

# 「躺平养生」的95后，能靠保健品换个心安？

早上7点，杨雯在烤面包的间隙从橱柜里拿出了七八个装着保健品(营养品)的瓶子，按剂量分出两份。一份放在便携分装药盒里带去公司，一份搭配上加热好的面包、牛奶组成今日份的营养早餐。

“坚持吃肯定会有效果的，这是个长期的过程，况且25岁以后身体机能就开始逐渐下降了，需要补充一些。”这位95后女孩儿对自己每天按时按量食入的营养保健品充满了信心。

就在5年前，尚未走出校园的杨雯曾无数次劝阻父母不要随便购买那些上门推销或亲友群推荐的保健品，当时在她的眼里，那些东西只是纯粹的“智商税”。但现在她不仅自己在研究各种营养保健品，而且周围一圈闺蜜、同事圈也在交流各种进口、秘方保健品的功效。显然，“智商税”这个当年用来提醒长辈的词汇早已消失在大家的认知里。

## 90后、95后的健康危机

“今天搬砖不狠，明天地位不稳；早安，打工人。”打工人可能是最近最火的一个梗，继“保安日记”、“社畜”这些自嘲之后，“打工人”又成为新一代劳动者的Slogan。

玩笑和自嘲的背后是当代年轻人高压的工作与生活环境。当996成为常态，007也不再虚幻的当下，曾经认为自己永远精力无限的90后95后们也不再那么自信，就像那句梗：“一切就挺秃然的”。

“想当年我也是熬夜小王子，游戏玩一宿、KTV唱一宿都不在话下。现在不行了，老了，每天不到11点就困得不行，根本熬不了夜。”刚满26岁的赵鹏这样形容现在的自己。当然，26岁的他正年轻，只是工作和生活的巨大压力，已经不能让他像几年前在校园里那样折腾自己，而小肚子和头顶上的一些变化，也让赵鹏更加在意自己的健康。

根据丁香园发布的《2019国民健康白皮书》显示，90后群体为自己健康打分为6.6，是所有世代中最低的。目前90后群体绝大多数都对自己的健康问题感到担忧。其中皮肤状态、焦虑抑郁、肠胃健康、失眠、脱发等等都是他们关注的重点。而另一份来自国内知名电商平台的数据显示，今年618期间，平台眼部保健类产品销售同比去年618增长4126%；蛋白粉营养品同比增长751%；维生素类产品同比增长387%——其中95后、00后成消费主力，活跃用户同比增长126%。

你们有看错，不仅90后、95后，00后也逐渐出现在“营养保健品”消费大军里面了。

这其中，绝大多数90后年轻人都认为自己了解身体处于亚健康的事实，或者对自己的身体状态不是很满意。而另一个尴尬的情况就是，或许是因为工作的劳累或者时间过于紧张，年轻人们并不太愿意通过运动这种健康的方式来改变身体的状况。

报告显示，相较于70和80后这两个社会中坚阶层，90后的运动频率和定期体检比

例是最低的。相较于用运动来提升身体状态，佛系的90后更愿意“躺着养生”。这种情况下，保健品就成了最好选择。

实际上，在杨雯所在的互联网公司里，类似生发帽、按摩仪等等硬核养生设备已逐渐成为办公室常客，与同事们加班熬夜的行军帐篷、行军床相映成趣。与此同时，他们往嘴里吃的也不再单纯是美味零食，还增加了无数的保健(营养)品。

作为一家互联网公司的PR，杨雯每天上班时都会带一个小药盒，里面分类放好自己今天在公司要吃一些保健药品，包含了护肝、护眼、维生素等等各种效果。她透露，可能有时工作忙起来，午饭晚饭会推迟，但这些保健品都会准时准点服用。

最近，临近双十一的“备战期”，杨雯在购物车里又加好了新的备货：蔓越莓胶囊、月见草油、葡萄籽、血橙和酵素原液等等……

杨雯并不是个例，在她的背后还有成千上万和她一样充满健康危机的年轻人。而这部分群体应对危机的最直接办法就是服用保健品。

早在2018年双十一期间，保健品这一类目就拿到了天猫进口品牌销售的第一名。在用户画像方面，根据天猫国际的统计，80、90后年轻人占据了整体的60%，其中80后约占36%，而90后约占24%。另外根据速途研究院此前发布的《90后养生报告》显示，目前国内长期使用保健品的90后占比约为21.9%，偶尔或者有意向使用的超过70%，只有不到4%的年轻人拒绝保健品。

在拥有高消费能力的年轻一代追捧下，保健品也成为了各路厂商眼中最美味的蛋糕。

当然，这一届年轻人也有一些“小心机”。在某知识分享平台上的一个高分点赞内容中可以看到这样一句话：“我只从亲戚的渠道买，绝不交智商税，票圈、各种群里的推荐绝不信。”

但是，他们逃得出保健品“智商税”的怪圈吗？

## 社交网络、直播带货的套路

想让一个“事物”在年轻人群中迅速蹿红，只要让它搭上点儿潮流的边准没错。现在，在很多年轻人的认知里保健品既是养生的存在也是一种时尚生活方式的选择。这里离不开各路明星以及社交网络的“带货”和暗示。

曾经在一档综艺节目里，湖南卫视主持人吴昕一口气吃下了十几种保健品，按照吴昕的透露，她每天要吃二三十粒，已经持续吃了六年。不仅仅是吴昕，包括戚薇、王子异等影视明星也都曾在公开场合透露过自己服用保健品的心得。

明星之外，抖音、快手、小红书这些互联网社区也起到了推波助澜的作用。特别是在各个平台都坚持以算法为主导的推荐机

制下，用户接收到的相关内容讯息也就变得越来越多。

当然，最能让90后95后们乐此不疲的还是那些明星大腕们的直播带货秀。而一些大咖艺人曾经忽悠美容化妆品的套路，也大概率会在“保健营养品”上继续让年轻人迷之相信。这不是妄言，自媒体“花儿街参考”曾经专门刊文历数过这些大咖的荒诞直播戏码：明星李小璐直播推荐的一款面霜，是由一克拉钻石磨成粉加里面，券后才卖119的面霜；网红穆雅斓在直播时，称其推荐的美容产品获得过“诺贝尔化学奖”。这两位直播间的人数，关注的粉丝数都号称是百万千万级别的。

估计是很多保健品厂商看到了明星直播这个机会，于是乎在主持人李湘的一场直播中，其销售的羊肚菌被称作是“最”适合补身体的，可以增强抵抗力、益肠菌、助消化、补脑提神、补肾壮阳；至于现任主播吉杰，在推荐某果蔬纤维素时则保证“碱化体质”，可以“远离癌症，远离疾病”……

除了利用直播和社交平台吹嘘夸大功效，一些保健品企业的身份包装也在“迎合”年轻消费者的喜好。

在深圳某数据中心担任网管的王宇告诉懂懂笔记，自己曾经是保健品的高度追捧者：“一开始我是在电商平台的推荐频道里接触到这些商品的，当时也不太了解，看个大概然后就去小红书、豆瓣、知乎等社区去搜。然后看见里面有不少人推荐，他们在介绍商品时还会例举出年轻人常见的身体状况，比如脱发、胃肠道不好、皮肤差等等。一般都是说能有效缓解这些症状，我自然也就信了。”前两年，澳洲、日本、美国还有国产品牌他都陆续买过，后来经一位资深业内人士点拨才知道，其中很多“国外品牌”都是国内企业跑到国外注册的一个壳。

这些故事很容易让人想起保健品行业的“标杆产品”某白金。当年，以某白金为翘楚的保健品瞄准中老年消费群体后，最有效的营销举措就是——简单粗暴地广告轰炸。早在互联网几乎不存在的1995年，某白金就是铺天盖地在电视台、报纸、杂志上猛砸广告，同时旗下数千名营销人员分赴全国各地市场推销这款保健品，最终大获成功。

回想一下，曾经很多小区楼下的无限极、太阳神们以及背着大包小裹上门推销的销售员，秉承的也无外乎是把“褪黑素作为神药”的精神，开始利落收割韭菜。

当纸媒体已成往事，移动互联网和社交媒体开始兴起后，年轻人也成为了新一代的消费主力。当初营养保健品的线下营销模式再次跳转到了线上，虽然营销方式在变，但是很多保健品的玩法似乎并没有太多的变化，只是目标指向了新的红利群体——90后95后们。

效果从不是保健品的“重点”

很多保健品产品有没有效果，似乎是一

个已经被争论烂了的话题。从上世纪90年代太阳神、飞龙、巨人这些品牌引发的第一轮保健品大战开始，相关的争论就不曾停止过。

不过，听那个时代的成功商业人士自吹自擂某白金显然没有太多意义，相比较之下权威部门对保健品的定义则更有借鉴意义：“保健(功能)食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。”

所以，从产品本身而言，保健品不仅不能当药，对身体产生的影响很多时候也都是微乎其微。

谈到曾经的“保健品自我投喂”经历，王宇这样表示：“我曾经每天的量是一次8颗VC，一天三次。当时那个牌子的维生素是一瓶299元，瓶子看着很大，里面其实就100颗左右。一次吃一巴掌，没几天就吃完了。”至于效果，他悻悻地表示：“更多只是个心理安慰吧。”

无论是寻找自己最信任的渠道，还是在自己信任的带货达人那里下单，如今很多保健品出现的无效或者“隐患”几乎没有影响到年轻人的信任感。

几年前家中长辈面对背着大包小裹敲开家门的推销员时，作为旁观者的年轻人会马上产生交智商税的义愤，如今角色互换后，这一代年轻人丝毫不觉得自己也是“交智商税”的人。

这种心态下，各种血统和背景，成分和功效的保健品逐渐成为消费热点。一位保健品快消行业的业内人士这样表示：其实现在在很多面向年轻人甚至是儿童的保健品，实际功效厂家和消费者都是心知肚明的，但是在中老年消费市场管理趋严，市场红利逐渐消退的情况下，青少年群体的保健品消费热潮自然成了各方必争之地。

该人士指出，近年来不少国内企业开始大宗在境外收购保健品品牌或企业，一些药企、乳制品企业也纷纷转向保健品市场，通过并购海外企业来分食日益壮大的保健品市场。这里面，针对年轻人相信“名牌”、海外品牌的心理做出的并购动作，应该不在少数。

实际上，很多年轻消费者心里也都清楚，各种“素”、“片”、“油”大多不会起到什么实质性的作用，但周边朋友都在尝试，社交网络、直播带货中也在不断安利，他们最终还是选择了尝试。想必绝大多数年轻人的心态，就像吴昕在节目里所吐露的：吃保健品主要为了心安，知道没用，但是觉得好像吃完就有点儿用了。

记得网上有一句流传已久的梗：“干着最累的活，熬着最晚的夜，吃着最贵的保健品，用着最好的护肤品”，这或许是90后95后中广泛存在的现象。对于当下越来越多追求“躺平养生”的年轻人而言，这些花钱买心安的保健品或许也代表着一种略显无奈的生活方式。



**川陕名吃**

地址 (DC店和Rockville店)  
2700 New York Ave. NE,  
Washington, DC 20002  
316 N. Washington St.,  
Rockville, MD, 20850

营业时间  
周日至周四: 11am-10pm  
周五、周六: 11am-11pm

电话: (202)636-3588 (DC)  
(202)534-1620 (DC)  
(301)-875-5144 (MD)

\* 从马里兰大学沿1号路南下，从乔治城和乔治华盛顿大学沿New York Ave东行，均约15分钟车程。店内有大型KTV包厢享受美食，纵情欢歌。

肉夹馍



凉皮



羊肉泡馍



夫妻肺片



长期诚聘英文好且业务熟练的收银员和大堂经理，有意者请电洽。

地道陕西名吃，聘请原陕西文八沟国宾馆主厨省师傅和赵师傅及其团队主理厨艺；同时聘有精通川菜、粤菜和各类家常菜的驻店厨师；新的经营理念，为您提供一流的服务。店内设**钓鱼台豪华包厢**（最多容纳60人）及**大型宴会厅**（可容纳300人以上），酒水齐全，卡拉OK助兴。环境优雅，空间宽敞，自拥上百停车位，可承接各类公司、社团和私人大型宴会。餐厅地处华盛顿近郊，交通便利，诚挚恭迎大华府地区各界人士前来品尝指导。

董事长: **柳奇** 敬呈



钓鱼台豪华包厢