

武汉市医疗保健品领域展会（医疗保健品系列产品展）

| | |
|------|---|
| 产品名称 | 武汉市医疗保健品领域展会（医疗保健品系列产品展） |
| 公司名称 | 中汇（广州）国际会展有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | 主办方:国药励展展览有限责任公司 时间:21年11.17-19 地点:南京国际博览中心 |
| 公司地址 | 广州市越秀区水荫路117号 |
| 联系电话 | 13026876846 |

产品详情

功能性食品火热，

本质需求是什么？

数据显示，2019年中国功能性食品市场规模为3585.8亿元。天猫大食品行业总经理无龄曾表示，功能性食品未来几年有望达到5000亿市场，其功能零食预计占到1500亿。

伴随着消费升级，功能性食品呈现出消费人群年轻化、产品形态多样化的特点。根据CBNData《年轻人养生消费趋势报告》显示，超过九成的年轻人具有养生意识，90后及Z世代在功能食品中的消费占比逐年升高，软糖型、果冻型等形态增速明显。

为什么功能性食品会受到越来越多人的关注与青睐？

讨论这个问题之前，首先需要厘清大家所讨论的“功能性食品”到底是什么。《食品安全法》将我国的食物划分为普通食物和特殊食物两大类，而特殊食物当中包含了保健食品、特殊医学用途配方食物(含特殊医学用途婴儿配方食物)、婴幼儿配方食物。根据《保健食品注册与备案管理办法》，“保健食品”作为特殊食物的一种，需由国家食品药品监督管理局批准，申请“蓝帽子”标识。

而“功能性食物”的概念实际上并未形成统一，业内所广泛讨论的功能性食物，指的是“具有特定营养保健功能的食物”，既包含普通食物类别下含有功能成分的食物（比如功能零食），又覆盖特殊食物里的保健品，在国外更多被称为“膳食补充剂”。

在购买功能食物的年轻消费群体当中，有的是受家庭影响，从小就吃各种保健品补充营养，长大后也会在日常生活中服用各类营养补剂，他们与前几代有保健品消费习惯的人，同属于功能食物行业较为传统的核心消费者；还有的是在高压生活下出现失眠焦虑、皮肤差等问题，或者是有健身减肥等需求，然后

开始关注起具有各种针对性功效的功能食品，他们也是当下功能食品赛道上的新老玩家们所争夺的机会人群。

如果将传统保健品的市场视为存量市场，那么目前市场上快速发展的功能零食，则是针对年轻人对功能食品新形态和新功效需求而发展起来的增量市场。

minayo创始人胡然认为：“消费者选择功能性食品的底层需求，其实是对健康的追求，庞大的保健品存量市场数据能够验证这一点。目前增量市场的竞争是对Z世代消费者的竞争，其人口约2.6亿，占中国总人口18.5%。但人会成长，随着年龄增长需求也会发生变化，但终还是会回到底层需求（追求健康）上。minayo愿从底层需求出发，去做符合当下消费人群喜好的功能食品。我们对未来多有信心，对现在就多有耐心。”

这或许也正是minayo同时布局跨境保健品和功能性食品两条产品线的逻辑所在：

国内生产的【功能性食品产品线】更多以零食形态出现，在口感上以好吃为核心，解决了“吃保健品难以坚持”的痛点，满足新生代人群的新兴需求，比如minayo的补铁软糖，每颗软糖含有3mg铁含量之外，还添加了青海黑枸杞、新疆和田玉枣、广西古法黑红糖以及新西兰麦卢卡蜂蜜等食补成分，寻求健康与口感的平衡。据minayo介绍，2017-2019年，零食化的保健品增速能达到400%。

而【跨境保健品产品线】主要凸显的是海外配方。minayo团队基于过往在考拉海购全球供应链经历，通过整合海外供应链，以跨境的形式把海外已经在市场应用成熟的配方和成分，以业补剂产品形态满足消费者日益增长的养生保健需求。根据CBNDData《天猫国际跨境保健品消费者洞察报告》显示，受疫情影响，保健品类目的浏览量大幅增加。进入后疫情时代，越来越多的人关注自身的健康问题，购买人数的增加是线上保健品行业增长的主要驱动因素。

展位预定：许多

2021第85届全国药品交易会暨中国国际健康营养博览会（NHNE）将于2021年11月17-19日在南京国际博览中心召开，届时将启用9个展馆。

展会将产品精细分类专区专展模式呈现，极大程度优化参观效率，展品分类为：

保健品专馆、化学药、中成药、OTC中药材/中药饮片、中医药养生、生物技术与创新、互联网+医药、医疗器械/耗材、医药市场智慧解决方案、医药物流技术与设备、包装/生产设备。