

中医药膳零食面向新时代青年的精准研发与营销策略研究

袁嘉蔚, 陈雯静, 彭述好

重庆工程学院数字经济与管理学院, 重庆

收稿日期: 2025年12月25日; 录用日期: 2026年1月28日; 发布日期: 2026年2月10日

摘要

当新时代青年(95后/00后群体)逐步扛起消费主力军大旗, 兼具养生价值与休闲属性的中医药膳零食, 正迎来全新的发展契机。本研究紧扣这一群体的消费偏好, 将数字化技术深度融入中医药膳零食的研发与营销全链路。通过网络数据采集与分析(如大数据挖掘), 精准捕捉新时代青年对零食功效、口感、包装及传播渠道的真实需求; 借助配方智能开发、数字化感官评价实验等手段, 显著提升产品研发效率; 同时联动社交媒体与内容电商平台, 构建贴合年轻群体的精准营销策略。基于有效问卷及网络评论数据的分析结果表明, 数字化技术的应用, 能有效拉近中医药膳零食与新时代青年的距离, 提升品牌传播效率, 为传统药膳的年轻化转型提供可落地的理论与实践参考。

关键词

数字化需求洞察, 中医药膳零食, 新时代青年消费特征, 精准营销

Precision Development and Marketing Strategies of Traditional Chinese Medicinal Health Snacks for New Generation

Jiawei Yuan, Wenjing Chen, Shuyu Peng

School of Digital Economy and Management, Chongqing Institute of Engineering, Chongqing

Received: December 25, 2025; accepted: January 28, 2026; published: February 10, 2026

Abstract

As the new generation (post-95s and post-00s) gradually becomes the main force in consumption, Traditional Chinese Medicinal health snacks, which combine wellness value with leisure attributes,

are embracing new development opportunities. This study closely aligns with the consumption preferences of this group, deeply integrating digital technology into the entire chain of research, development, and marketing of Traditional Chinese Medicinal health snacks. Through online data collection and analysis (such as big data mining), the genuine demands of the new generation regarding snack efficacy, taste, packaging, and communication channels are accurately captured. By means of intelligent formula development and digital sensory evaluation experiments, product development efficiency is significantly enhanced. Meanwhile, by synergizing with social media and content e-commerce platforms, targeted marketing strategies tailored to young consumers are constructed. Analysis based on valid questionnaires and online review data indicates that the application of digital technology can effectively bridge the gap between Traditional Chinese Medicinal health snacks and the new generation, improve brand communication efficiency, and provide actionable theoretical and practical references for the youthful transformation of traditional medicinal cuisine.

Keywords

Digital Demand Insight, Traditional Chinese Medicinal Health Snacks, Consumption Characteristics of the New Generation, Targeted Marketing

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

健康消费升级的浪潮下，中医药膳零食凭借“养生 + 休闲”的双重属性，迅速成为市场新宠。而作为消费主力军的新时代青年，其追求个性化、社交化的消费理念，正倒逼整个行业加速创新。然而，当前中医药膳零食市场却面临研发周期冗长、产品同质化严重、营销模式陈旧等痛点，很难真正触达年轻群体。本研究立足新时代青年的真实需求，探索数字化如何为中医药膳零食的研发与营销赋能，推动传统中医药文化与现代休闲食品产业的深度融合。

2. 新时代青年中医药膳零食消费需求的数字化洞察

2.1. 研究方法与数据来源

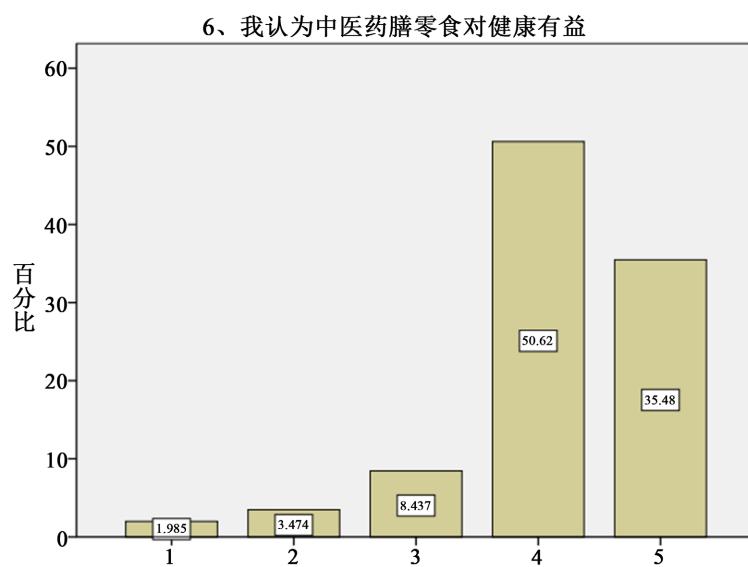
为精准描摹新时代青年的消费需求，本研究摒弃传统单一调研模式，采用线上线下相结合的复合研究方法[1]。线上数据部分，通过合规渠道(如公开 API、合作数据平台)及授权下的网络信息采集，从小红书、抖音等新时代青年高频活跃平台，获取相关用户评价、话题讨论等文本数据(如表 1 所示)；线下数据部分，则基于一项针对 18~30 岁青年的专项问卷调查采用 SPSS 等工具对数据进行清洗、整合。

2.2. 新时代青年消费需求核心特征

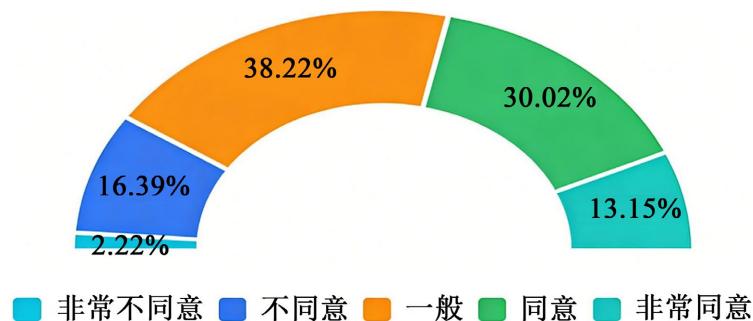
通过对数据的梳理分析，新时代青年对中医药膳零食的需求呈现三大核心特征。功效需求上，他们更追求精准化，不再满足于笼统的“养生”概念，而是聚焦熬夜护肝、控糖减脂、护眼明目等细分场景，超过 85.1% 的受访者认可其健康价值(如图 1 所示)，还要求功效有现代科学研究或数据支持、可直观感知。

Table 1. Results of topic mining**表 1. 主题挖掘结果**

主题	高频词(权重)	代表性用户评论
主题 1	养生(0.12)、健康(0.10)、功效(0.08)	“吃枸杞糕确实感觉没那么容易疲劳了。”
主题 2	口味(0.15)、甜(0.09)、中药味(0.12)	“希望药膳零食别太苦，加点果味更好！”
主题 3	包装(0.11)、国潮(0.08)、便携(0.06)	“联名款包装超酷，随身带很方便！”
主题 4	价格(0.13)、性价比(0.11)、贵(0.07)	“功效不错，但一盒 50 元有点心疼。”
主题 5	营养(0.065)、女生(0.047)、平价(0.034)	“女生的体质，注定要常备人参阿胶膏，爱自己，从今天开始”
主题 6	粗粮(0.045)、创新、宝藏(0.029)	“中医文化本身尚且在努力创新，我们又有何理由不珍惜不传承”

**Figure 1.** Respondents' recognition of health value**图 1. 访问者对健康价值的认可度**

产品体验上，个性化成为关键词，低糖低脂、口感清新是基本要求，传统药膳的苦涩味被果断摒弃；约 40% 的受访者认为现有产品口味“一般”，18.6% 明确表示不满意(如图 2 所示)。同时，高颜值、便携化、带有社交属性的可复用包装受到青睐(如图 3 所示)。

**Figure 2.** Taste characteristics of medicinal diet**图 2. 药膳口感特征图**

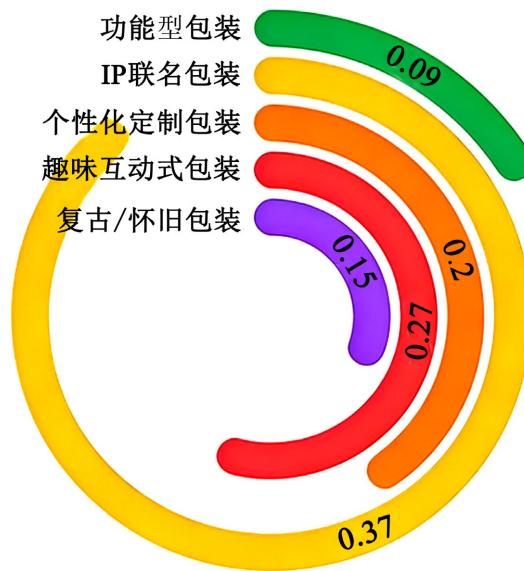


Figure 3. Innovation in packaging preferences for medicinal snacks
图 3. 药膳零食包装偏好创新

购买与营销层面, 社交化趋势显著, 超过 62%的受访者通过抖音、快手、B 站等视频平台了解相关信息(如图 4 所示), 关键意见领袖(KOL)推荐、达人测评等营销形式更易获得认可, 品牌与用户互动体验至关重要。



Figure 4. Distribution of cognitive sources for traditional Chinese medicine snack information
图 4. 中医药膳零食相关信息认知来源分布

3. 数字化赋能中医药膳零食的产品研发路径

3.1. 大数据驱动的配方智能优化

精准配方是研发贴合 Z 世代需求产品的关键。结合 Z 世代偏好数据, 运用人工智能算法模拟不同食材配比的口感与功效表现, 快速锁定最优方案。以一款熬夜护肝零食为例, 通过算法筛选枸杞、菊花、决明子等核心食材并确定配比, 研发周期较传统模式缩短 40%以上, 大大提升了研发效率[2]。

一款“熬夜护肝”概念零食的配方开发。通过网络评论分析发现, “护肝”、“明目”、“抗疲劳”是高频关联词。问卷显示, 21~26 岁群体对此场景需求最高。初选枸杞(清肝明目)、菊花(平肝明目)、决明子(清热明目)为核心药材, 搭配山药(健脾胃)为基底。通过 RSM 设计, 以枸杞、菊花、决明子的添加

量为因素,以青年品尝员对“甘甜度”、“中药味接受度”、“整体喜好度”的评分,以及配方总黄酮含量(与护肝功效相关)为响应值进行建模优化[3]。最终得到的优化配比,在50人次的感官评价测试中,喜好度评分较传统固定配方提升约30%,开发周期较完全依赖经验的传统试错模式缩短约40%。

3.2. 虚拟仿真技术提升产品测试效率

产品研发阶段的测试环节往往耗时耗力,虚拟仿真技术的应用则提供了新解法。我们运用虚拟味觉、嗅觉模型,打造线上虚拟试吃场景,让新时代青年消费者足不出户就能体验产品口感并及时反馈评价;同时借助3D建模技术实现包装数字化展示,支持消费者自定义包装颜色、图。这种方式不仅大幅降低试产成本,还能快速收集用户反馈[4]。

3.3. 物联网与区块链保障产品质量

在新时代青年愈发重视食品安全的当下,产品质量可追溯性成为品牌核心竞争力。我们引入物联网技术,在食材采购、加工、包装全流程部署传感器,实时监测食材新鲜度与生产环境卫生标准;同时利用区块链技术构建产品溯源体系,消费者只需扫描包装二维码,就能清晰查看食材来源、生产工艺、检测报告等信息,有效增强用户对品牌的信任度[5]。

4. 基于新时代青年需求的数字化营销策略构建

4.1. 社交媒体差异化内容营销

针对新时代青年活跃的不同社交平台,我们制定差异化内容营销方案。在小红书,邀请养生达人发布产品测评、养生食谱,突出功效与颜值,精准触达爱种草的年轻群体;在抖音,打造“办公室养生零食开箱”“熬夜党自救指南”等趣味短视频,发起话题挑战赛,借助平台流量优势提升产品曝光度;在B站,联合科普类UP主创作中医药文化科普视频,将产品巧妙植入内容,实现文化传播与产品营销的双赢[6]。

4.2. 内容电商直播带货实现品效合一

直播带货是触达新时代青年的重要途径。我们布局抖音、淘宝两大直播平台,打造沉浸式直播场景,设置养生知识问答、产品试吃等互动环节,增强用户参与感与体验感。同时推出直播间专属折扣、买一送一、抽奖等优惠活动,刺激用户即时下单[7]。直播结束后,依托平台数据复盘功能,深入分析观看时长、互动率、转化率等核心指标。

4.3. 私域流量运营增强用户粘性

公域获客成本日益增高,私域流量的价值愈发凸显。我们将公域平台消费者引流至企业微信、社群等私域流量池,为每位用户建立专属档案,根据消费偏好、购买频次推送个性化内容。比如针对控糖减脂需求的用户,及时推送低糖新品信息;为会员提供专属折扣、生日福利、免费试吃等权益。此外,定期在社群开展养生活题讨论、打卡活动,实现从单次购买到复购与口碑传播的良性循环。

5. 数字化赋能的挑战与对策

5.1. 面临的挑战

数字化赋能中医药膳零食产业并非一帆风顺,目前主要面临三大挑战:其一,中医药辨证施治的传统经验逻辑,与数字化算法的标准化思维存在差异,二者融合存在不小难度;其二,消费数据收集与分

析过程中,数据安全与用户隐私泄露的风险始终存在;其三,对于众多中小企业而言,数字化转型需要投入大量技术与资金,专业人才短缺更是制约转型步伐的关键因素[8]。

5.2. 应对策略

为应对上述挑战,我们提出三大解决思路:一是加强产学研合作,联合高校、科研院所共建数字化中医药膳研发中心,推动中医药理论的数字化转化,让传统智慧与现代技术更好结合[9];二是建立健全数据安全管理制度,采用先进加密技术保护用户隐私,严格遵守国家数据相关法律法规;三是呼吁政府出台专项补贴、技术培训等扶持政策,为中小企业数字化转型降低门槛、减轻负担。

6. 结论

本研究通过将数字化技术融入中医药膳零食的研发与营销环节,构建起一套完整的产业赋能体系。实践证明,数字化手段能够有效破解行业研发周期长、营销精准度低等痛点,让产品与新时代青年的需求高度适配。未来,唯有政府、企业、科研机构三方协同发力,攻克技术融合、数据安全等瓶颈,才能推动中医药膳零食产业迈向高质量发展新台阶,让传统中医药文化在年轻一代中焕发新的生机。

基金项目

2025年重庆市大学生创新创业训练项目:数字化赋能中医药膳零食创新——基于Z世代需求的产品研发与营销策略研究(S202512608010)。

参考文献

- [1] 张佳文,陈迪,黄嘉豪,等.中医药膳文化赋能大学生健康饮食习惯培养研究[J].现代食品,2025(22): 94-96.
- [2] 李雨倩,杨甦.搭建药膳产业链整合平台[N].成都日报,2025-11-25(003).
- [3] 张晓羽,罗方正,赵海滨.中医药膳联合抗阻运动对老年细菌性肺炎相关急性肌肉减少症的影响[J].中国民间疗法,2025,33(19): 58-62.
- [4] 范文昌,邓丽冰,凌芳瑜,等.《中医药膳食疗技术》课程反转教学——学生对药膳美食实体店调研分析[J].食品界,2025(7): 68-70.
- [5] 陶婷婷.国际传播学5W模式下中医药膳的翻译策略研究[J].现代食品,2025(8): 16-18.
- [6] 谢梦洲.中医药膳学研究及发展相关问题的探讨与思考[J].药食同源杂志,2025,1(1): 14-19.
- [7] 庞启欢,李莹波.留学生中医药膳文化教学研究[J].教育教学论坛,2024(40): 160-163.
- [8] 杨驰,秦华.基于体认翻译学的中医药膳翻译研究——以川菜博物馆的药膳翻译为例[C]//外语教育与翻译发展创新研究.成都:成都东软学院,2024: 37-38.
- [9] 马玮玮.结合中医药膳与西方营养学的新型膳食模式探索[J].中外食品工业,2024(8): 80-82.