肉苁蓉（苁蓉）、铁皮石斛、西洋参、黄芪、灵芝、山茱萸、天麻、杜仲叶等9种物质纳入按照传统既是食品又是中药材的物质目录

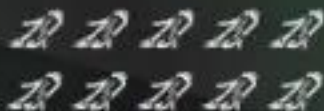
近年来国家多次对药食同源的名录进行更新迭代，推进行业良性发展；在消费者端，97%消费者均有药食同源的需求，其中91%的消费者购买过泛药食同源的食品；药食同源产品不断出新，更好的满足消费者的需求。

近一年药食同源食品饮料高增成分销售表现



希望休闲食品/饮品中含有滋补成分

97%+



购买过“零食化”的滋补产品

91%+



【西梅固体饮料】



【全麦燕麦山药糕】



【猴头菇饼干】



【人参水】



膳食纤维

在控糖、减重等需求上有关键效用，高纤维食品饮料加速出圈

消费者认为高纤维有益处比例

98%

近一年【高纤维】搜索热词

燕麦 荞麦 糙米 全麦 玉米 杂粮 粗粮 杂粮

典型产品



谷本日记蛋白棒 高纤维早晚代餐能量棒减无0乳糖卡解馋休闲零食



捷氏 0脂肪高钙山药葛根玉米羹 600g无蔗糖玉米糊低脂粗粮暖胃早餐冲饮



奥赛 高膳食纤维山楂棒(果糕类蜜饯) 750g

消费者认为食用高纤维的益处



近一年【高纤维】品类销售额表现



高纤维有益身体健康已成为共识，防止便秘、调节体重、降低血糖是高纤维食品饮料的核心价值，具有高纤维特质的玉米、燕麦、荞麦等产品加工品备受欢迎。

高营养密度

具有高钙、维生素、高蛋白等高营养价值的食品饮料获得消费者青睐

近一年【高营养】搜索热词



近一年【高营养】重点品类销售表现

TOP1 品类



高锌、高钙



飞鹤 (FIRMUS) 官方经典高锌铁钙配方成人奶粉钙铁锌中老年高钙送礼送父母冲饮听装 900g 2罐装

TOP2 品类



高钙+维生素D



安佳 (Anchor) 全装高钙儿童牛奶 190ml*27新西兰原装进口牛奶 原生高钙+维生素D

高增品类

饮料
销售额同比
+36%

维生素C



唯他可可 (Vita-Coco) 椰子水椰汁饮料年货 低糖低卡 富含电解质 原装进口果汁 330ml*12瓶

蜜饯果干销售
额同比+213%

维生素C



好想你维C 冻60g去皮去核红枣冻干零食维生素

近一年【高营养】搜索占比及同比



成人奶粉、牛奶乳品作为营养补充型产品，更注重在高营养成分产品的布局，销售额贡献最高；其次在偏休闲的饮料和蜜饯果干中，具有高营养价值的产品也有较好销售表现。

精准营养

消费者期望精准摄入膳食纤维、维生素等，以达到增强免疫、补脑等效果

消费者期望食品饮料中可以补充的营养成分



除从三餐中补充营养外，消费者补充营养诉求已扩大到休闲食品饮料领域，其中膳食纤维、维生素、蛋白质、钙、益生菌的补充需求大，该营养成分在京东站内搜索词频与销售额亦有较高增长，消费者期望精准摄入营养达到健康、养胃、护嗓、滋补等诉求；

MAT2023不同功能食品饮料销售同比



不同族群消费者对于营养成分的偏好

零食养生党
健身控卡派
精细养娃党
特需减法族
银发食补族

胶原蛋白
蛋白质
DHA
钙
益生菌

膳食纤维
锌
钙
铁
膳食纤维

抗氧化元素
电解质
叶黄素
锌
维生素

多元植物基

满足消费者对健康、时尚素食的需求，核桃基、燕麦基的产品最受欢迎

素食消费概念正推动植物基食品的流行，预计国内植物基产值达2万亿。近一年京站内植物基搜索增速快，消费者对植物基食品饮料的需求逐步扩大；在产品方面，植物饮品、植物蛋白饮最受消费者喜爱；在成分方面，核桃与燕麦备受青睐；

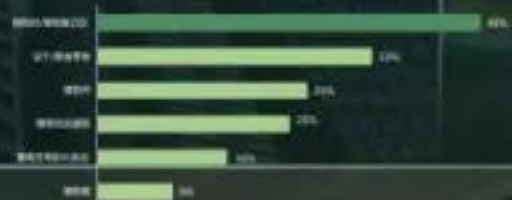
5300万+

植物基
食品饮料年度
搜索词频

MAT2023植物基食品饮料搜索词频年度走势



产品感兴趣比例



成分感兴趣比例



+172% 同比增速

瑞幸咖啡生椰浆椰乳200g*12盒0乳糖生椰拿铁椰奶椰汁咖啡伴侣植物蛋白饮料



+1033% 同比增速

OATLY 燕麦力 原味低脂燕麦奶植物蛋白饮料谷物早餐奶 250ml*18 整箱装



燕麦力 OATLY

麦轻雪糕杯装冰淇淋植物基

天然成分

有机产品消费者认知度持续提升，产品溯源更能保证产品品质

【天然】搜索词频年度增速

【有机】细分类目销售额占比

溯源使产品品质更有保证，97%消费者有食品溯源操作需求

有机食品饮料产品中，乳制品整体贡献度集中；对于各类产品认证，消费者需要较为直接的溯源方式，其中45%消费者期望扫描食品包装上的追溯码/二维码，获取更多产品详细信息。

【有机】搜索词频年度增速



NO.1 45%

扫描食品包装上的追溯码/二维码，获取更多产品详细信息；

包装溯源



NO.2 29%

查看产品包装或商品详情页，了解产地、生产日期、保质期等信息就可以，不需要其他溯源；

详情页介绍



NO.3 14%

使用食品生产商的小程序/APP，扫描或输入产品的追溯码/二维码，获取更多产品详细信息

小程序溯源



NO.4 10%

访问食品生产商的官网，输入产品追溯码，获取更多产品详细信息



三元极致有机纯牛奶
专属牧场
有机认证



穗格氏有机燕麦片
1000g罐装
无添加蔗糖

低糖/0糖

低糖/0糖有益健康的理念已深入人心，人均消费6种低糖/0糖的食品饮料

98%

消费者低糖/0糖的休闲食品饮料是否有好处

低糖/0糖休闲食品饮料的好处



6种

人均购买低糖/0糖休闲食品饮料

最近一年购买过低糖/0糖休闲食品/饮品消费者比例



【0糖】搜索热词

控糖 0糖 低糖 零糖
木糖醇 0蔗糖 无糖
血糖 零糖
糖尿病 无蔗糖



0糖豆干

小鸡收蛋无糖鸡蛋干独立小包美味健身休闲



低糖冰淇淋

伊利巧乐兹缤纷炫低糖黑巧生牛乳味冰淇淋



低糖豆浆

九阳豆浆原味豆浆粉植物蛋白饮料250ml*15盒



天然甜味剂代替蔗糖

针对家庭糖蜜黄糖330g6枚装红豆味

在消费端，98%消费者都认为低糖/0糖的休闲食品饮料有益健康，主要表现在能够控制体重、提升健康意识、有效管理血糖。近一年人均购买过6种低糖/0糖的食品饮料，其中牛奶乳品、奶制品零食、坚果炒货贡献度更高。

低GI

认知度略低于其他健康理念，其关注度以及销售额均呈现高速上扬趋势

消费者对食物GI值认知度

67%

听说过食物GI值

近七成消费者知晓食物GI值（食用后的血糖生成指数，GI值越高，血糖上升越快）；在知晓/告知GI定义后，超九成消费者认为低GI的食品饮料有益于健康，其主要体现在控制血糖以及体重；近一年低GI食品饮料的搜索热度以及销售表现提升显著。

消费者认为低GI休闲食品/饮品的好处



GI食品饮料搜索分月词频表现

56%

GI食品饮料搜索同比



【低GI】细分品类销售表现



雀巢 (Nestle) 怡养

中老年低GI奶粉 益护因子罐装850g*2
送礼送长辈



碧翠园

低GI代餐饼干原味0蔗糖添加健身抗饿健康零食500g/盒



五谷磨房黑之养

核桃黑芝麻黑豆粉糊低GI营养品 无糖双黑食养礼盒1200g



SLOWGAR慢糖家

低GI欧包无糖精孕妇糖友早代餐零食夹心面包黑巧味300g

低敏呵护

乳糖不耐受的人群体量较大，随着认知度提升零乳糖牛奶市场有望进一步扩张

30%消费者对自己易过敏体质有认知



当下消费者健康状况中，30%消费者了解自己在日常饮食中的过敏情况，其中乳糖不耐受人群比重相对较高，其次是易过敏体制和麸质不耐受人群。在关注度方面，0乳糖食品饮料、无麸食品饮料的搜索热度持续增长，0乳糖乳制品产品布局较多，无麸质食品可加大布局。

MAT2023京东0乳糖食品饮料搜索词频



认养一头牛零乳糖牛奶 全脂 250ml*10盒 无乳糖好吸收

MAT2023京东无麸食品饮料搜索词频



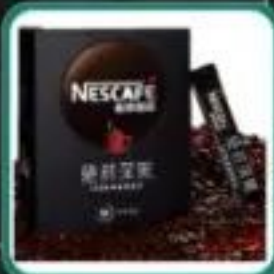
佑儿圆无麸质大米吐司面包350g儿童早餐无小麦无蛋奶无麸质面包食品 益生元原味大米吐司

还原本真

消费者崇尚保持食品原有味道及营养的品质好食材

消费者对产品品质有更高要求，其一是希望原汁产品便捷化体验，如黑咖啡、纯茶、NFC或者HPP果汁；另一方面代表高品质的产品受到青睐，如纯净基因的A2 β -酪蛋白牛奶、原切肉制品、核心产区产品等。

至纯至净



黑咖啡



速溶黑咖啡
销售占比
25%



纯茶饮料

入口有一股淡淡的花香味，清香淡雅，不甜，但是很丝滑，茶香味很浓，超级爱！喝起来就是心旷神怡，吃火锅烧烤搭配起来非常解腻，口感非常好，冰镇起来也非常好喝。



NFC果汁

很好喝的果汁，能喝出来非常新鲜，酸酸甜甜，酸的到位甜的到位，纯新鲜100%鲜榨果汁，很健康。

更高品质



A2 β -酪蛋白牛奶

奶牛中只有约30%是纯种A2型，所产奶才含有纯正A2 β -酪蛋白，可以减少饮奶后肠胃不适情况。



原切猪肉脯

第一次买这款猪肉干，因为看着配料表很干净，没有科技与狠活，买来试一下挺好吃，不错，有活动可以囤一点，大人小孩都爱吃。



核心产区



龙井茶地理标志证明



龙井茶原产地防伪

洁净标签

成分纯净简单成为健康新风尚，无添加剂、去脂少盐产品热度高

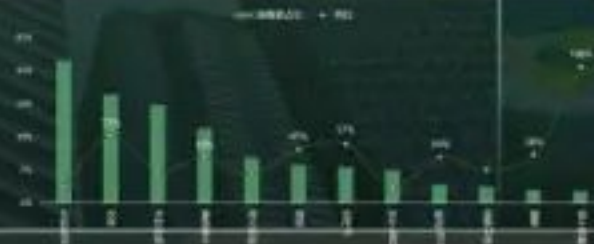
【配料表干净】认同程度



消费者期望去除成分



【0添加】细分品类销售表现



【0脂/低脂】【0卡/低卡】【减盐】搜索热度

低脂 减脂 燃脂
轻卡 零脂 零卡 控卡
脱脂
低钠 0卡 0脂 低卡
无盐

八成消费者认同成分“少”即是“好”的观点，除减去人工色素、增味剂/调味剂以及防腐剂等添加剂外，亦有超三成消费者期望食品饮料中去除脂肪。消费者对食品饮料中无添加剂、减脂、低钠诉求持续增长。



【0添加】

溜溜梅0添加无核西梅80g 梅子干孕妇儿童蜜饯果干



【短保产品】

嘉华鲜花饼 经典玫瑰花饼50g大饼10枚花馅多短保



【0反式脂肪酸】

明治meiji新加坡进口燕麦苏打饼干0反式脂肪酸孕妇零食



【低钠】

恒大冰泉 长白山饮用天然低钠矿泉水 500ml*24瓶 整箱装

儿童健康

产品要求更严格，极致健康、味道好、萌趣外观产品缺一不可

健康儿童食品饮料中，牛奶乳品和儿童奶粉贡献最高，其次是冲饮谷物和糖果等产品。

【儿童】细分类目销售额占比



精准营养+药食同源+萌趣外观=最受父母和宝宝喜欢的产品

- 原生DHA
- DHA含量充沛

3倍生牛乳原生营养
高钙
添加维生素K+D
益生菌
• 叶黄素+维生素A

- 鸡内金药食同源
- 高钙
- 萌趣小熊
- 无香精、色素、蔗糖、防腐剂添加

- 0糖
- 特添VC、叶黄素酯、益生菌
- 清甜梨香味、DHA酸奶味、蓝莓味



用户说

这款纯牛奶真的很不错，颜值很高，含有DHA，小包装125ml，小孩子很喜欢喝，而且不会浪费，补钙，补充蛋白质，还是要喝纯牛奶，喜欢QQ星

小孩子，不长个，看评价写着吃这款奶粉有效，抱着试试的态度，味道还可以，且甜的，小孩子很喜欢，早晚一杯刚刚好，希望很快达到效果，已回购多次

这个饼干买的太完美了 孩子特喜欢 吃了还能健脾胃 一举多得，每天孩子都会和我要小熊饼干吃 甜甜的 也很香 健康的零食

无糖的宝宝很喜欢吃，试吃了一下口味很不错，不是那种棒棒糖的甜，配料表健康，没有乱七八糟的添加剂，这个棒棒糖是0蔗糖的，还加入了叶黄素等，不用担心宝宝蛀牙还有助于宝宝的成长还能解馋

护航食品健康 京东一直在努力

京东超市持续创新突破 引领行业

EBCO x 京东超市



京东超市持续打造极致用户体验

EBC x 京东超市

平台服务 全面升级

优鲜赔

2016

签收48小时内发现生鲜商品质量问题
在提供有效凭证的情况下
根据商品情况进行补偿或提供上门取件退款

品质溯源

2017

消费者购买商品后
可通过扫描商品上追溯码
查看商品溯源信息

不爱吃包退

2021

签收后15天内
用户食用后出现不爱吃
在提供有效凭证的情况下提供退换货服务

破损包退换

2021

签收后72小时内发现
非用户原因商品破损问题
提供退换货或补发商品等服务

30天价保

2023

在订单签收30天内,
商品出现降价可享受价保服务

效期无忧

2021

签收后30天内(生鲜商品48小时内)
发现商品不符合有效期在提供有效凭证的情况下
提供退货退款或补贴服务

闪电退款

2021

京东优质用户提交售后申请退货时
满足相关条件快速退款的服务

萌宝安心尝

2021

签收30天内宝宝食用后出现过敏或腹泻情况
在提供有效凭证的情况下提供退货服务

健康食品产业联盟的初心



构建更高京东超市标准 持续推优

EBC x 京东超市

申请标准**立项**

团体标准**落地**

产品前台**打标**

高标准产品**推优**

京东超市十类牛奶高标准

牛奶种类	国标蛋白质含量 (g/100g)	京东高标准 (g/100g)
巴氏杀菌乳	≥ 2.9	≥ 3.5
超高温灭菌乳	≥ 2.9	≥ 3.5
调制乳	≥ 2.3	≥ 3.4

MAT2023 京东高蛋白牛奶

GMV占比及同比增速

● 高蛋白牛奶
■ 普通牛奶

44%

+135%



高标准驼奶粉推优标准

建立原料真实性认证标准

微生物限量

污染物限量和真菌毒素限量

驼乳粉和调制驼乳粉的感官要求



细分市场精耕细作 推动行业高质量发展

EBC x 京东超市

携手中食院打造低GI科普专区

团体标准制定

《低GI(血糖生成指数)食品评价规范》

科普专区建立

京东超市低GI食品自营专区

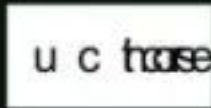
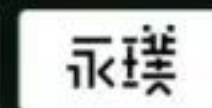
权威新品发售

打造全网品类最丰富、影响力最大、美誉度最高的保真低GI食品销售、品牌推广及健康科普综合平台。



合作中食院打造咖啡风味数值化

京东超市咖啡品类率先采用“感官风味数值化”呈现咖啡口味，让用户看的懂，让买咖啡变得更简单。



京东蜜饯果干无添加联盟



助健康新品快速入市 构建品牌核心竞争力

EBC x 京东超市



QQ星伊利原生DHA
儿童纯牛奶



轩妈家低糖蛋黄
酥红豆味



慢糖家低GI慢糖巴旦
木孕妇糖友无糖坚果



每日鲜语有机鲜牛奶



半糖士力架



好想你红枣黑芝麻丸



维他可可天然椰子
水低卡富含电解质

3W+
健康食品SKU



简爱 0%蔗糖酸奶

60%
健康食品成交额同比



百岁山 饮用天然矿泉水



原本记忆高蛋白
平江卤香豆干



纯甄0添加巴氏杀菌
热处理原味风味酸奶



食验室高蛋白鸡胸肉
薯片轻卡非油炸膨化



雀巢(Nestle) 怡
养中老年低GI奶粉



江中猴姑养胃米糊



雀巢脆脆鲨薄脆饼干

消费者反馈真实看得见 市场反馈好评如云

EBC x 京东超市

消费者更愿意
为配料纯净、低
糖低脂等健康
卖点买单

有了宝宝依然为她选择简爱，主打一个健康，无添加，宝宝喝的很放心

**产品非常好吃，不油腻，配料表干干净净，没有科技与狠活，没有反式脂肪酸，孩子吃着更放心安全，热量也不是很高。

非常好喝的饮品，配料表很干净，没有添加剂

这款驼奶粉是有机的，配料表只有生驼乳其他添加，罐体上有有机认证码可以查验，非常值得推荐！

控糖面包味道不错，低GI，血糖控制得又稳又好，会一直回购

每盒含有3.6g乳蛋白，高蛋白含量，口感顺滑好喝！

零添加的无核西梅很好吃，酸甜可口，没有添加剂吃着放心

**配方来自千年养胃古方，里面含有10余种药食同源材料：人参等，味道也不错，喝完胃里面暖暖的很舒服！！

**有机牛奶以优质有机奶源为基础，保证了牛奶的品质和营养价值。它不含任何添加剂和防腐剂，绝对安全健康，对于追求有机食品的消费者来说，这是一个不可或缺的选择

**冰川矿泉水性价比超高，口感好，富含锂、锶偏硅酸三项矿物质和罕见天然小分子，对我们营养健康非常重要！！

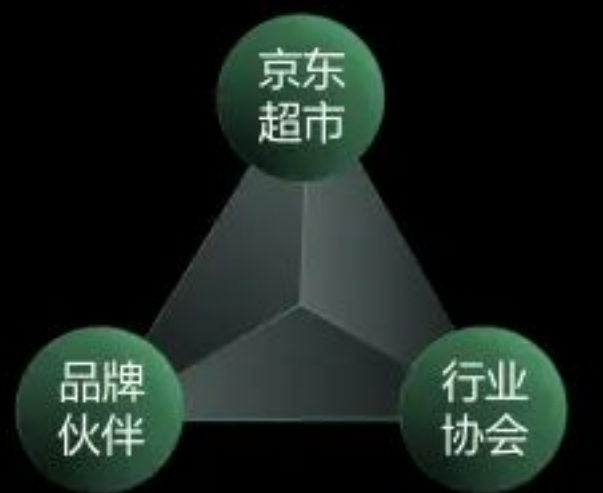
鸡胸肉配料表很干净，低糖低脂，都是高蛋白

0糖黑巧克力包裹着花生，巴旦木，吃起来劲劲满满，口感十足。每一根巧克力只有100卡路里，减肥期间吃也不怕！

健康食品发展规划

京东超市驱动健康食品产业启航

EBC x 京东超市



京东健康食品产业联盟



制定健康食品推荐标准



定向扶持健康食品

京东超市健康食品12大趋势

01



药食同源

02



膳食纤维

03



高营养密度

04



精准营养

05



多元植物基

06



天然成分

07



低糖/0糖

08



低GI

09



低敏呵护

10



还原本真

11



洁净标签

12



儿童健康

六类健康饮料冲调品重点推广

EBC x 京东超市



低糖低GI



配料纯净



高蛋白高钙



中国有机



低脂/0脂



儿童健康



高蛋白

每日鲜语4.0鲜牛奶

蛋白质含量**4.0g**/100g

月环比200倍用户带动品牌用户增长20%



0脂肪

汇源 鲜榨NFC100%西梅汁

0脂肪 0添加色素

百分之百果汁增长是果汁增长的10倍



中国有机

峨眉山有机绿茶特级有机毛峰

唯一连续十年荣获IFOAM国际认可的有机绿茶
有机绿茶增速超出大盘增速的3倍



无蔗糖

原始黄金骆驼奶粉无蔗糖纯骆驼乳粉

0添加 0蔗糖

纯驼奶粉增长是配方驼奶粉增长的5倍

六类健康食品重点推广

EBC x 京东超市



高营养密度



低糖低GI



0反式脂肪酸



药食同源



绿色无添加



低脂低卡



低脂高蛋白

良品铺子高蛋白肉脯500g

蛋白质含量**33.3g**/100g
月环比销售增长153%



低GI

慢糖家慢糖吐司

GI=54<国家标准55
低GI面包增速超过大盘2倍



功能性元素

阿尔卑斯多种维生素软糖

维生素**B1、B2、B6、C**
上线首月销售破3万件



药食同源

江中猴姑0糖低GI猴头菇饼干

药食同源 低GI 0糖
药食同源饼干增速超过大盘3倍

洞察消费变化 丰富健康食品供给 提升产品成功率 EBC x 京东超市

聚焦新品
孵化各阶段

新品概念期

新品设计期

新品研发期

新品投产期

新品上市期

专注
C2M平台化服务

C2M
趋势洞察

创意
产品设计

新品
仿真测试

智能
生产协同

新品
预热拉新

七大黄金位置全量展示 强化健康食品认知

EBC x 京东超市

减少消费者决策顾虑 安心购物提升体验

搜索下拉

高频关联关键词搜索直达

搜索金刚位

健康专区1/2搜索霸屏



主图氛围框

直观透传健康产品标识

属性筛选词

健康打标产品筛选展示

卖点标签

三大卖点搜索结果页露出



成分表透明

产品营养成分表数值公示

品质标签

参数楼层公示产品资质认证



10亿+重磅资源倾斜 共赢发展

EBC x 京东超市

10亿+

平台资源投入

30%+

健康食品占在售商品数

50%+

健康食品用户增长

30场+

专属营销活动支持

低负担零食

健康好食材

高钙高蛋白

营养补充

天然食补

控糖控脂

持续推优 重点扶持

EBC x 京东超市



饮料饮用水

- ①无糖/0糖
- ②低钠
- ③地理标志产品
- ④绿色食品



茗茶

- ①绿色食品
- ②中国有机



坚果蜜饯

- ①绿色食品
- ②中国有机
- ③富含膳食纤维



糖果巧克力

- ①低糖
- ②0蔗糖
- ③0反式脂肪酸



常温乳品

- ①中国有机 ②高蛋白
- ③高钙 ④零乳糖
- ⑤低GI
- ⑥低脂



糕点点心

- ①0反式脂肪酸
- ②0蔗糖
- ③低糖
- ④低GI



饼干膨化

- ①0反式脂肪酸
- ②富含膳食纤维
- ③低糖
- ④0添加防腐剂



肉干肉脯

- ①低脂 ②0添加防腐剂
- ③高蛋白 ④低钠
- ⑤中国有机
- ⑥绿色食品



低温乳品

- ①高蛋白
- ②中国有机
- ③0蔗糖
- ④高钙
- ⑤低脂



冲饮谷物

- ①富含膳食纤维 ②绿色有机
- ③低糖/无糖/0糖
- ④高蛋白
- ⑤低GI



冰激凌

- ①0蔗糖
- ②0添加防腐剂
- ③低脂
- ④配料干净
- ⑤轻卡



豆干素食

- ①0反式脂肪酸
- ②0添加防腐剂
- ③高蛋白 ④低脂
- ⑤富含膳食纤维

五方合力 构建生态 共生共赢

EBC x 京东超市

政府

平台

协会

五方合力
共建行业规范

品牌

消费者

1

需求洞察
产品共创

2

规范行业
建立标准

3

个性需求
消费引导

4

构建生态
共生共赢

EBC x 京东超市

2024京东超市健康年

