健康消费正成风 健康产业待乘风

近日,商务部、国家卫生健康委等12部门联合印发《促进健康消费专项行动方案》,明确提出提升健康饮食消费水平、优化特殊食品市场供给等任务。

当前,健康消费正不断创新形态,重构市场格局:健康食品与精准营养代餐产品成为新宠;智能可穿戴设备迭代至血氧、皮质醇监测等生物指标追踪阶段;药膳食疗、八段锦等传统养生方式借势国潮强势回归;冥想疗愈、森林康养等新兴业态加速破圈……从基础需求到品质追求,从单一产品到系统方案,健康消费的升级态势正催生万亿级市场空间,成为驱动新质消费增长的新引擎。

从"疾病预防"到"身心共养"

调查:越年轻越爱养生 健康消费衍生新形态

随着年轻人逐渐成为消费市场的主力军,其健康消费行为也推动着行业发生结构性变革。知萌咨询机构与HNC健康营养展南京寻商会联合发布的《Z世代健康消费趋势报告》显示,"健康" 已成为"Z世代"生活中举足轻重的关键词。这一群体的健康理念已从传统的"疾病预防"转向"身心共养",消费模式呈现日常化、生活化特征。根据调查,62.6%的"Z世代"对健康更加关注,41.4%的人认为健康是坚决不能节俭和降级的消费领域,甚至有25.4%的人期待自己成为养生健康专家。

越来越多年轻人意识到"养生要趁早",这与公众健康意识普遍增强有关。《"健康中国2030"规划纲要》与《"十四五"国民健康规划》等文件均指出应把预防摆在更加突出的位置,培养健康的生活方式以减少疾病发生是实现全民健康的重要手段。根据国家卫健委相关数据,我国城乡居民健康素养水平日渐上升,从2018年17.06%稳步提升至2023年的29.70%,实现了《健康中国行动(2019—2030年)》中提出的"到2025年全国居民健康素养水平不低于25%"的目标。而年轻人群的知识素养水平在全年龄段中处于领先水平,因此其在健康方面进行"自我投资"不足为奇。

那么,年轻人的养生行为呈现何种趋势呢?根据中国人民大学社会与人口学院发布的《中国城市青年群体健康观念调查报告(2022)》,我国城市青年群体的自评健康水平总体较高,但亚健康问题和心理健康问题仍旧较为普遍。

与之相应的是改善日常饮食结构和以休闲为目的的短期活动成为年轻消费者的重点消费领域,年轻人健康需求逐渐扩展至多种日常生活场景,如健康零食、健康饮品情绪疗愈保健养生和深度好眠等。比如,健康零食方面,年轻人对零食配料表的关注度显著提高,选择精简、少添加的高品质健康零食已成为趋势,占据了零食市场的重要份额。《中国休闲零食健康化趋势报告》显示,健康零食市场规模年增长率达35%,其中低糖、低卡、高蛋白产品成为增长主力。该报告指出,超70%的消费者愿意为"成分透明、低添加"的零食支付溢价,而传统高糖、高脂零食的复购率近三年下降超20%。这一趋势在"Z世代"中尤为显著——约65%的年轻消费者在社交平台表示"选购零食时优先查看营养成分表"。

而在心理健康消费方面,消费者对体验感的追求日益显著。尤其是在情绪疗愈领域,年轻人面临的工作和生活焦虑不断增加,为缓解这种压力,低门槛且富有社交属性的城市轻户外运动如徒步和露营,逐渐成为年轻人休闲、解压的热门选择,成为重要的情绪疗愈方式。

图为主打养生概念的茶饮店广受欢迎。

除了户外活动,居家环境中,通过嗅觉香氛、颂钵冥想以及"多巴胺色系"等感官体验打造出的放松氛围越来越受到年轻消费者的青睐。去年,工位情绪类摆件产品在礼赠场景中热度大幅提升。天猫数据显示,工位情绪摆件关键词热度增长超过20倍,跃居类目搜索词榜首。宁波资深心理咨询师陈佳认为,从心理代偿机制看,工位情绪稳定器的实质是"可控的自我疗愈"。通过在工位上布置带有情绪疗愈作用的手办、绿植等,职场人试图将工作压力转化为可掌控的环境秩序。

(综 合)

现状:青年加入"养生局" 治未病受追捧

"医保报销完,挂号费只要8元钱,比喝奶茶还便宜!"今年1月,大三女生贺思源和男友黄艺博进行了一次旅行,他们住宿的酒店旁是陕西中医药大学第二附属医院,二人决定来一次"新型约会"。

虽然都想解决睡眠不好的问题,但医生诊查后开出截然不同的药方。医生解释道,二人的体质并不相同,同样的问题是由不同原因引起的,所以改善的方式也不同。

二人把这次经历发在了社交媒体上:"中医真的太棒了,只需要一杯奶茶钱就可以了解自己的身体状况。"评论区里有不少年轻人"艾特"了自己的朋友,回复道:"把去治未病科列入我们的约会清单!"

何为治未病

近年来,年轻人掀起"中医热",治未病的概念逐渐流行。许多年轻人在体验中医养生乐趣的同时,却还抱有困惑:"治未病到底是什么?"为此,记者采访了中国中医科学院西苑医院治未病/体检中心主任张晋。

张晋介绍,治未病就像是在天气变化前告诉你该怎么调整衣物,能够起到防微杜渐的作用。治未病就是在疾病还没发生时就进行干预,其关注的是人整个生命过程的健康,目的是让身体达到最佳状态,与个人的年龄、性别、体质相契合。不仅是在疾病没有开始前"刺其未生",还包括在患病过程中"刺其未盛",以及在疾病开始好转后"刺其已衰"。"我们可以通过中医的诊断方式,以及一些仪器,对个人的身体情况进行综合判断和健康评估,再根据就诊者的需求为其提出个性化的改善措施。"张晋说。

首都医科大学附属北京中医医院治未病科副主任王一战告诉记者,近年来,随着部分疾病出现年轻化趋势,年轻群体对个人健康的关注度显著提升。比起医院的其他科室,治未病科的年轻就诊者比例较高,许多年轻人面对一些尚未发展成疾病的问题会选择中医来调理。

王一战说:"许多年轻人会主动进行定期体检。当体检报告显示某些指标异常,但尚未发展为疾病状态时,不知如何应对。存在这样的问题就可以前往治未病门诊,让医生针对个体的情况进行治疗。"

哪些人适合去治未病科

"第一是亚健康状态的人群,比如血糖、血压指标处在异常边缘,经常感到疲劳,睡眠不好,我们中医称之为欲病状态,就是将要得病的状态,我们争取在疾病的萌芽状态就进行干预;此外,慢性病高危人群如有家族病史、存在不良生活习惯的人群都比较适合到治未病科来检查调理。"

王一战告诉记者,治未病不仅是未病先防,还需要既病防变、瘥后防复,术后或病后人群也可以到治未病科进行康复治疗。

选择个性化的"养生处方"

近年来,随着大众健康意识的提升,网络上充斥着各种各样的养生方式,从食疗到运动,从按摩到艾灸,"养生秘籍"随处可见。然而,如何判断这些方法是否适合自己?

张晋表示,对于不同体质的人来说,适合采取的养生方式也有所不同,不同的人身体即使出现了同样的问题,原因也有可能是有差异的,不能盲目采取同一种方式进行调理。

王一战告诉记者,对于不同年龄段的人群,应当采取的养生方式有所不同。"我们治未病的理念是让人们少生病,晚生病,不生大病。中老年人养生的侧重方向是防衰和慢性病管理,而青年群体则是要在固本的基础上对压力进行缓解,对健康进行长效的保护。"

(中 青)

趋势:健康消费加速向"新" 市场前景广阔

"年轻群体的健康消费趋势是蓬勃向上的。"西南大学体育学院院长黄晓灵说,"预计在未来五年,智能化、个性化、便捷化的健康服务将成为市场增长的核心引擎之一。"

健康消费不断增加

与老一辈的传统养生观念不同,年轻人不再满足于简单的"多喝热水"或"吃补品",而是力求将健康理念渗透到生活的方方面面。

健身爱好者罗俊说,在日常的饮食中,会注重食品的配料表,一个星期有四到五天会去吃轻食。同样是健身爱好者的张馨文则更关注运动表现的检测。她说,"买了手环戴在身上,对睡眠时间、睡眠恢复时间,包括压力管理都比较清楚。"

智能手环等健康监测设备的普及,让年轻人的健康管理更加高效和便捷。根据国际数据公司发布的《全球可穿戴设备市场季度跟踪报告》,2024年前三季度中国腕戴设备出货量达到了4576万台,同比增长高达21%。

健康服务更加完善

从人口结构上看,中国60周岁及以上老年人口近3亿,预计这一数字在2035年前后将突破4亿。专家表示,人口结构的变化蕴含着健康等服务消费的创新动能,老年护理服务市场规模将不断扩大。

最近,家住山东淄博博山区大辛社区的蔺志凤家里来了一个"新朋友",只需对着它招呼几声,就能呼叫许多养老服务。这个由当地养老服务企业与百度联合研发的智慧健康养老终端产品,正悄然改变着辖区内部分老年人的生活方式。通过终端,老人足不出户就能享受上门送餐、出行陪医、帮办代办、助浴维修等各项服务。截至目前,上线用户近2000人,接入服务商家1.3万余家。

服务形态日益多元

近年来,随着科技的快速发展,"互联网+医疗健康"进入快速发展阶段,推动健康消费向数字化方向发展,医疗服务更加便捷,医疗资源分配更加高效。

广东省第二人民医院信息科主任连万民介绍,"我们的互联网医疗的健康服务已经全方位的进行了升级,那么不单仅仅是一个简单的互联网医疗,我们包括了互联网健康、互联网诊疗、互联网药学咨询、互联网延续护理、互联网家庭健康管理等等一系列的这些服务,把院前和院中的一系列的这些医疗健康管理,还有康复这些服务都进行了串联整合,实现了线上线下的一体化。"

健康消费热潮背后,不仅反映出人们对健康认知的深刻变化,也与我国当前的社会发展阶段、科技创新和政策导向等因素紧密相连。未来,随着经济的持续发展,健康消费将迎来更为广阔的发展前景。

(新 文)

言 论

用运动为健康『充值』

从瑜伽、健身,到骑行、露营,再到"特种兵式旅行""City Walk",当下许多青年人将消费对象投准体育运动。纵观这一新风尚,松弛、轻量与社交化趋向是当下青年人运动消费的新特点。

不少青年希冀借助运动消费,提升生活的"松弛感"。笔者注意到,身边许多身着西装的职场青年总会购入一套宽松舒适的运动装,放在办公室内或汽车后备箱中,下班后"摇身一变",来一场快乐运动,只为去除"班味"、松弛内心。户外运动的悄然崛起也予以印证。不同于室内活动,爬山、骑行、潜水、滑雪等项目日渐成为流行项目,原因之一或许在于大自然为久在城市里的上班族提供了切换心理频道的密钥,身体动了起来,心情静了下来。

"轻量化"是运动消费的另一新特征。一是价格之轻,物美价廉的跑鞋依然有其市场,简约时尚的穿搭亦受到年轻人青睐。在调研中,笔者愈发感受到,不少人开始与盲目花钱保持距离,转而追求自己的"质价比"。二是方式之轻,健身月卡、短期课包、租赁装备等灵活的付费方式,因其一次性投入成本的降低而深受青年欢迎。三是强度之轻,许多人乐于选择普拉提、城市漫步等体能要求较低的运动。毕竟,小而美的活动易于参与、便于开展,使得现代人在快节奏、碎片化生活中得以进行身体能量"快充"。

再言之,运动消费的"社交属性"也得到了青年群体的重视。以往,一些集体活动总面临难以成行的窘境,不是约不到人,就是约不到合适的人——水平不等的几人在比赛过程中互相勉强与迁就,过程并不欢愉。如今,各类App和小程序则提供了精准匹配的运动选项,确保消费者能够找到类型相符、时间相称、地点相近、实力相当的若干队友,之前素不相识没关系,一起运动后便可能收获一份新鲜、难忘而有质量的友谊。

运动消费风尚渐起,那么,比起看电影、打游戏等消费行为,"这届年轻人"缘何掷金于体育?"为了健康"是笔者调研得到最多的回应。通过运动增强体质、保持健康,合情合理。那不由得追问一句:较之公园跑步、室内跳绳等免费运动,他们甘愿为之买单的心思又在哪里?笔者走访多地、访谈多人,从林林总总的说法中提炼出一个概念——"自我约束性的健康充值"。由从不言体育的"运动绝缘体"成长为一天不锻炼就浑身难受的"运动结缘体"需要毅力,有些运动时间一长也难免觉得枯燥、难以维持,于是不少年轻人选择通过买装备、买产品、买服务等方式来约束自我、进行运动习惯的养成,正所谓"楼下的乒乓球室不一定去,但在外办的健身卡却一定要珍惜"。如此一来,付费之后,健身卡成为写给自己的承诺书,专业装备将内心提醒具象化,私教课也是为了克服惰性。因此,从某种角度看,运动消费能为自我建构起约束性的健康叙事:用真金白银购买一个坚持的理由。

从短期看,探索"运动+"模式或能打开多元消费空间。譬如"运动+娱乐",笔者觉察到,有城市场馆创新打造开放式运动空间,将体育与多类娱乐场景融为一体,顾客在球场上尽兴后,还能转场唱首歌、喝杯咖啡,身体和情绪先后得到满满的放松。再如"运动+科技",利用虚拟现实、增强现实等技术,打造虚拟骑行、虚拟滑雪等运动场景,让消费者在家中即可来一场沉浸式的运动体验。

长期而言,培养热爱体育、善于理财的社会文化是保障运动消费行稳致远的关键。这既需要在观念培育上,培养运动文化与消费观,如针对赛事门票、运动装备购买等体育场景,推广理性消费理念——并非拒绝投入,而是要把钱花在刀刃上,让每一份投入都在追求健康生活的过程中发挥作用。这也需要社会各界把这件事重视起来,给予健康的运动消费更多支持,如在社区空间中,组织邻里运动会、趣味运动会、健身打卡活动,并结合本地商业资源提供消费优惠,形成可持续的社区经济循环,进而助力青年人为健康充值的账单发挥更大效益。

(张 帅)

数 字

我国大健康产业总收入规模已达9万亿元

近年来,我国居民健康意识明显增强,健康产业市场规模持续扩大。中国消费者协会发布的《健康产业消费趋势发展报告》显示,2024年,我国大健康产业总收入规模达到9万亿元,相较于2021年8万亿元的总额实现显著跃升。《"健康中国2030"规划纲要》明确提出,到2030年我国健康服务业总规模将达到16万亿元。

据了解,健康消费涵盖的范围很广,从医药产品到保健品、营养食品,从运动健身、休闲养生到健康管理等,健康消费市场规模逐渐扩大,领域也在不断细分。

当下,全民健身运动广泛开展,运动健身相关市场热度升高。国家体育总局发布的《中国户外运动产业发展报告(2023—2024)》显示,从消费水平看,户外运动爱好者年均消费保持在较高水平,在单个户外运动项目上的年均消费达2000至5000元。从消费群体看,80后、90后成为户外运动群体的核心。

除传统健身方式以外,瑜伽、舞蹈、搏击等特色课程因其趣味性与解压效果备受青睐。艾媒咨询数据显示,2024年中国女性消费者在健身房的运动项目中,有氧运动、跑步、健身操位列前三,占比依次为51.8%、49.8%、47.1%,瑜伽以45.5%的占比紧随其后。

消费者对健康产品的消费热情也在不断走高。美团、大众点评统计数据显示,去年年底以来,"滋补养生类火锅"关键词搜索量增幅最快,而且25至30岁用户搜索热情最高。

电商平台的数据显示,近年来,健康消费已经成为消费趋势和新增长点。在"6·18""双11"等购物旺季,运动手表、助听器、血压计、按摩仪等商品销售火爆。此外,阿胶、鱼油、辅酶Q10、氨糖等保健品热度提升显著。

专家表示,中国庞大的人口基数和日益提升的健康意识,构成了健康产品市场需求的坚实基础。未来,随着经济的持续发展,健康消费将迎来更为广阔的发展前景。

(中国商报)

北京市丰台市场监管局之窗

北京市丰台区市场监管局开展食品添加剂摸排走访 筑牢食品安全防线

食品添加剂使用新国标即将实施,为确保新标准顺利过渡,近期,北京市丰台区市场监管局对辖区内食品经营主体进行了实地走访,推动各主体参与食品添加剂减量行动。**一是全面摸排,建立台账。**为全面排查食品安全隐患,丰台区市场监管局重点开展"脱氢乙酸钠"成分摸排工作。以淀粉制品、面包、糕点、焙烤食品馅料、果蔬汁等作为重点产品,执法人员深入烘焙生产企业、商超市场走访,做到食品添加剂成分底数清、情况明。**二是现场指导,帮扶到位。**执法人员积极指导从业人员如何识别"脱氢乙酸钠",确保单位负责人及从业人员看得懂标准、学得会方法,鼓励食品经营者不再采购含有"脱氢乙酸钠"的产品,严格落实食品添加剂使用管理制度。**三是政策宣贯,助企发展。**执法人员积极倡导辖区内的餐饮服务企业签订《餐饮环节食品添加剂减量以及自觉抵制非法添加非食用物质承诺书》,强化企业自律意识,保障广大消费者买得安心、吃得放心。北京市丰台区市场监管局将常态化开展摸排走访工作,积极宣贯相关法律法规,督促企业依法依规经营,为人民群众的食品安全保驾护航。(王琪 曹新林)

公告栏

吸收合并公告

经吸收合并各方公司的股东(股东会)决议,绥阳县锐翰资产运营有限公司(注册资本:47900万元)吸收合并遵义市智行天下商贸有限公司(注册资本:300万元)、贵州朝天辣食品科技有限责任公司(注册资本:1000万元)、绥阳为佳贸易有限公司(注册资本:2000万元)、绥阳县富村集体经济发展投资有限公司(注册资本:10000万元)。被吸收的4家公司按相关法律程序注销。根据有关法律、法规规定,被吸收的4家公司的债权债务由合并后的绥阳县锐翰资产运营有限公司承继。请涉及以上吸收合并的4家公司债权人自接到通知书之日起三十日内,未接到通知的自本公告发布之日起四十五日内,可以要求原公司清偿债务或提供相应的担保。相关债权人未在规定期限内行使上述权利的,公司合并将按照法定程序实施。联系人:郭晓玲。联系电话:18984961188。联系地址:贵州省遵义市绥阳县风华镇经济开发区珠江路标准化厂房内办公楼。特此公告!

绥阳县锐翰资产运营有限公司
遵义市智行天下商贸有限公司
贵州朝天辣食品科技有限责任公司
绥阳为佳贸易有限公司
绥阳县富村集体经济发展投资有限公司
2025年4月28日

吸收合并公告

经吸收合并各方公司的股东(股东会)决议,绥阳县国有资产投资运营有限责任公司(注册资本:100000万元)吸收合并遵义市启达贸易有限公司(注册资本:1000万元)、遵义市诚达印务有限责任公司(注册资本:3000万元)、绥阳县畅速物流服务有限公司(注册资本:500万元)、绥阳诚达资产运营有限公司(注册资本:5000万元)吸收合并完成后,绥阳县国有资产投资运营有限责任公司存续,注册资本不变,仍为人民币100000万元。被吸收的4家公司按相关法律程序注销。根据有关法律、法规规定,被吸收的4家公司的债权债务由合并后的绥阳县国有资产投资运营有限责任公司承继。请涉及以上吸收合并的4家公司债权人自接到通知书之日起三十日内,未接到通知的自本公告发布之日起四十五日内,可以要求原公司清偿债务或提供相应的担保。相关债权人未在规定期限内行使上述权利的,公司合并将按照法定程序实施。联系人:龚杨。联系电话:13595276809。联系地址:绥阳县国投公司办公室。特此公告!

遵义市启达贸易有限公司
遵义市诚达印务有限责任公司
绥阳县畅速物流服务有限公司
绥阳诚达资产运营有限公司
2025年4月28日

拍卖公告

受委托,我司定于2025年5月7日(星期三)下午3:00在中拍平台以增价方式对以下标的依法进行公开网络拍卖,现公告如下:一、拍卖标的(不含车牌):1、粤CSZ916奥迪FV7241FCVTG,起拍价10000元,竞买保证金8000元。二、报名和保证金缴纳。竞买人自公告之日起至标的拍卖结束前均可网上报名参与竞拍,但须保证有足够的时间进行以下操作:线下缴纳保证金并确认到账,在中拍平台注册认证、报名,拍卖人确认竞买资格,完成上述竞买手续后方可参加竞拍。保证金缴纳账户(转账时请备注标的序号):【户名:珠海市金平拍卖有限公司】【开户银行:中国建设银行珠海柠溪支行】【账号:44001642235053006854】三、其他说明。1、本次拍卖是以标的现状进行拍卖。拍卖人已经在拍卖会前向竞买人充分展示了拍卖标的涉及的文书材料和标的的实际状况,意向竞买人在规定的展示期间内,已对标的进行了了解、咨询,自愿参加本次拍卖会。2、中拍平台将于2021年6月1日起收取软件使用费,具体标准及执行规则见《平台收费规则》,产生的费用由买受人自行至中拍平台中支付。四、标的展示、咨询。展示时间:2025年4月29-30日。展示地点:广东省珠海市香洲区人民东路163号珠信证券大厦停车场。标的看样联系人:叶小姐13823080123。拍卖咨询电话:0756-2284666。拍卖公司地址:广东省珠海市香洲区兴国街4号中立信大厦907室。

珠海市金平拍卖有限公司
2025年4月27日

遗失声明

天津市武清区鼎文纺织品贸易铺(个体工商户),统一社会信用代码92120222MA82BFJG6A,遗失公章、财务专用章、法人章(李飞)各一枚,声明作废。

遗失声明

驻马店市泽林商贸有限公司(社会统一信用代码:91411702MA45FBT72D)遗失合同专用章,声明作废。

遗失声明

太仆寺旗犇牧兽药店(证件号码:91152527MACJ8AYDX9)遗失公章,声明作废。

遗失声明

夏县长乐亚宝大药房(个人独资)遗失公章:1408283014273,声明作废。

遗失声明

慈溪市铭裕模具有限公司遗失公章:3302820427117,声明作废。

遗失声明

襄城县福霖农业开发有限公司(统一社会信用代码:91411025MA4637806B)遗失公章:4110250018744,声明作废。

遗失声明

贵州昂泱民族文化传播有限公司(统一社会信用代码:91522722MA6DY18L0H)遗失公章:91522722MA6DY18L0H、法人章(莫涛鸣)各一枚,声明作废。

遗失声明

邵东市网逸茶具有限责任公司遗失公章:43052110002144,声明作废。

遗失声明

天津腾达出入境服务有限公司(统一社会信用代码:91120116592943140B)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明

兰州鑫豪迅科技发展有限公司(统一社会信用代码:91620103MAE0X2286K)遗失公章一枚吗,声明作废。