

中国大健康品牌发力正当时

近年来,随着中国经济的快速发展、技术创新能力和品牌意识的不断提高,中国制造一改往日“低价”、“低质”的标签。通过科技创新,越来越多的“高档产品”开始在全球市场崭露头角,包括大健康产品在内的中国品牌在国际市场的地位日益凸显,来自中国的产品、技术和服务为世界消费带来了新亮点,也为中国品牌赢得了市场竞争优势和国际声誉。

二十届三中全会进一步明确了中国全面深化改革的方向,这对中国大健康品牌来说是重大发展机遇。品牌企业的无形资产,更是国际舞台上的中国形象,具有提升企业形象、增加产品附加值、增强市场竞争力及展示中国魅力和中国式现代化重要成果的双重意义。

大健康品牌的崛起与挑战

我国大健康产业目前已基本形成四大产业群体:以医疗服务机构为主体的医疗产业;以药品、医疗器械及其他医疗耗材产销为主体的医药产业;以保健食品、健康产品产销为主体的保健品产业;以个性化健康监测、评估、咨询服务、调理、康复、保障、促进等为主体的健康管理服务产业。

与此同时,我国大健康产业链已经逐步完善,新业态正在不断涌现。大

健康领域产品和新兴产业包括养老产业、医疗旅游、营养保健品研发制造、高端医疗器械研发制造等。较早统计数据显示:2007年大健康产业增加值占国内生产总值的约6%左右,远低于发达国家水平。近年来,随着人口老龄化、城镇化加速,可谓市场前景广阔;而且我国大健康产业发展面临优良的政策环境和以人为本的社会基础。

中国拥有悠久的养生文化和大健康系列产品,出现了诸多名扬华夏、叫响世界的大健康品牌和中华老字号产品。然而,由于种种原因,大部分品牌并没有在国际市场“持久留香”。反观大健康市场,价值不菲的国外品牌如纽崔莱等国际一线品牌较长时间占领着中国大健康高端市场;加之前些年中国大健康产业的不良信息遭遇国际舆论的恶意炒作,一度使中国大健康产业面临品牌认知与信任置疑的严峻挑战,所幸这种状况正在悄然改变,中国品牌正在通过积极的品牌营销策略来缩小这一差距。例如,一些健康食品品牌通过公开原材料来源和生产工艺,提高了消费者的信任度。

有研发保障的技术创新与国际市场营销方兴未艾

随着消费者对生活质量和健康

认知的日益提升,健康食品和科学理疗产品的需求也在快速增长。中国品牌如东阿阿胶等,通过科学研究和技术创新,推出了基于传统中医理念的健康食品;还有一些科学理疗设备的制造商也在不断推出新技术,如智能穿戴设备、家用健康监测系统等,满足了消费者对健康管理的需求。

同时,借鉴国际大健康知名品牌经验,产品研发、技术迭代大背景下,国内知名品牌在产品研发上也投入巨大,拥有先进的科技支持和持续的产品创新,能够不断推出符合市场需求的新产品。我们看到的可喜势头是,中国品牌特别是在大健康领域的一些知名品牌,利用传统养生智慧,结合现代科技进行产品创新,逐步在国内外市场占有一席之地。应运而生的中药保健品、草本护肤品等本土品牌逐渐受到了越来越多国内外消费者的青睐。

而且,国际市场营销方面也在做多功课。中国品牌正在学习和借鉴成熟的全球营销网络和丰富的市场经验,通过国际化的营销策略和手段,快速适应并引领市场趋势的做法,通过明星代言、社交媒体营销,提升产品知名度和吸引力的做法。例如,一些本土品牌通过与知名运动员

合作,利用其在体育领域的影响力来推广健康食品和运动补给品等等。

政策赋能发力效果明显

国家高度重视大健康领域的发展,以健康中国为目标推出了一系列利好扶持政策:《国务院办公厅关于印发〈深化医药卫生体制改革2024年重点工作任务〉的通知》国办发〔2024〕29号文,明确了《深化医药卫生体制改革2024年重点工作任务》,从加强医改工作统筹协调、推进药品和医用耗材集中带量采购提质扩面、深化医疗服务价格改革、深化公立医院薪酬制度改革、提高公共卫生服务能力、加强基层医疗卫生服务能力建设、推进中医药传承创新发展、提升卫生健康人才能力、推动各级各类公立医院高质量发展、健全基本医疗保障制度、完善药品使用和管理、深化药品审评审批制度改革、推进数字化赋能医改、加强医药卫生领域综合监管等22个方面全方位明确了工作任务和落实目标;国家卫生健康委员会等部门联合发布了《关于促进中医药传承创新发展的意见》,旨在推动中医药事业的发展,鼓励企业加强品牌培育和推广;二十届三中全会精神更为中国大健康品牌的发展指明了方

向,强调了改革和创新的重要性。

近年来,国家对包括中医药在内的大健康政策持续发力,推动了中医药的现代化和国际化进程。例如,广药集团旗下的王老吉凉茶就成功融合了传统中医药与现代营销的成功案例。此外,中国还成立了多个国家级中医药研究中心,专注于中药新药的研发,这为中医药品牌走向世界提供了可靠的技术支持和优良政策环境。

随着中国“一带一路”倡议的推进和区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)的生效,中国大健康品牌迎来了前所未有的市场机遇。这些举措为中国企业开拓海外市场提供了便利条件。二十届三中全会还强调了要充分利用各种资源,加快构建开放型经济新体制,为中国大健康品牌走向世界提供了坚实的政策支持。

综上所述,“中国大健康品牌发力正当时”。在政策支持、市场需求和技术进步的共同作用下,中国大健康品牌正迎来新的发展机遇。未来,我们有理由期待更多中国大健康品牌能够在国际舞台上绽放光彩,特别是在中医药、健康食品、科学理疗等领域展现出巨大的潜力和发展空间。(周盛乔 全四清)

人体健康与食品营养关系密切

蛋白质、脂肪、碳水化合物、无机盐、微量元素、维生素和水是人体必需的七大营养元素。食品中含有营养物质;人体的生命和健康需要营养物质,人体的生长发育需要营养物质,人体从事劳动和其它活动也需要营养物质。人的生命必须通过饮食来维持,人的生命质量和精神心理与饮食营养有密切关系,人的学习能力、抵抗病毒病菌的能力(也就是通常所说的免疫力),还有运动能力、康复能力、语言表达能力、智力、体力、身高、寿命等等都与饮食营养有着密不可分的关系。这就构建了饮食营养与人体健康的平衡关系,一旦人体摄入的营养不平衡,就容易导致疾病发生,影响人体健康。例如,蛋白质缺乏就会令人感到恐慌,脂肪缺乏就会使人懒惰和怠于思考,维生素A缺乏就会使人皮肤干燥,维生素B1缺乏就会

使人容易得脚气病等等,这些症状都与营养不平衡有关。

然而,现实生活中没有一种食品能使人体所需的营养素与适宜配比营养成分提供达到合理的营养平衡,为了满足营养的需要,人体必须摄入多种多样的食品,让人体所消耗的营养与食品中所获得的营养尽可能达成平衡。总之,人类生命需要食物的维持,人类的健康好坏与食品营养有着非常重要的联系。

食品营养强化的目的就是为改善人类的营养状况,通过食品中添加维生素、氨基酸和矿物质等营养物质来强化食品的营养指标。在现实生活中,国人普遍缺乏营养学知识,对。选择食品时一味地追求视觉和味觉的享受,而忽视了食品本身的营养价值和营养搭配。食品应当在满足人体生理需要的基础上尽量包含更多的营养素来保证人体

的健康,但是一些食品加工厂为了谋取私利,迎合广大消费者视觉和味觉的享受,却放弃了本应坚守的营养价值标准,从而导致一些人出现不良营养状况,影响人体健康。食品营养强化是指针对人的特人体的特性,根据人体对营养的营养素的需求,遵循缺什么就补什么的原则,向食品中添加营养强化剂。因此,食品营养强化措施和膳食结构的合理性是构成人体营养是否均衡的重要因素。

一般来说,营养强化剂往往是食品中比较缺乏的人体所需的针对特殊人群而生产营养强化特殊食品的添加剂,对平衡这些人群的膳食结构有较大帮助。同时,营养强化必须符合大众需求,对人民生活所必需的食品进行营养强化,有利于维持人体健康,比如大米、面粉、面包、面条等。在我国,由于农村的经济

水平相对较低,所以营养食品、营养强化要面向广大农民,要把农村作为开展食品营养强化工作的重点。食品营养强化除了面向人类主食,主要涉及人类副食和日用品,例如食用油、食盐、食醋、酱油等调味品,这些是生活日用品,对人体促进健康也有着重要的作用。所以在这些生活用品中添加钙、碘、铁、锌等微量元素,也能够起到提高营养标准的目的,另外,人们在日常生活中也避需要饮品、饮料,所以食品营养强化也应该向饮品,特别是牛奶、饮料等常用饮品中添加营养素。从而有助于人体吸收,促进人体的营养平衡。

我们在食品中添加营养强化剂,具有针对性的添加营养与营养素,还要首先确保食品安全和人体健康,必须采用科学有效的方法添加食品强化剂,以保证营养成分不流失。此外,政府食品质量监管部门

要对食品质量进行严格监管,对达不到标准的食品,要有严格的准入门槛,市场内要制定合理的食品营养标准。

食品营养关系到人的生命健康,食品营养强化对解决人体营养不良症状有着积极的作用,人体摄入食品,吸收食品中的营养成分,保证人体正常生命生理活动的需要。食品营养不仅包括健康人群、亚健康人群在内的国人营养需要,也包括危重病人在内的特殊人群营养需要,所以那种依靠注射或输液流质营养成分的做法仅是维系病人生命的必要补充,是营养强化的另类手段,不能取代通过胃肠功能消化吸收的强化营养食品或天然食品所提供的人体营养。

在日常生活中,我们自己要注意调节膳食结构平衡,保证营养平衡,从而促进生命健康发展。(周盛乔)

关注大车司机的身心健康

大型客车和货车在城市交通和物流运输中扮演着重要角色,由于这些车辆载重量大,一旦出现问题就会造成严重的交通事故。然而,由于这些大型车辆大多从事长途运输或长时间营运,司机普遍面临长时间驾驶、精神高度紧张、生活作息不规律等问题。近年来,因大车司机身体突发疾病造成严重交通事故的报道屡见不鲜。大车司机的

身心健康,亟须得到关注。

建议相关企业和行业组织关注此事,合理安排大车司机的工作时间,防止疲劳驾驶,减少亚健康隐患。可通过优化轮班制度,保障司机固定休息时间,每班次之间设置强制休息时间,避免连续安排夜班和早班。有条件的公司还可优化司机的劳动保护措施,如配备符合人体工程学的座椅或座椅靠垫

等,减少长时间驾驶对身体的伤害。

另外,应定期组织大车司机进行健康体检,尤其注意针对司机职业特点易引发的大脑血管、消化系统和骨骼肌肉等方面疾病的检查和预防。同时,关注大车司机心理健康,通过合理安排假期、开设心理咨询热线、提供线上问诊等方式,保障大车司机身心健康。(人民日报)

2024中国学生营养教育大会举行

深入的营养教育是提升儿童乃至全民营养健康水平的首选策略,也是公认的解决公众营养健康问题最根本、最经济、最有效的措施和策略。

国家卫生健康委食品司三级调研员董静宇表示,贯彻落实国民营养计划和健康中国合理膳食行动要聚焦学生等重点人群,贯通“知-信-行”,突出示范引领、典型推广、创新驱动。学生营养教育要有知识、有理念、有技能,最终要落实到学生的每一课、每一餐、每一种食材。真正使科普宣教聚焦学生群体现实需求、融合多学科多专业权威,更加自觉适应新技术,推动营养健康系统性重构。

2023年,中国疾控中心营养与健康所、中国学生营养与健康促进会共同发起了“食刻守护 育见未来——食育中国行”活动。开展了包括食育作品征集活动、组建全国食育队伍、研制食育标准化工包、开展食育进万家活动、创建食育示范基地等活动。会上,对部分活动成果进行了总结、交流,并举行了“新时代食育作品征集活动”证书颁发仪式、“食育中国行活动——国家食育专家组、国家食育讲师团”聘书颁发仪式。

会议期间,来自联合国世界粮食计划署、中国健康教育中心、中国疾控中心营养与健康所、北京师范大学、首都医科大学附属北京儿童医院等机构的专家、学者围绕“行为科学促进儿童健康”主题,就乡村儿童营养高质量发展、学校营养健康教育策略方法、关键7000天营养应对健康挑战、助推理论相关研究等方面进行分享,并开展学龄儿童营养健康教育技能提升专场和圆桌沙龙,通过理论、技能与实践相结合,全面提升学生营养教育培训成效。会上还对儿童食育教育核心信息团标和系列标准课件件进行发布,根据满足不同年龄段学生营养教育的目标定位和以“减油、增豆、加奶”为主旨内容,创建食育核心信息团标,形成符合儿童认知特点的食育标准课件体系。

中国学生营养与健康促进会学生健康教育分会主任委员刘爱玲总结指出,学生营养教育事业的发展离不开社会各界的共同努力,期待未来与更多支持机构携手,共同推动学生营养教育事业不断向前发展,为学生的健康成长和全面发展贡献更多的智慧和力量。(新华网)

专家提示:洪涝灾害后,注意皮肤卫生

近期,多地出现暴雨洪涝灾害,专家提示,皮肤长期浸泡在水里,加上周围高温高湿环境,以及饮食、情绪等多种因素影响,人们易出现皮肤问题。要进行科学应对,注意皮肤的防护和卫生。

“常见的皮肤问题,如皮肤感染,包括细菌感染和真菌感染。”中国科学院西苑医院副院长宋坪介绍,细

菌感染往往易导致皮肤出现红肿热痛症状,在保持皮肤干爽的基础上,可涂抹红霉素软膏等;真菌感染往往会导致皮肤出现红斑丘疹等,可用抗真菌药膏治疗。

专家提醒,湿疹、皮炎、荨麻疹等也是常见疾病。如果既往有过敏史或家族中有过敏患者,这类人群要特别小心,保持清淡饮食,减少洗涤剂刺激

皮肤,可口服抗过敏药。

蚊虫叮咬也要格外留意。中国疾病预防控制中心环境与健康相关产品安全所应急办主任、研究员孙宗科建议,出门时可穿长衣长裤,在皮肤裸露的部位,可以喷涂花露水等进行保护。此外,长时间浸泡在水里,皮肤易出现浸渍、糜烂、溃疡等,若皮肤情况严重,要尽快就医。(人民网)