

健康消费加快提质升级

本报记者 吴佳佳

随着消费场景的拓宽、服务及产品供给的增加、顶层设计的逐步完善,更多专业类健康消费将涌现出来,成为未来经济发展的重要引擎。



上海市徐汇区牙病防治所医生周曼莉在教小朋友如何正确刷牙。
新华社记者 张效铨摄



在安徽省芜湖市繁昌区孙村镇,自行车运动爱好者在骑行健身(中经视觉)。

准角巴
场瞭望

今天你“养生”了吗?近年来,健康消费市场不断扩大,健康产业呈现出新的发展趋势和特点。除了喝枸杞茶、跳广场舞的中老年人,有越来越多年轻人加入养生大军,掀起了复合维生素、筋膜枪、洗鼻器、无糖饮品等新消费热潮。

健康消费站上“新风口”并不意外,而是有多重利好因素作支撑。

从国家层面看,健康产业近年来的政策支持力度不断加大。根据《“健康中国2030”规划纲要》提出的目标,我国健康服务业总规模2030年将达到16万亿元;将建立起体系完整、结构优化的健康产业体系,形成一批具有较强创新能力和国际竞争力的大型企业,成为国民经济支柱性产业。国家规划的明确支持,将为健康产业带来长期稳定的良好发展环境。

余惠敏

从消费者层面看,不同年龄段的消费者都更加注重健康投资。我国人口老龄化趋势明显,截至2023年底,全国60周岁及以上老年人口已超过2.97亿人。预计到2050年,中国老年人口将达到4.8亿人。老年人是消费市场的主要消费群体之一,他们对保健品、医疗服务的需求量大,其总量的持续增长,将为健康消费市场提供广阔的发展空间。我国的青壮年人群,生活水平和受教育程度较上一代有明显提高,这会带来消费观念的不断升级,对高端、个性化的健康产品和服务需求增加。

那么,商家应该如何抓住健康消费的“新风口”?

要提供多元化和定制化服务,满足消费者的个性化需求。这一代消费者更加注重个性化需求和体验,更愿意为定制服务买单。未来,针对不同年龄段、职业、身体状况的人群提供定制化的健身计划和营养膳食方案等,或许将从支流变成主流。

要提供高科技含量的新产品,跨界融合挖掘消费新亮点。随着科技的不断发展,物联网、大数据、人工智能等技术赋能千行百业,健康管理、医疗保健等服务也在向智能化和数字化迈进,出现了在线问诊、远程医疗等受消费者欢迎的新服务和新产品。前沿科技创新与精细健康指导的融合,将给消费者带来更多贴心的新产品。医疗机构可以与健身机构合作,推出针对慢病等特定人群的健康管理服务;食品企业也可以与科技企业合作,研发新型健康食品。

当前,在高质量发展理念引领下,健康消费已成为消费市场最具活力的细分市场之一。随着国民健康意识从以治病为中心向以健康为中心转变,“治未病+健身+康养”的全方位健康管理理念,正在持续创造健康消费新场景。撬动大健康产业发展,需要推动从粗放到精细化管理的产业升级,实现供给与需求的高效精准匹配;也需要更多从业者把握行业风口,不断开拓健康消费新市场。

丁香医生发布的《2023国民健康洞察报告》显示:

以防患于未然为主要目的的健康管理行为成为主流趋势,

人均健康管理行为 4.3个

根据《“健康中国2030”规划纲要》

到2030年,我国健康产业产值将达到 16万亿元

大健康产业将成为21世纪最具发展潜力的产业

本版编辑 李丹美 编夏祎

居家检测、保健食品、滋补养生……近年来,随着生活水平提高和生活方式转变,人们对健康的认识日益提升,健康需求正由单一的医疗服务需求向疾病预防、健康促进、保健康复等多元化需求转变,健康消费市场潜力加速释放。根据《“健康中国2030”规划纲要》,到2030年,我国健康产业产值将达到16万亿元,大健康产业将成为21世纪最具发展潜力的产业。

健康消费需求激增

28岁的北京市朝阳区居民杨华就职于一家文化公司。“我主要从事文案工作,经常需要加班写稿。由于夜深人静时工作效率比较高,我以前习惯每天晚上从10点开始写稿,写到次日凌晨两三点睡觉,上午10点起床。”杨华说,然而在工作几年后自己感觉健康状况下降,出现了脱发、失眠等症状。“现在,我除了调整自己的作息时间外,还吃上了复合维生素、辅酶Q10、鱼油等保健品,希望改善睡眠提高免疫力。”

近年来,像杨华一样加入购买健康消费类产品行列的人越来越多。欧睿数据显示,2022年维生素与膳食营养补充剂行业零售总规模约2001亿元,较疫情前增长了19.8%,较2013年增长了100.7%,显示出行业的强劲增长力。2023年8月31日,主推健康服务产品的美团“爱健康”直播间落地全国54城,当天直播交易额突破亿元,上海、北京、深圳、广州、成都5城的健康养生消费最为火爆。

值得注意的是,健康消费还呈现出明显的线上化、标准化趋势。“线上团个团购套餐,再到店里验光配镜,既能根据自己的情况做试戴和调试,还能配到高性价比的眼镜。”“00后”大学生王茹向记者介绍了自己的省钱小妙招。美团提供的数据显示,2023年配镜服务销量最高的7月至8月,平台上“配镜套餐”的搜索量同比增长280%。通过线上线下联动经营,实体眼镜店生意有了新增长。以视野联行为例,2023年暑假期间,

该公司全国88城490多家门店在美团上推出了299元“国产1.60防蓝光配镜套餐”,订单量同比增长超过70%。

健康消费成“刚需”的背后,折射出人们养生观念的形成的和对健康的重视。中国社会科学院工经所食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建表示,疫情的溢出效应之一就是公众对自身健康更加重视。有报道显示,近年来关于保健食品的搜索量明显增加,这从侧面反映出有更多消费者关注保健食品。未来,随着健康生活理念被更多人接受,健康产品和技术不断突破创新,这些都会催生健康消费市场需求加速释放。

健康管理更受青睐

“2023年‘双11’期间,我给爸妈购买了高端体检套餐,包含一些特定重大疾病的深度筛查和专业的报告解读服务。”今年35岁的李雨告诉记者,疫情之后,自己最担心的就是父母的健康。“许多疾病在初期没有明显症状,但通过体检可以发现早期病变,实现早诊早治。近两年,我坚持每年给父母做一次深度体检,毕竟健康比什么都重要。”李雨说,以前是“有病治病”,现在则是要“治未病”,强化自身健康管理。

记者了解到,近年来,人口老龄化让慢性病等疾病防治受到重视,带动了健康管理市场的增长,健康管理的侧重点也从疾病的治疗延伸至疾病的预防。丁香医生发布的《2023国民健康洞察报告》显示,98%的受访者有健康困扰,以防患于未然为目的的健康管理行为成为主流趋势,人均健康管理行为为4.3个。排名前三位的健康困扰分别是皮肤状态不好、情绪问题和睡眠不好。此外,脱发、呼吸方面问题、甲状腺问题、心脏问题也占有很大比例。在受访者中,“80后”“70后”“60后”的人均主要健康行为都达到甚至超过5个。

“健康管理的作用大于单纯的疾病治疗。随着主动健康意识的觉醒,未来预防医学端口面临重大机遇,疾病早期筛查、智能

诊断、精准预防等模式将成为健康消费侧重点。”美年健康集团董事长俞熔以体检行业为例介绍,近年来体检的客户中有超过50%的人检出肺部结节,大部分客户会担心“结节未来会不会长大、有没有风险、要不要手术”等问题,这时我们需要提供的是包括体检检测、智能分析、专家连线等在内的一整套服务,而不再仅仅是简单的体检服务。

“面对健康消费新趋势,企业要顺势而为,加快产品创新更迭。”俞熔介绍,公司推动健康体检向健康管理服务闭环升级,引进了脑卒中和脑认知AI诊断、肺小结节和冠脉AI诊断、乳腺超声AI诊断、超声的AI质控等一系列行业创新产品,着力构建数字化健康管理平台。比如,肺小结节筛查产品“肺结节宁”,会对检查出肺小结节的受检者提供远程AI阅片及三甲医院医生远程诊断,一旦发现恶性病例,立即启动一级预警,协助客户对接三甲医院,提供保险方案,真正做到对客户痛点全流程闭环管理。

诊疗家庭化趋势明显

近来,50岁的刘桦出现了不明原因腹痛症状,医生建议做肠镜检查,但他非常抗拒,自认为症状不严重没有必要。在参加单位组织体检时看到体检机构有肠镜无创早期筛查产品,可以无痛、无创、居家操作,就立即进行了取样筛查。数日后,刘桦收到检

测报告显示为阳性,建议到医院进行进一步诊断。最终刘桦被确诊为肠癌早期,因发现及时,未发生转移,经手术已完全康复。

不仅仅是肠癌早期检测技术,通过全景影像可在5秒内完成口腔智能诊断,并能预测未来10年的口腔进展;通过高分辨率磁共振扫描、神经心理智能化评估,能够提前5年至10年揭示受检者的潜在风险……记者了解到,随着健康消费需求多样化、个性化趋势明显,大量可以满足家庭场景下健康需求的产品走向市场,使诊疗场景从医院延伸到家庭。

“快节奏的工作生活,使即时性和移动场景成为个人检测新趋势,也推动了防癌早筛居家检测和自测的加速普及。”诺辉健康董事长兼CEO朱叶青在接受记者采访时表示,诺辉健康日前发布的首份用户检测数据报告显示,使用结肠镜无创早筛检测阳性且肠镜检查出异常者中有83.2%为癌前病变,这说明无症状的筛查是防治某些疾病的重要手段。“癌症早筛在医院、家里等多个场景都可以完成,才符合市场规律。居家筛查检测服务一定是大健康产业发展的重要方向。”朱叶青说。

“细分场景的消费升级正在更细致地提升家庭健康生活品质。”国务院发展研究中心社会发展研究部研究员冯文猛表示,随着消费场景的拓宽、服务及产品供给的增加、顶层设计的逐步完善,更多专业类健康消费将涌现出来,成为未来经济发展的重要引擎。

AI赋能健康管理

本报记者 吴佳佳

力损伤。

“目前,陈清经过及时手术和干预,视乳头水肿的症状已经消退,两只眼睛也恢复了正常,这说明术后效果非常好。”首都医科大学附属北京同仁医院副院长魏文斌在对比陈清的检查报告时介绍,眼睛视网膜是我们人体中唯一能够直接看见血管神经的组织,脑部、心脏、肾脏……几乎所有人体系统在眼睛上都能找到对应的关系,眼底影像可以做全身健康的守护者。

“我们主要用生成式人工智能来预测一个人每天视网膜血管和神经的发展变化,并生成图像,从而帮助用户提前发现健康风险,及早干预。”鹰瞳科技创始人张大磊在接受记者采访时表示,眼底理论上可以观测到200多种常见慢病,作为疾病早筛手段价值巨大,并且更有可能通过各种场景进行普及。因此,鹰瞳科技在国家政策的支持下,在AI视网膜影像领域深耕细作,如今已成为一家拥有先进技术平台的人工智能医疗器械公司。

“近年来,随着医疗AI产品的注册审批流程不

断加快,国家相关数据库的建设、行业标准等逐步完善,行业整体发展在不断提速。”张大磊说,2021年,鹰瞳有幸作为第一家医疗AI公司在港交所成功上市;2022年获评国家级专精特新“小巨人”企业,也是获得这个荣誉的首批医疗AI公司之一。“截至2023年上半年,我们的视网膜影像AI产品已经在800多家医院、500多家基层医疗机构、200家体检中心、1200多家视光中心、90多家保险公司、700多家药店应用,服务用户近2000万人次。”

“人工智能技术在推动医疗健康事业高质量发展方面正在发挥越来越重要的作用。未来,AI赋能医疗将表现得更加精彩。”张大磊认为,医疗AI企业应抓住机遇,不断通过科技创新,提升自己的核心竞争力。下一步,鹰瞳科技将继续加大产品研发投入,研发出更多符合临床价值的医疗AI产品,探索多维度的商业化落地模式。“医疗AI在基层的应用能发挥出它最大的价值。未来两年我们有信心把产品技术进一步下沉基层,解决大量未满足的市场需求。”张大磊说。



工人在河北省秦皇岛经济技术开发区一家医疗设备企业的生产车间工作。
新华社记者 杨世尧摄

