

美团数据显示：长沙足疗按摩线上交易额位居全国第二，年轻人成消费主力

组团按摩，年轻人爱上“养生”社交

● 范宏欢 隼豪

“叫到多少号了？”“前面还有多少轮到我们的？”晚上11点，刚做完足疗按摩的王欣媛从包间走出来，看见大厅等候区里坐满了年轻的男男女女。他们三五成群地围坐着，有的在玩手机，有的在吃水果、喝奶茶，有的在体验健康检测机。尽管已是深夜，他们仍然选择继续排队等候。这是长沙一家名叫“金色印象”的足疗养生连锁店深夜的景象。

忙碌了一天感觉身体疲劳，这时你会选择如何放松自己？近年来，越来越多年轻人走进足浴、按摩店，开始了按摩养生。美团数据显示，五一假期，长沙足疗按摩的线上交易额位居全国第二，同比增长超65%，20-30岁年轻人成为消费主力，占比达55%。越来越多年轻人将“夜生活”转移到按摩店，按摩不仅成为年轻打工人的“回血”的好选择，也成为放松社交的新方式。

按摩养生，年轻人的社交新方式

“有什么比按摩更能拉近友情呢？”24岁的马佳刚毕业参加工作不久，每个月都会和朋友们聚会2次，以往她们的聚会总是吃饭为开端、酒馆小酌结束，但这半年来，聚会的节奏变成了“我们找个地方按摩吧？”在她看来，按摩足疗不仅是一项康复手段、一种健康服务，更是一种社交方式、一门养生时尚。

王先生是一名95后，因为工作的特殊性，三四年前就开始通过足浴和按摩来放松自己。而他和朋友常常选择在晚上7时后到足浴店进行足疗。“我们通常不吃晚饭，足浴店里的的美食实在太多了。”王先生坦言，自己按得舒服了，晚饭也吃了，还和朋友加深了感情，按摩确实是一种新社交。

曾经，养生是中老年人的标配，但如今，年轻人正在取而代之。身体力行地成为“保温杯里泡枸杞”的主力军。2023年5月，由国家统计局等发起的《中国美好生活大调查》数据显示，18-35岁年轻人的消费计划榜

单中，保健养生位列第三名，已经超过了学习培训、文化娱乐，仅次于旅游和数码产品购买。

“不少年轻人会与朋友相约足浴，他们选择一个泡脚或按摩项目，然后在店内度过大半天。”据长沙一家足浴店的工作人员说，“每逢周末或节假日，就会进入客流高峰期。想要按摩的客人需要提前预约，否则到了店里可能需要等待。”显然，按摩养生已经成为年轻人的新宠，他们愿意为此花费时间和金钱。

在大众点评上，搜索“足疗按摩”等关键词，便会出现许多关于长沙足疗店的笔记攻略，每一条都有着不错的浏览量。更有趣的是，在这海量攻略中，“吃到扶墙出”“小吃无限量”等关键词成为评价足浴店的重要指标。美团数据显示，截至5月初，平台上共收录长沙地区超4000家足疗按摩门店，其中，提供餐饮或是小食服务的门店数，占比超过了30%，远高于全国20%的平均水平。



影院式足疗养生代表——“金色印象”，成为不少年轻人的打卡点。受访者供图

跨界融合，足疗按摩成旅游打卡新选择

年轻人的青睐，让按摩足疗一步步升级为大众消遣娱乐的首选方式之一，也为这个原本相对传统的市场带来了全新的活力。以足疗按摩技术服务为前提，越来越多的门店开始提供影音、餐饮、住宿等一系列服务，呈现出“餐饮+”“KTV+”等多元化发展趋势。

走进康悦头等舱长沙五一广场店，新中式装修风格与现代潮流元素相互碰撞，餐饮区、影院区、足浴按摩区分区鲜明，这个集影院、足浴、Spa、美食自助、书吧、茶艺为一体的影院式足疗茶艺综合体，通过引入度假式酒店的一站式服务理念，提供一日四餐精致饮食、自助洗衣等个性与增值服务，同时参照五星级酒店标准设计房间，提供24小时过夜、行李寄存等服务，旨在打造城市生活的落脚点。

“目前我们在长沙有30家直营店，计划今年还要开6家店。”定财康悦连锁品牌华中区相关负责人介绍，从1.0版本的康悦足疗到如今4.0版本的康悦头等舱，近年来康悦

品牌不断打造新业态、探索新玩法，从目前到店消费者的年龄段来看，年轻人的占比达到了40%。

与本地的美食、美景一起，长沙特色的足疗按摩体验，也成为这届年轻人旅游打卡的新选择。

“如果旅行途中感到疲惫，就直接在当地找个足疗按摩店。能按摩解乏，又能吃喝过瘾，随便选一部电影或电视剧打发时间或是过夜，感觉整个人都舒服了。”今年“五一”假期，来自郑州的游客黄菁菁把金色印象作为感受长沙足浴文化的第一站，在体验过后更是自发地在美团平台上写下点评，赞不绝口。

在美团上，除了长沙本地客源，上海、深圳、北京、广州、武汉等地游客，构成了长沙足疗按摩店的主要异地客源。外地游客的到来，带动长沙各大商圈的消费热潮，据美团数据，“五一”假期，五一广场、黄兴路步行街、德思勤城市广场是足疗按摩消费的三大热门商圈。

线上发力，休闲娱乐行业积极拥抱数字化

作为互联网时代的“原住民”，年轻人热衷于分享、交流，也善于通过搜索获取信息。他们对健康的关注与追求，以及切实体验后给出的评价，也推动着足疗按摩行业向数字化、年轻化、潮流化升级。

一位95后传媒从业者表示，除了来自朋友推荐，关于足疗按摩门店的消费决策，她都是通过美团完成的——搜索目标品牌、浏览周边门店、对比价格及评分、线上下单付款、线下进店核销。“方便、直观，节约时间，基本不会踩雷。”

新兴的消费理念重塑了足疗按摩行业的供给，使得一批兼具资金实力与经营创新的足疗按摩品牌实现了快速扩张。例如在长沙拥有56家直营店的康悦，以及在长沙创立了21年之久的天之道等，都已成长为连锁化的地方知名品牌。它们与其他类似品牌一道，在传统之外拓展新意，呈现出百花齐放的增长态势。

“我们通过美团平台进行品牌推广、服务展示、预约服务、客户反馈收集等，通过线上渠道与顾客建立更直接的联系，以此来提升用户体验，并根据线上数据进行市场分析和策略调整。”金色印象相关负责人介绍，借助美团平

台，金色印象将“中医养生按摩、全息影音体验、家常特色美食、科学健康检测、休憩书吧”等特色更好地传递给消费者，结合线上平台的数据分析，也能更精准地把握消费者偏好，持续创新并推出更契合市场需求的服务项目和产品，满足民众多元健康休闲需求，让不止于按摩的“快乐老家”被更多人熟知。

线上与线下相结合的经营模式，为商家打开了一扇窗。美团公布的一组数据显示，2023年下半年以来，参与直播的休闲娱乐商家数量超过5万家，直播场次突破百万。臻品足道、康悦等品牌均在美团探索了直播项目，康悦为此还专门组建了一支直播队伍，康悦执行董事陈杰介绍，与美团的直播合作，为店面创造了20%-30%的额外增效。

业内人士表示，各类足疗按摩行业发展正积极拥抱数字化，通过线上平台和创新营销活动来吸引年轻消费者，有效拓宽了服务范围，提升经营效率。未来，伴随着覆盖“吃住行游购娱”多场景的综合性零售平台快速发展，本地服务的供给效率将进一步得到提高，服务辐射范围进一步扩宽，线下生活服务业也将开辟出更加广阔的发展空间。

三大婴配新品齐发！

澳优旗下全球羊奶第一品牌佳贝艾特引领行业加速发展



佳贝艾特产品矩阵图 澳优供图

● 曹开阳

5月9日，澳优旗下全球羊奶第一品牌佳贝艾特在海南三亚举行“更好营养·绽放We来”2024年经销商大会暨新品发布会，发布佳贝艾特晶萃悦白、悦启三款婴幼儿配方羊奶粉。

据介绍，这三款婴幼儿配方羊奶粉均具有“羊奶小分子+天然A2蛋白”双重吸收优势，但各有差异化配方优势。其中，晶萃悦白是佳贝艾特首款有机全配羊奶产品，凭借有机羊奶小分子和双重有机铁蛋白，经科研实证可使有害菌减少94%，将树立“超高端+”奶粉赛道新标杆；晶萃悦白以“双重有机铁蛋白+10倍类HMO”，给宝宝带来全面领先的双重保护；悦启精选自佳贝艾特荷兰自有牧场的珍稀山羊奶，品质优于国内国际双标准。

佳贝艾特是澳优旗下唯一的羊奶粉品牌。作为扎根长沙的乳制品企业，澳优积极实践“走出去”战略，通过“买全球、卖全球”的方式，

汇聚全球优质资源，服务全球市场。2011年，澳优收购荷兰百年乳企海普诺凯集团，将佳贝艾特全面升级并引进中国市场。

十余年间，佳贝艾特凭借优质奶源、科学配方以及吸收好、营养更好等优势，收获了广大消费者的认可与信赖，实现了从0到1并逐步成为羊奶“领头羊”的跨越式发展。2018年，佳贝艾特营收跨过20亿元大关，成为第一个突破20亿元规模的羊奶粉品牌；2023年，佳贝艾特实现营收32.83亿元，海外市场营收增幅高达44.7%。

今年4月，全球领先的消费者研究与零售监测公司“尼尔森IQ”（NielsenIQ）数据显示：2023年佳贝艾特在中国进口婴幼儿羊奶粉市场销量与销售份额占比分别达到79.1%和78%；全球权威增长咨询公司“弗若斯特沙利文”（Frost & Sullivan）经市场研究认证：2023年佳贝艾特羊奶粉销量与销售份额位居全球第一。据此，佳贝艾特已连续6年在中国进口婴幼儿羊奶粉市场份额超6成，并持续稳居全球羊奶粉市场销量与销售第一。

佳贝艾特持续领跑羊奶行业，离不开澳优的战略支撑。澳优始终将羊奶作为差异化竞争策略的核心，为佳贝艾特的发展匹配全方位的顶层资源。在上游供应方面，澳优已实现对荷兰市场羊奶奶源约50%的掌控，为佳贝艾特的可持续

发展提供长期、稳定、充足的原料。在羊奶营养研究方面，依托澳优“1+6+N”全球研发体系，佳贝艾特拥有的发明专利占纯羊乳蛋白婴幼儿配方奶粉专利的50%，论文发表数量位居羊奶粉行业第一，为产品创新升级持续注入动能。目前，佳贝艾特已成为全球羊奶品相最齐全、规模最大的羊奶粉品牌。

作为行业“领头羊”，佳贝艾特在实现自身高质量发展的同时，还致力于助推行业发展进阶。2020年，澳优和佳贝艾特共同设立“澳优-佳贝艾特营养科研基金”，面向全国科研工作者及其单位开放申请，以科研基金资助的形式助力优秀营养科研项目开展。截至目前，澳优-佳贝艾特营养科研基金累计投入500万元，资助项目22个，在母婴营养、母乳成分、羊奶营养研究等方面取得了多项成果。

当前，新生代父母越来越注重科学喂养，奶粉消费呈现精细化、高端化趋势。此次发布三款婴配新品，有助于母婴渠道进一步精细化选品，填补市场空白，为消费者提供更高品质、更多元化的营养健康选择，体现了佳贝艾特对消费需求升级的敏锐洞察和穿越行业周期的坚定信心。面对未来的市场变革与机遇，佳贝艾特以具有差异化的卓越产品品质，激发消费新动能，携手合作伙伴共谋发展，正持续引领羊奶行业加速发展。

做消费者信赖的人民保险

湖南人保寿险守正创新，切实履行金融央企职责

● 刘晓敏 胡腾宇 曹开阳

人保寿险湖南省分公司（以下简称“公司”）成立于2006年7月18日，是中国人民保险集团旗下人保寿险在湘分支机构，下辖机构覆盖全省14个地级市，81个县城。公司始终秉持人民保险的红色基因，自觉贯彻新发展理念，推动高质量发展，积极融入国家重大战略部署，牢固树立以“人民为中心”的价值取向，紧紧围绕“以客户为中心”的服务理念，切实履行金融央企职责。

推动落实“八项战略服务”

公司坚持依托人保品牌和公司网点优势，积极服务乡村振兴，助力农业强国建设。通过消费帮扶等方式支持集团帮扶点和省公司对口帮扶点，选派精干力量驻村定点帮扶，积极履行央企社会责任。此外，公司积极探索实施“防贫保险”模式，精准对接脱贫户、贫困户、边缘户保险保障需求，着力解决因病、因意外、因灾返贫或致贫的问题，构筑起基本医疗保险、城乡居民大病保险、商业保险和民政救助后的第五道保障防线，切实提高脱贫、防返贫质量，为实现共同富裕目标贡献自身力量。

公司以服务增进民生福祉，充分发挥商业保险在构建社会保障体系中的作用，助力健康中国建设。积极推进志愿者公益保险，大力发展“一元民生保险”，加速推进特殊人群保险，探索基本医疗保险与商业健康保险融合发展模式，更好满足新市民多元化医疗保障需求，丰富城乡居民基本医疗保险的保障层次，提高参保居民意外伤害的抗风险能力，增加参保居民的获得感。

2023年理赔金额3.32亿元

公司充分发挥保险的经济补偿、资金融通和社会管理功能，秉承“保险+服务+科技”的理念，为客户提供全方位重疾、医疗、意外等保障。公司2023年全年服务客户



人保寿险湖南省分公司牢记初心使命，致力于为广大人民群众提供安全、可靠、全面的保险保障。人保寿险湖南分公司供图

8.3万人次，理赔赔付20余万件，理赔总金额3.32亿元。客户申请到理赔款项到账平均时效1.2天，客户获赔率99.62%，客户通过线上申请理赔率为99.48%。通过线上理赔、快速理赔，持续提升了客户满意度。

公司将大灾救援理赔作为首要政治任务，以高度的政治责任感做好灾害事故处理及救灾分级响应工作，第一时间发现和报告全国自然灾害、突发事故事件社会面损失信息，建立高效协同的信息监测报告工作机制，全年给付保险金255万余元，从快、从准、从优地做好理赔服务。

持续改进适老化服务

公司持续对全省90家柜面客户服务中心柜面开展适老化改造，在柜面设立“特殊人群服务区”，设立老年客户绿色通道，优先为老年客户办理柜面业务，减少老年人等待时间，并为老年客户、残障人士等特殊群体提供上门服务。针对60周岁以上的保险消费者，设立“尊老专线”电话热线。

“人保寿险E服务”微信公众号简版实现字体放大、语音交互等功能设计，完成适老化改造。2023年适老版累计访问量521.10万次，

“人保寿险适老版微信平台建设项目”荣获2023中国银行业保险业服务创新峰会适老服务典型案例奖项。

积极开展集中教育宣传活动

公司扎实开展集中教育宣传活动，积极参加“金融消费者权益保护教育宣传月”等金融知识宣传活动，持续开展“人保客户节”，充分运用官微进行教育宣传，在3·15宣传周和集中教育宣传月期间发布以案说险、风险提示、金融知识普及等推文。

公司聚焦重点人群开展宣传教育活动，面向“一老一小”开展多项特色活动，在2023年金融消保教育宣传月举办的“友氧鲜气跑”专场跑团活动，邀请客户及爱好运动的市民朋友参加，活动采取线下现场参与、线上直播互动的方式，将金融消保知识进行有效传递。

人保寿险湖南省分公司将始终牢记“人民保险 服务人民”的初心使命，通过推动落地“价值引领发展工程”，做专做精人身险；通过落实“八项战略服务”，为中国式现代化贡献人保寿险力量；通过保护消费者权益合法权益，为广大人民群众提供安全、可靠、全面的保险保障。

强产业 树品牌 兴消费

2024 长沙品牌榜样发布活动 特别报道