

2026 年 7 月 24 日

博报堂生活综研·上海 健康意识与行为研究成果发布

健康，从“自我防御”走向“可享受、可持续、可链接他人的人生意义追求”
~ 以健康为支点，积极连接外部世界，持续拓展人生意义的生活者 ~

7 月 24 日，博报堂生活综研·上海举办了《生活者的健康意识与行为研究 2026》成果发布会。

健康已成为政策、产业与大众共同关注的核心议题。伴随 AI 与智能设备加速渗透日常，生活者对健康的认知不断刷新。面对这些变化，博报堂生活综研·上海展开深层追问：今天的生活者追求健康，仅仅是为了指标正常、心理无恙吗？健康的意义，是否已超越了“不生病”的防御性逻辑呢？

基于覆盖不同城市级别、20-59 岁人群的定量调研与深度访谈，结合“一日三餐”“感兴趣的健

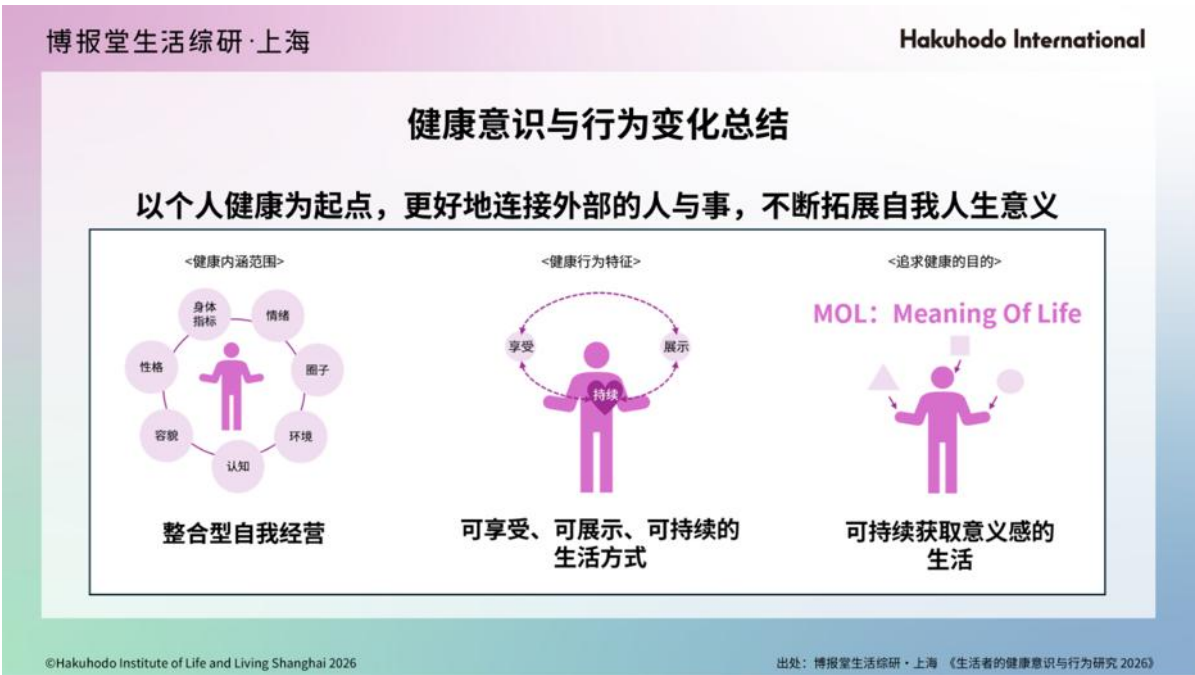
康信息”等日常记录素材，博报堂生活综研·上海以宏观与微观结合的视角，系统梳理了当下生活者健康意识与行为的最新变化，深入挖掘其背后的生活者欲求。

回顾近十年健康趋势，健康意识萌芽于政策推动与工作压力引发的身心反思，在疫情中加速、在科技赋能中迭代，如今已成为生活者主动规划的生活方式。调研显示，最近一年，健康重视度与相关支出均明显上升。与此同时，生成式 AI 正深刻改变健康信息的获取方式，不仅成为大众获取健康知识的首要渠道，也开始深度影响用户的健康消费决策。

“健康”的内涵正在被生活者重新定义——健康的关注范围不仅局限在身体指标与情绪状态，还拓展至容貌、性格、认知、社交圈乃至生活环境，已演变成为一种多维度、整合型的自我经营。

伴随健康内涵的扩容，健康行为的方式也在转变。生活者不再只是把健康行为作为刻板严肃的任务执行，而是融入兴趣、碎片时间与日常社交，以个人乐趣与来自他人的正向反馈为驱动，推动健康行为的长期坚持。健康，正从“完成任务式的自我约束”，转向一种“可享受、可持续、可展示的生活方式”。

研究显示，在如此多维度、持续性的个人健康管理背后，人们追求健康的目的已经发生了本质变化。生活者不再仅仅局限于可自理且具品质感的生活（QOL：Quality Of Life），更希望以健康为支点，更好地连接外部的人与事，在与外部世界的积极愉悦的互动中不断拓展自我人生意义。博报堂生活综研·上海将这种追求概括为：可持续获取意义感的生活（MOL：Meaning Of Life）。为此，生活者将健康管理渗透日常，以更完备的状态去接触新事物与新体验，让生命从“物理性的长寿”走向“意义感的丰盈”。



出处：博报堂生活综研·上海《生活者的健康意识与行为研究 2026》

■参考数据

① 【生活者健康事件及趋势年表】

过去十年间，健康意识的演变可概括为四个阶段（图表 1）。2015-2017 年，工作焦虑与“健康中国”战略共振，健康意识从“治病”走向“生活化”萌芽；2018-2020 年，新概念集中爆发，疫情催化卫生意识升级，情绪健康进入公众视野；2021-2023 年，健康管理从泛泛关注走向精准深入；2024 年至今，AI 赋能下，健康进入更高效率化、精细化、全面化的管理阶段。十年间，健康管理已成为生活者主动规划的生活方式。

<图表 1>

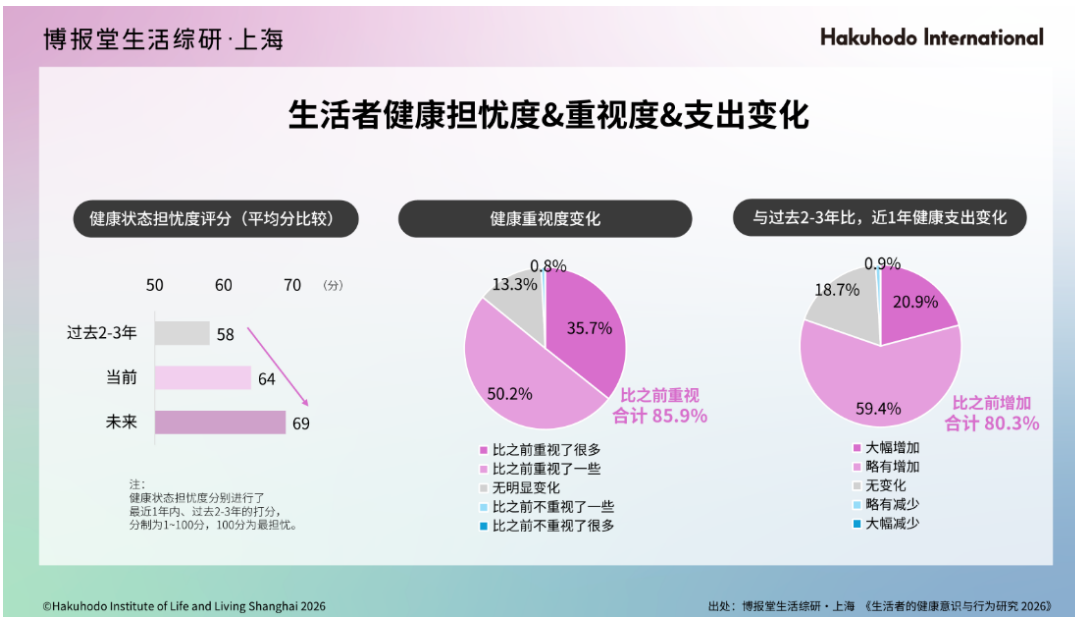


出处：博报堂生活综研·上海《生活者的健康意识与行为研究 2026》 根据公开数据整理而成

② 【生活者对健康的重视度&支出变化】

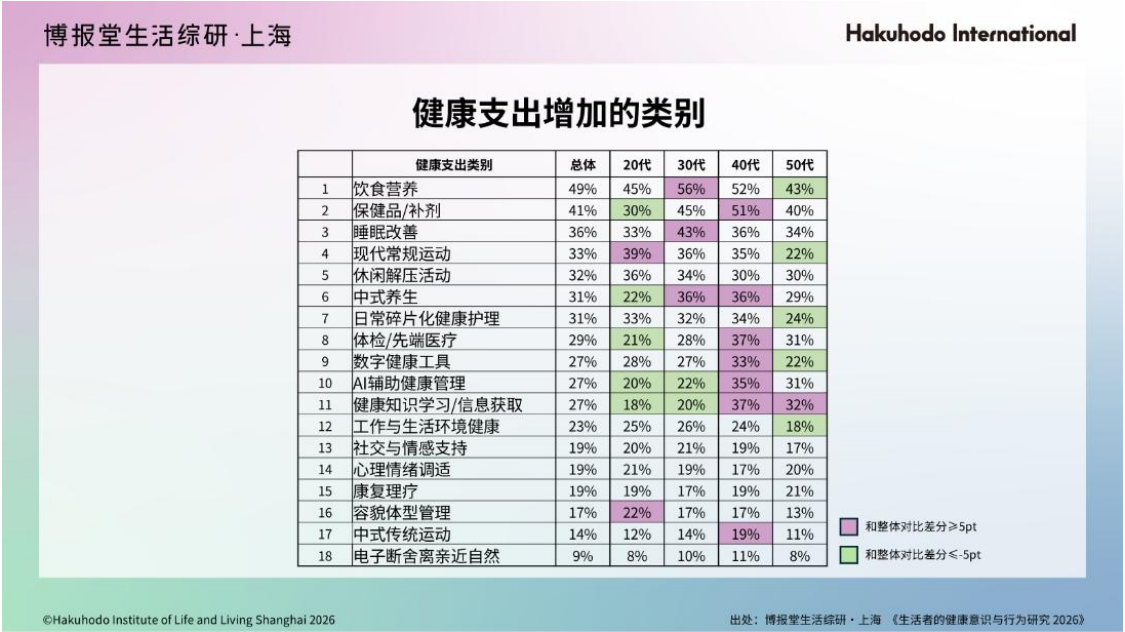
生活者对健康的担忧持续攀升，并且普遍预期未来这种担忧还会进一步加剧。八成生活者表示，近 1 年健康支出较过去 2-3 年有所增加。重视度与支出同步上升，反映出健康已成为生活者不可忽视的核心关切（图表 2）。从具体健康支出类别来看，饮食营养是增加最多的健康品类。20 多岁群体在运动、容貌及体型管理方面投入更多；30 多岁群体在饮食、睡眠等日常养护方面投入更多；40 多岁群体在先端医疗与数字健康科技方面投入更多；50 多岁在健康知识学习和信息获取方面投入更多（图表 3）。

<图表 2>



出处：博报堂生活综研·上海《生活者的健康意识与行为研究 2026》

<图表 3>



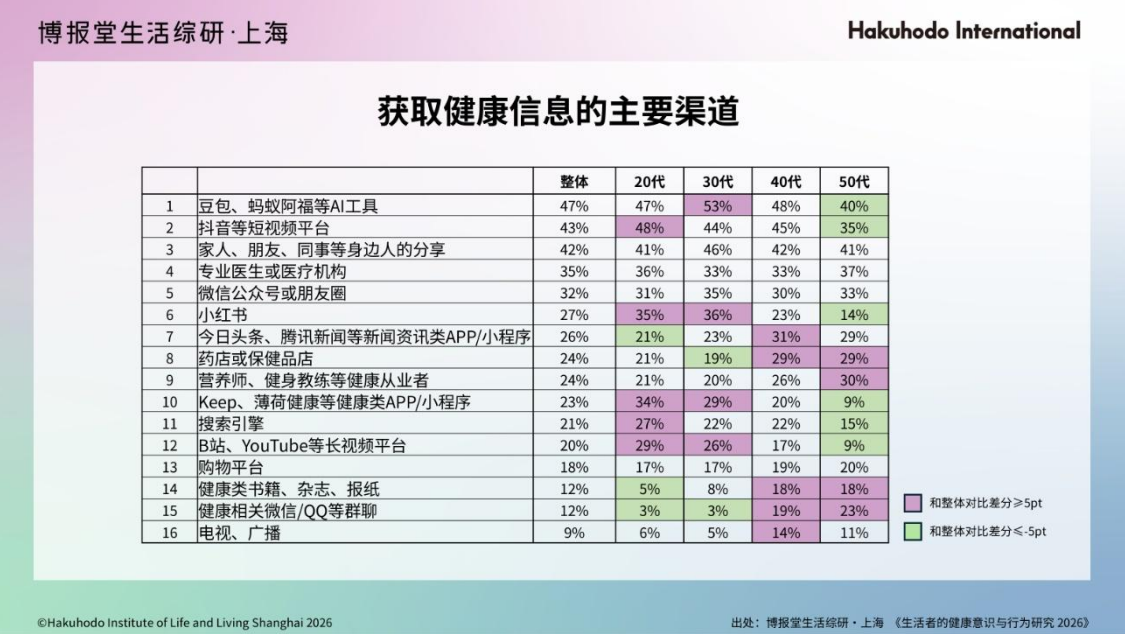
出处：博报堂生活综研·上海 《生活者的健康意识与行为研究 2026》

③ 【生活者获取健康信息的主要渠道】

本次调研数据显示，AI 已成为生活者获取健康信息的首要渠道（图表 4）。在 AI 辅助的健康行为中，整体以获取知识及建议为主，其中 40 岁以上群体更倾向于让 AI 直接参与决策（图表 5）。这既源于 AI 广泛的数据支撑，也因其回应自带安抚属性——面对健康焦虑，生活者既寻求解答，也期待被倾听和理解。

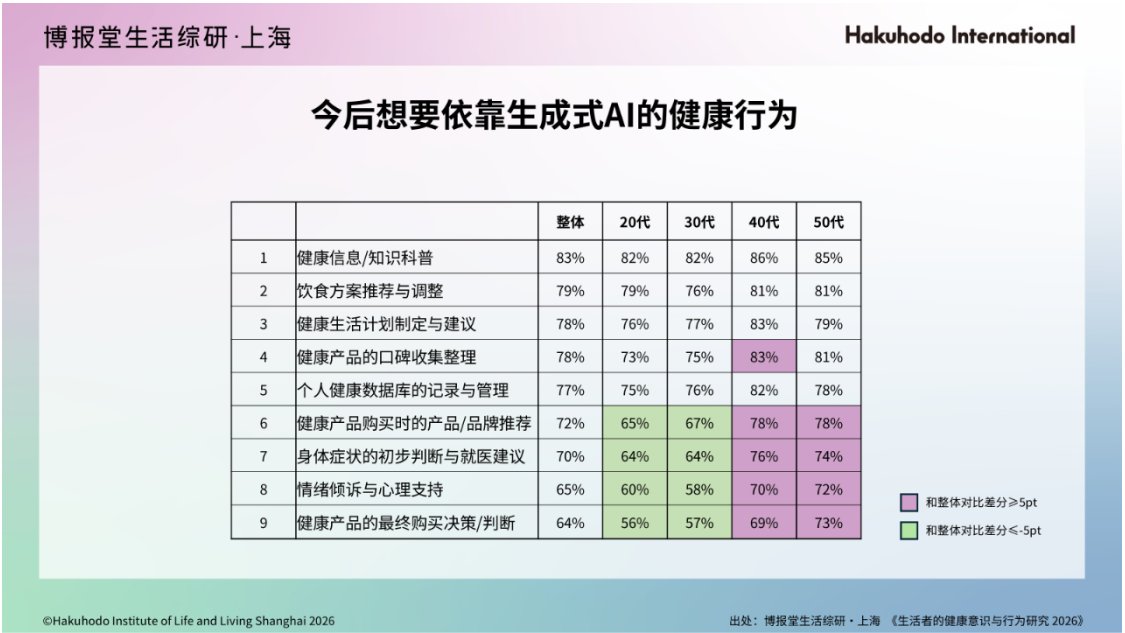
本次的《一日三餐&感兴趣的健康信息调查》的结果指向了相似的倾向：简短易懂、易于落地、不制造焦虑、传递正向感受的内容，以及能提供情绪价值与陪伴感的内容讲述者，更容易获得生活者青睐。

<图表 4>



出处：博报堂生活综研·上海 《生活者的健康意识与行为研究 2026》

<图表 5>

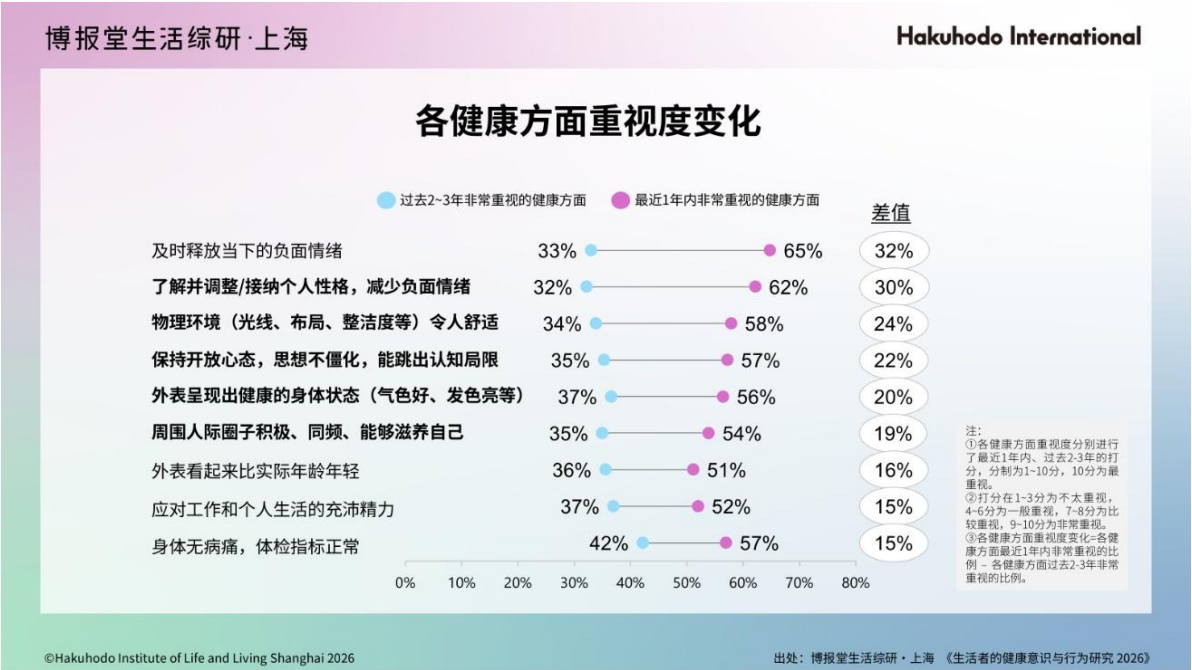


出处：博报堂生活综研·上海 《生活者的健康意识与行为研究 2026》

④ 【生活者健康意识、行为及欲求的变化】

过去，生活者最重视的健康方面为“身体指标”。然而，当博报堂生活综研·上海比较近一年与过去 2-3 年各健康维度中选择“非常重视”的比例变化时发现，**性格、环境、认知、容貌、圈子的健康重视度增幅已超过身体指标**。健康的边界正在从身体与情绪，拓展至更广泛多元的维度，升级为一场“整合型的自我经营”（图表 6）。

<图表 6>



出处：博报堂生活综研·上海 《生活者的健康意识与行为研究 2026》

在这种整合思维下，健康行为方式也在发生转变。生活者不再将健康视作严肃任务或数据驱动的循规蹈矩，而是**融入兴趣、碎片时间与日常小事**，以轻松可持续的方式自然维系——或尊重自身节奏，或以慢行清空思绪，或内省修身重塑心境，或从外改善状态、借反馈持续激励自己（图表 7）。健康，正从“焦虑驱动的自我防御”转变为“可享受、可持续、可展示的生活方式”。

同时，健康目的也在升级。研究显示，生活者维持健康的终极追求，已不止于长寿，许多人借此“探索新奇、收获认可、传递能量”，在与外部世界的互动中获取更多人生意义。在不确定的当下，健康成为少数可掌控的支点，源源不断地转化为生活者"向外链接"的底气与能力。博报堂生活综研·上海认为，持有此类健康欲求的生活者今后将越来越多。

<图表 7>

博报堂生活综研·上海

Hakuhodo International

健康行为特征变化总结

	FROM: 过去主流健康行为	TO: 新健康行为征兆	新健康行为的具体内涵	特征
行为①	严“健”以待	寓“健”于乐	把健康行为融入兴趣、日常饮食、碎片时间，通过轻松有趣的方式维持健康。	趣味性 持久性 外显性
行为②	恪守戒律	适度放纵	不刻意戒除“坏”习惯，通过尊重自身节奏和本能，自在弹性地维持健康。	
行为③	情绪加法	情绪减法	通过沉浸式、重复性、慢节奏的行为，让思绪归零，获取内心安定。	
行为④	心情调节	性情调整	通过需要思考与主观投入的修身养性行为，实现性格重塑从而推动身心健康及人际关系改善。	
行为⑤	指标内察	活力外显	改善气色、身材、精力等外在状态，借助他人反馈直观感知自身变化。	

©Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai 2026

出处：博报堂生活综研·上海 《生活者的健康意识与行为研究 2026》

出处：博报堂生活综研·上海 《生活者的健康意识与行为研究 2026》 根据定量及定性调研数据梳理提炼

【调查概要】

■ 《健康意识与行为变化深度访谈》 （20ss）

调查对象：无重大疾病且健康意识未减弱的、居住在一线到三线城市的 18-59 岁男女
调查手法：一对一的 90 分钟定性访谈、生活照片分析
调查时间：2026 年 5-6 月

■ 《健康行为及消费定量调研》 （1,600ss）

调查对象：无重大疾病且对健康保持一定关注的、居住在一线到四线城市的 20-59 岁男女
调查手法：网络调查
调查时间：2026 年 6-7 月

■ 《一日三餐&感兴趣的健康信息调查》 （16ss）

“一日三餐”日志（共计 143 餐）：记录工作日与休息日的餐食（含正餐、加餐）照片，对每餐进行满意度与感受描述
“感兴趣的健康信息”记录（共计 74 条）：提供近一个月内感兴趣的健康信息，注明感兴趣的原因及具体关注点
调查手法：照片素材及对应描述提供
调查时间：2026 年 6 月

■博报堂生活综研·上海 Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai

博报堂生活综研·上海于 2012 年在中国上海成立，是博报堂集团在中国的智囊机构。也是自 1981 年以来从事生活者研究已有 40 余年的“博报堂生活综合研究所”的中国版，致力于“生活者研究”的机构。

目前生活综研上海的主要业务内容如下：

- ① 洞察生活者的本质欲求，进行新生活方式提案的“生活者‘动’察”。
- ② 健康、汽车、护肤品等特定行业，年轻人、高净值人群等特定人群的“专项课题研究”。
- ③ 以“生活者发想”为基石，为企业及品牌方的营销策略提供“咨询服务”。

上述业务成果均可通过博报堂旗下各分支机构提供给广大客户。此外，部分研究成果还将通过发布会、公司官方网站、公众号等渠道实时对外公开发表。

如欲购买《生活者的健康意识与行为研究 2026》研究报告或进行该报告演讲说明会（中文、日文）的下载，请垂询博报堂生活综研·上海。

[邮箱 sei-katsu-sha.info@hakuodo-shzy.cn](mailto:sei-katsu-sha.info@hakuodo-shzy.cn)