

# 运动腕表、养生茶饮、健身过节……花钱买健康的势头越来越盛 健康消费，新蓝海该怎样入局

本报记者 陈宁 周林怡 王艳琼



浙江健拓医疗科技有限公司生产场景。

中国眼谷。

浙江健拓医疗科技有限公司销售中心负责人李阳明显感受到，这两年，花钱买健康的势头越来越盛。他所在的企业频频“闯入”大家的视线，家用血糖仪、血压计、额温枪等健康产品的订单不断“飞”来。“像一阵风，渐渐地就刮起来了。”

去年12月的中央经济工作会议提出大力发展健康消费。今年全国两会期间，健康消费写入政府工作报告。这个新鲜词汇一度引发热议。这项顶层设计，顺应了百姓的需求——市场上，健康生活类小家电走俏，健康饮食受追捧，医疗旅游前景看好。个性化、品质化、多样化的健康产品如雨春笋一般冒出来，走进千家万户。

4月底，央行发布的《2024年第一季度城镇储户问卷调查报告》显示，在居民未来3个月准备增加支出的项目中，医疗保健占比26.3%，居第二位。在2023年第四季度的同一项调查中，医疗保健项目占比28.4%，居首位。

健康消费的风，吹来了新颖的生活方式，但一些新问题也随风而至。近期，我们走近普通消费者、医疗企业和学者，近距离感触健康消费这股新风。

浙江省中医院互联网医院上的养生茶饮、流感预防方等模块颇具人气。

拍友 祁骥 摄

胡庆余堂养生咖啡馆内售卖的咖啡。

胡庆余堂养生咖啡馆。

## “脆皮青年”爱上中医养生

今年年初，刚退休的周先生跟风买下一块运动腕表时，还要视频连线在外地工作的女儿，请教她怎样操作。几周后，周先生已玩得很溜，还给老家的父母也买了运动腕表。“有助于健康保障，为什么不买一份？”被问及越来越多的类似花费是否值得，周先生笃定地回答。

研究消费领域多年的浙江工商大学现代商贸研究中心主任肖亮，形容健康消费“是一个庞大的体系”。“消费者为了保障健康进行自我管理、自我控制过程中发生的支出，都可算健康消费。”他说，健康消费横跨一、二、三产业，既包括基本的健康医疗服务，也包括“互联网+医疗”、可穿戴健康产品和线上体育服务等新型消费方式。

今年1月，国家统计局发布的《2023年居民收入和消费支出情况》显示，全国居民人均医疗保健消费支出2460元，同比增长16%，占人均消费支出的比重为9.2%。

浙江省中医院医务部副主任叶文怡发现，这些年，医患之间的沟通有一些小变化。“除了疾病的咨询之外，越来越多的人有了防患于未然意识。比如，更关心如何预防疾病的发生，如何保持健康的生活方式等等。”她的直观感受，一定程度上在省中医院的互联网医院平台上得以体现。记者从省中医院微信公众号进入该平台，发现除了日常挂号、配药、检查报告查询等服务专区，医院开发的养生茶饮、预防方等模块颇具人气，目前已有30余种医院自行开发的养生类健康产品线上配售。消费者在线上填写“是否中医

药过敏”“是否有疲劳”等问题，系统初步判断适合所选茶饮后，才可以购买。这些来自公立医院的健康类产品，受到养生族群的追捧。

“生活节奏越来越快，工作压力也越来越大，人们能够注重预防、养生，这是一种更立体也更科学的健康观念。”叶文怡颇为欣慰地告诉记者。

周末，古色古香的杭州河坊街上，百年胡庆余堂人气挺旺。一张精心设计的海报上，印着“老字号新食尚”的口号和一系列包装时尚的膏方介绍。胡庆余堂名馆馆长郑小乐告诉记者，这几款养生膏方，已经有150年的历史了，现在非但没有过时，还受到不少年轻人的喜爱。

记者偶遇了自称“脆皮青年”的90后南京游客小张，她和同伴安排的这趟杭州特种兵周末游里，胡庆余堂是“打卡清单”上重要的一站。他们在社交平台上做足了功课，买了几盒有美容祛湿功效的玉仁玫白膏后，再到边上的胡庆余堂咖啡馆买一杯陈皮红豆拿铁。“现代人和古朴的养生理念相遇，本就是一种有趣的生活方式。”她告诉记者。

“脆皮青年”是网络流行词，是部分年轻人对身体或心理状况不佳、容易受伤的自嘲。这个流行词也进入了肖亮的视线。在他看来，近几年消费群体已经有明显变化。“保健、养生的主体，已经不局限于上了年纪的人，或是有基础疾病的人。”肖亮说，老龄化趋势、慢性疾病的年轻化趋势等，都在日益强化人们的认识：健康非常重要。肖亮认为，健康消费的新需求也促使相关市场不断外延、细化，包括运动、睡眠、饮食、美妆等多个维度。“多重因素驱动着市场的转型升级。未来，健康产业有可能成为消费增长的重要支柱。”

《“健康中国2030”规划纲要》明确提出，对各类健康产业提供政策支撑，到2030年我国健康服务业总规模将达到16万亿元。

## 抢风口助产业迎风生长

当越来越多的人对健康咨询、养生产品“闻风而动”时，多地因势利导，鼓励并培育健康消费的良性发展。

健康产业是浙江省重点培育的八大万亿产业之一。《浙江省健康产业发展“十四五”规划》明确提出，到2025年，健康产业总规模、增加值分别突破1.5万亿元、6000亿元，增加值占GDP比重超过6.5%。

针对浙江中医药、生物医药等大健康相关产业发达、山水资源丰富等特色，今年4月，省发展改革委牵头制定出台的《2024年省促进消费十件实事》中提出：拓展康养服务消费，提升中医药膳等传统养生服务，拓展森林旅居等新兴康养服务，打造具有影响力的健康养老服务品牌。

“浙江老年人口多，养老市场具有广阔的发展前景。政府部门应当鼓励企业适老化产品的研发生产，实现供给与需求的更有效匹配。”肖亮表示。

今年初，健康消费被写入温州市政府工作报告，2024年温州将聚焦激发有潜力的消费，在优化商业综合体布局、改造提升城市商圈（街区）的同时，大力发展健康消费，积极培育新的消费增长点。

在温州市科技局生命健康产业链专班，记者看到一份温州市生命健康产业高质量发展规划讨论稿，十几条

未来赛道上，从上游的材料设备、研发创新，中端的药品制剂、医疗器械制造，到下游的医药流通、终端应用，都做了相关规划。

“温州民营经济发达，又有比较完善的医疗基础，健康消费这阵风一吹起来，生命健康产业就到了迎风生长的时代。”生命健康产业链专班负责人告诉记者。

位于温州市龙湾区的中国眼谷是眼健康新型研发机构和产业平台，由温州医科大学附属眼视光医院与龙湾区政府共建。中国眼谷目前有200多家企业入驻，在专业医疗资源的帮助下，园区生产出不少健康养生产品。

记者看到，园区里有各类造型新颖的护眼灯，很多是在眼科专家指导下生产的，能生成最适合人眼的室内光源；相关企业通过与眼视光医院的国家眼视光工程技术研究中心合作，推出含有中药成分的网红产品熏蒸眼罩……

“我们的产品大部分直接进入消费市场。对消费者而言，购买的产品生产过程有专家指导，能买得更放心；对企业而言，这也是增加市场竞争力的筹码。”中国眼谷创新中心商贸推广部副总监任全说。

企业勇于抢占风口，市场也用扎扎实实的数据回应了企业的期待。

“今年以来，我们健康类产品销售额已经达到2.3亿元。”李阳表示，当前大健康市场相关产品竞争激烈，公司正采取差异化、多元化发展策略，以匹配不断更新的市场需求。

郑小乐告诉记者，随着中医产品日益深入日常生活，胡庆余堂正在加快研发药茶、药膳、中药面膜、热敷贴等新兴品类。

“中医生活化要顺应消费者的意愿，让这些健康产品能够覆盖各个年龄层。”

在肖亮看来，休闲旅游、文体健身、体医融合等也可以纳入健康消费的范畴。如今的浙江，“健身过节”正在成为新时尚。据统计，今年一季度，全省社会消费品零售总额7502亿元，同比增长5.4%。其中，可穿戴智能设备、体育娱乐用品、中西药品零售额增速分别达到80.1%、19.6%和超过10%，增速均较快。

## 贴“健康”标签马虎不得

“网上购买的产品，不知道怎么辨别真伪。”“健康产品的功能介绍越来越噱头，哪些对身体真正有效？”“健康产品越贵就越好吗？”记者走访过程中，不少消费者表达了担忧。

健康消费一头连着民生，一头连着产业，确实面临“成长的烦恼”。

浙江一加拿大转化视觉认知联合实验室主任、温州医科大学附属眼视光医院视觉诊疗中心副主任周佳玮教授，其团队擅长视觉功能的精准评估，经常受邀为各类企业开展健康照明与显示、视觉认知等方面产品的测试服务。“比如，健康产品的有效性怎样评估？商家是否会夸大其词？到底哪些健康产品是大众真正需要的？这些都不容忽视。”他说。

在周佳玮看来，把生命健康和大众消费结合在一起，马虎不得。“产品的健康属性，需要针对用户和具体功能开展科学研究，方案设计、伦理评估、数据采集、报告分析等，缺一不可。”周佳玮建议，市面上合规流通的健康产品，哪怕是一片几块钱的眼贴，严格来说，都要在实验室里“过五关斩六将”，才能被贴上“健康产品”的标签。

“目前，健康消费整体的流通渠道、体系以及行业监管有待进一步完善。”肖亮认为，需要进一步建立规范、有序、放心的消费途径。同时，市场监管和相关政策对电商平台、商家的约束尤为重要，尽可能在源头上杜绝问题。

## 专家观点

### 激发更新动能

肖亮

健康消费指用于改善身心健康状况或降低健康“折旧率”的相关开支，其范围不仅包括以疾病治疗为主的基础型健康消费，也包括以疾病预防和健康促进为主的发展型健康消费。当前，健康消费呈现出四大发展特征：从被动消费向主动消费迭代，从单一医药消费为主向多元化健康消费内容迭代，从个人消费为主向家庭消费场景迭代，从关注身体健康向关注身心健康迭代。

浙江具有发展健康消费的良好基础。2023年全省居民健康消费素养水平为41.54%，总体水平较高。浙江在基本医疗、公共卫生、医疗保障等方面基础扎实，且生物医药、医疗器械等大健康核心产业的规模总量、发展速度和创新产品数量等指标居于全国前列。此外，浙江还是全国道地中药材

当前，人工智能与医疗健康的融合步入发展快车道。可以预见，未来健康消费将实现爆发式增长。对企业而言，是机遇，也是挑战。不断升级的健康消费需求，为“AI+健康”、生物科技等产品和服务创造了更多可能，但社交网络上，不少此类产品也受到了“智商税”的质疑。

今年全国两会期间，针对健康消费，全国人大代表、浙江省人民医院院长葛明华就建议，一方面，应当积极拓展“互联网+医疗”、可穿戴健康产品和线上体育服务等新型健康消费，加大对人工智能医用设备产品的研发力度；另一方面，企业要守住医疗健康安全底线，提供高质量产品和服务。

放眼未来，做大做强健康类消费市场，提升消费者健康素养也是不可忽视的一环。

“健康向来是投资最多的领域之一。这也在一定程度上反映出老百姓的健康素养不够，特别是老年人，容易受到各种因素影响而上当受骗。”肖亮建议，将医疗健康相关课程纳入义务教育，从小培养科学性消费意识，打造全社会健康消费环境。

周佳玮也认为，健康市场是一片蓝海，但大众消费应该理性，首先评估是否有用。“这个时候，更多的专业医生应该参与，进行科学测试、开具实验报告，为消费者健康保驾护航，为健康消费的发展提供助力。”

主产区，近年来户外运动、生态美妆等新兴产业发展迅猛。

目前，浙江健康消费仍存在部分堵点痛点。如居民主动健康消费意愿不足，优质健康商品和服务可及性偏弱、规范有序的放心健康消费环境尚未形成等。

未来要激发健康消费更新动能，建议持续深入开展全民健康素养促进行动，支持社区打造“智慧健康家庭”样板，培养居民健康理念、技能和行为习惯；动态编制大健康产业目录，支持在科技、税收、用地、资金等方面给予目录内企业政策倾斜；强化行业标准体系建设，推动形成商家规范经营、群众放心消费的理想新局面。

（作者系浙江工商大学现代商贸研究中心主任）



温州市区南塘中医药特色街区举办的活动颇受消费者欢迎。



（本版图片除署名外均由受访者提供）