

保健健康产品商城app开发

产品名称	保健健康产品商城app开发
公司名称	广州存希科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市天河区
联系电话	13126482563

产品详情

单从健康产品中的一类保健品市场说起。

保健品市场疯狂乱象的背后，只有一个核心——老百姓对健康的需求增大。

特别是老年人成为了消费的主力军，中国保健协会有一组数据，目前我国保健品的年销售额大约是2000亿，其中老年人消费占了一半以上。

还告诉大家一种数据，是中国消费者协会发布的报告，约七八成消费者对国内保健品市场不太满意，不少保健品公司大打亲情牌，用虚假、夸大的营销方式，忽悠老年人购买产品。各大电视台，包括中央电视台，没少报道这样的问题。

老年人为什么会陷入“保健品痴迷症”呢？原因和老年人缺少陪护，缺少亲情关怀，老年人好骗等等有关系。

老年人同时具备了，容易被骗子骗的“四要素”有钱，怕有病，没人管，少陪伴。

我们再来盘点一下保健品市场的发展。

大约二十年前后，保健品大多是从保健养生店开始的，那时候的保健品店，比诊所生意还要好，很多需求的人都是主动去找上门的，那个时候，老板们也赚了一笔钱。

大概是在十五年前后。很多街面上的保健保养品店一夜消失，纷纷转入了居民楼，或者写字楼，他们往往需要很低价格，就拥有了公司或者店铺，保健品开始招收推销员。那时候也就开始了，出现了所谓的“托儿”，保健品开始有了“治疗”、“疗效很好”等概念。

接着就到了10年前后。保健品市场又开始进入了直销模式推广。一些不合法的直销公司，开始通过“会议营销”、“旅游营销”等方式，放长线钓大鱼，一次活动时间很长，老人放松警惕以后就会忽悠去成千上万的产品。

前几天电视报道一位老年人，家里的房间全是保健品，得有几万元，还有几万元在厂家没有发来。家人无法阻止老人去买保健品。

近几年国家对保健市场不断规范，也不断打击，老年人开始对保健品市场理性认识，不再轻易被“忽悠”。但销售方法在不断变化，又出现了“体验式营销”。销售人员，“爷爷奶奶”，“叔叔阿姨”，“咱爸咱妈”的“甜嘴”攻势下很多老人还是乖乖掏了钱。

以上我和大家说的这些都是一些劣质保健品的乱象。这也大大影响了一些优质保健品市场，老百姓无法识别，到底哪个有保健功能。

优质健康产品的出路到底在哪里？

先看一看，国家对保健品市场的规范。国家食品药品监督管理局撤销了925种中药保健药品批准文号。

之后零点调查发布结果今年保健品的销售将下滑，其中北京市场容量降幅将达31%，保健品在质量和宣传上多次犯规，让消费者产生了严重的信誉危机。

保健品的销售其实都在炒“概念”，保健品的销售“短命”也是因为炒概念而引起的。

据了解国际上没有保健品概念，只有食品和药品，保健品是具有中国特色的食品。

健康品的国际**市场是非常注重研发和创新的，而中国的保健品怪圈是大量的资金都用在了广告上。

告诉大家这样一组数字你就能够清楚，过1亿元投资的企业只占1.45%，500万元到1亿元的占38%，100万元的占41.89%，小于10万元的作坊就有12.6%。

一种普通保健品从研发到报审所需费用，一般在20万元左右，但市场开发的成本却很高，特别是启动阶段，往往要拿出产品销售额的40%左右来做广告，如果高额的广告投入不能持续，较长时间往往达不到理想销售效果。

保健品的真正意义是让百姓通过服用保健品来起到健康的作用，但是你想一想一家企业，把销售额的30%都拿出来做广告，哪还有那么多研发经费呢？怎么能不出现劣质保健品屡禁不止的“怪相”呢。

那如何解决中国保健品市场的这种情况呢？

我有一个大胆的想法。从保健品需求人群入手。通过社群运营加健康保健的有机结合。

通过专业的注册营养师，专业的健康管理师及在健康领域的专家们，把如何识别和鉴别优质保健品的方法告诉给需求人群。每一个百姓都自己能够识别什么才是自己真正需求的优质健康产品？

也许这就和国家2030国民营养计划吻合。

一来让劣质保健品从销售终端上就没有了市场，因为百姓都能够识别什么才是劣质的保健品。

二来让优质健康产品有了市场，然后厂家还省去了大量的广告费，把这些费用都用在研发和创新上。

这样就会形成健康产品市场的良性循环。

那面对全国注册营养师和保健人才特别匮乏的现状上，如何能够让更多的群体知道，怎么选择健康优质产品呢？

就是我今天给大家分享的重点来了。

要通过社群运营的方式，以点带面的去宣传正确识别优质健康产品，千万不要小看社群营销的力量。