

健康消费新需求带火新供给

本报记者 吴佳佳

从商超健康食品专区到职场人群常备睡眠减脂产品，从线上的健康服务订单到线下的健康养生活动……随着居民健康意识持续增强，健康消费逐步从可选消费转变为刚性需求。

相关统计显示，我国健康饮食供给持续优化，新型健康服务加快发展，健康消费场景不断丰富，健康消费已成为拉动消费增长的重要力量。

健康管理成为行动自觉

时值“618”电商大促，65岁的张华在电商平台“囤”足了够吃半年的中老年复合维生素。家人还为她添置了新款动态血糖监测设备，不仅能够实时监测血糖波动数据，还可通过蓝牙联动AI大模型，将健康数据同步至家属手机端，方便家人远程监测、提醒老人按时服药。“现在大家的健康观念变了，不再是等生病再治疗，而是主动提前预防。”张华坦言，如今自己格外重视日常健康养护，通过科学管理降低慢病风险。

“居民健康意识提升，正在重塑传统生活方式，推动健康管理落地为常态化行动。”京东健康相关负责人在接受记者采访时表示，当前健康消费的核心转向长期、专业、全周期管理。为此，京东健康近年来升级AI主动式健康管理体系，推动健康服务从碎片化模式，向具备连续记录、智能分析能力的家庭健康操作系统转型。依托“医疗服务+供应链+AI”服务闭环，平台将长期健康管理贯穿诊断、治疗、康复全流程。

“未来几年，健康体检将成健康消费的重要入口，体检行业也将向全生命周期健康管理服务转型。”京东健康消费医疗业务部体检业务负责人吴大领介绍，京东健康推动体检服务转型升级，用户完成体检后，可便捷对接京东互联网医院三甲医师资源，实现健康筛查与诊疗问诊无缝衔接；针对检后人群的购药、检测、护理等需求，京东大药房、即时送药、上门快检、护士到家等业态可同步响应，提供一站式解决方案。在此基础上，平台还推出“私人医生全程云陪检”服务，覆盖检前健康评估与套餐定制、检中流程引导、检后报告解读及健康指导，有效解决群众“体检报告看不懂、健康疑问无处咨询”的痛点。

场景升级重塑消费体验

记者调研线上线下消费市场了解到，当下“药食同源”类产品广受青睐，消费者选购食品饮品时，愈发关注健康属性，主动



在河北省永清县龙虎庄乡兴展现代农业园区，工作人员展示水培生菜。新华社记者 才扬摄

查看配料表，优先选择无糖、配料纯净的产品。中国食品产业分析师朱丹蓬认为，健康消费快速扩容，催生功能性补水、高蛋白补充等全新消费场景，消费趋势的变化，倒逼企业从供给端发力，布局健康消费新赛道。

“如今消费者会主动甄别食品配料，拒绝隐形添加剂，需求升级正在改写行业发展逻辑，健康、功能化已成为饮料行业主流方向。”小洋人集团河北妙恋公司营销总经理张希安介绍，顺应市场变化，企业深耕健康饮品赛道，今年推出多款新品，都坚持配料简约、无额外添加的理念。如陈皮雪梨水、金银花水、罗汉果枇杷植物水等系列产品，依托“药食同源”原料古法熬制，不添加防腐剂、色素与香精，适应大众健康饮食需求。

与此同时，传统滋补企业依托现代食品加工技术积极转型。海参品牌黑骑士近日推出鲜蒸海参新品类，以更有营养与食用便捷的特点，精准匹配当代年轻人的消费需求。“通过调研我们发现，用户往往希望在高频出差、高强度会议等场景下，随手就能吃一个滋补品。”黑骑士鲜蒸海参品牌CEO李小龙介绍，当下消费者食用海参分为两大需求场景：第一类是佐餐菜肴场景，这是目前市场上最主流的场景，它覆盖了超过80%的消费者，以传统干海参、即食冷冻海参为主。另一类是周期滋补场景。“我们发现，越来越多的消费者选择长期性、周期性吃海参，为的是营养、滋补。因此，我们认为，行业未来更具价值、更能满足消费需求的是周期滋补场景。”鲜蒸海参以开袋即食的便捷性、高营养留存的价值性、低脂高蛋白的健康属性，精准契合了这一消费需求。

互动赋能点燃消费热情

今年5月，商务部、国家卫生健康委等5部门联合印发《关于开展2026年“健康消费月”活动的通知》，启动为期3个月的主题活动，持续点燃全民健康消费热情。记者走访看到，不少商超在核心区域设置健康食品专区，绿色有机农产品、地理标志特色产品集中陈列，部分门店还开设健康饮食咨询台，由专业人员为消费者提供选购指导。

永辉超市福州奥体中心店作为“十大健康场景”标杆门店，在今年“五一”假期实现销售额、客流量同比双位数增长。门店内各类体验式健康消费场景热度攀升：海味厨房营收同比翻倍，原切肉铺增长近140%，潮汕鲜切牛肉、现串烧烤成为家庭消费热门；轻食能量站增幅超36%，三文鱼刺身、轻食沙拉深受年轻消费者喜爱。

永辉超市品牌营销部负责人刘少强介绍，随着健康生活理念深入人心，消费者选购商品时更加注重健康属性。为此，永辉超市将健康理念融入运营细节，在门店配备身高体重测量仪、四季免费茶饮等，并推出“爱·健康”系列活动。依托十大健康场景升级，门店将单纯的商品售卖，升级为健康生活方式体验。随着端午节临近，0反式脂肪酸粽子、榴橙冰粽等新品热销。“一系列举措不仅提升了门店人气，更引导居民树立科学健康理念，推动商超从传统卖场向健康生活驿站转型。”刘少强说。

“健康消费需求的持续迭代，正深刻重塑行业发展逻辑。”中国产业发展促进会产业创新分会秘书长田佑中表示，行业正告别粗放式增长，企业发展重心逐步从规模扩张转向精细化客群深耕与创新消费场景，随着转型持续深化，健康消费产业将迎来品质提升、业态丰富的全新发展格局。

你在购物时被“鬼秤”欺骗过吗？

电子计价秤本是一种操作简便、称量准确的计量器具，但少数无良商家在秤上做手脚，致使消费者购买商品时缺斤短两。坊间把这种称重显示与实际重量之间存在偏差的电子秤称为“鬼秤”。

近日，市场监管总局发布了40起全国电子计价秤计量监管创新典型案例，总结推广各地在智慧监管、信用监管、网格化管理、协同监管和社会共治等方面的全链条监管实践经验。这一系列举措直击“鬼秤”缺斤短两的痛点，以高水平计量监管守护群众“菜篮子”“钱袋子”，为营造放心消费环境、激发消费活力注入坚实动能。

从百货超市的柴米油盐，到农贸市场的生鲜果蔬，再到街边小店的日常交易，电子计价秤是贸易结算的标尺，更是消费公平的底线。长期以来，一些不法商家通过改装电子计价秤实施计量作弊，“鬼秤”乱象屡禁不止，不仅直接损害消费者经济利益，更在无形中消解着市场信任基石，挫伤群众消费意愿，制约消费市场健康有序发展。计量公平是消费公平的第一道防线，守住这道防线，才能让消费者敢消费、愿消费、放心消费。

科技赋能，让监管长出“智慧眼”。在公布的典型案例中，数字化手段的应用尤为亮眼。无论是河北省秦皇岛市针对旅游市场定制防作弊智慧秤，实现交易数据实时上传与异常自动预警，还是全国电子计价秤智慧计量监管平台试运行，各地开展“一秤一码”全生命周期追溯，技术赋能推动监管模式从“人防”向“技防”“智防”深度转型，计量数据的真实性、不可篡改性得到充分保障，让消费者在购物时不再只凭经验和商家“斗智斗勇”。

信用为基，让失信者“寸步难行”。除了技术硬约束，信用软约束同样不可或缺。从上海、浙江等地推行诚信计量分级分类监管，到无锡、鄂州建立“红黄牌”“红黑榜”公示制度，都将计量诚信与商户的切身利益挂钩。差异化的监管模式既是对守法经营者的正向激励，也是对失信者的严厉惩戒。通过构建以信用为基础的新型监管机制，能够有效引导市场主体由“被动合规”转向“主动守信”，推动“守信者一路绿灯、失信者处处受限”成为新常态。

营造放心消费环境，绝非监管部门的“独角戏”，而是需要政府、市场、社会、消费者共同参与的“大合唱”。要畅通群众监督渠道，将专业的计量知识转化为老百姓随手可用的监督工具，这不仅能有效弥补基层执法力量的不足，更能唤醒全社会的公平意识。当每一位消费者都敢于较真、善于维权，当每一次扫码查询都成为对诚信经营的无声投票，放心消费环境建设自然水到渠成。

小小一杆秤，一头连着商家的诚信，一头系着百姓的民心。期待各地持续深化计量监管创新，不断提升监管精准化、智能化、规范化水平，全力营造公平竞争、诚信经营、放心舒心的消费环境。只有让“鬼秤”无处遁形，让诚信计量成为市场标配，才能真正解除消费者的后顾之忧，让群众在每一次消费中都能感受到公平与尊重。

本版编辑 张雪美 编高妍

市场瞭望

让

郭静原

双通

骑行风潮涌太行

本报记者 宋美倩

清晨六点，晨光初露，河北邢台七里河的水面泛着金色的波纹。骑行爱好者张小雨跨上他那辆装配一新的公路车，沿着七里河北岸的健身绿道悠然前行。“全长20公里的绿道，串起了百泉鹭水公园等14个景点和好几个骑行驿站。水清岸绿，碧波荡漾，在这里骑行真是一种享受。”这位有着近十年骑龄的“老玩家”说。今年以来，他不仅换了价值8000元的碳纤维轮组，还配备了专业骑行眼镜、防晒服、锁鞋——平均每月在车辆保养和装备升级上投入百余元，沉浸式地骑行在城市与山野之间。

像张小雨这样的骑行者，在今天的邢台越来越多。近年来，邢台锚定“自行车之城”建设目标，以“泉城骑行”“红川绿谷·骑行太行”品牌为引领，推动骑行从小众爱好变为大众潮流。

“我们俱乐部成立18年了，过去成员以退休职工和专业骑手为主，现在35岁以下年轻人占七成，还有很多全家一起参与的。”宏途单车俱乐部总经理、邢台市自行车运动协会秘书长王振平说。目前，邢台全市有自行车协会21个、俱乐部13个、骑行队79支，会员超过3万人。骑行，正变得大众化，而装备，则日益专业化。

群体的扩容与需求的升级，直接带动自行车及配套装备市场。走进该市多家品牌门店，从千元入门款到数万元的高端车型整齐陈列，前来选购的市民络绎不绝。“2000元到5000元的车型最受欢迎，热门款常常到货就售罄。”经销商马少著介绍，如今消费者更理性、更专业，不仅看外观，更

关注车架材质、变速系统、轮组性能等核心参数。今年，他店内高端车型销售额占比达40%，同比增长35%；头盔、锁鞋、智能码表等配套装备销售额同比增长超50%。

骑行热离不开坚实的产业底座。邢台是全国知名的自行车、童车生产基地，产业主要聚集在广宗、平乡两地，已形成从原材料、零部件到整车制造的完整产业链。消费市场的升级浪潮，正倒逼着这个传统产业从“规模取胜”向“质量引领”转型。在广宗县河北天王自行车科技有限公司的车间里，搭载“智能电变系统”的新车型正加紧生产。该系统可根据路况自动调节变速，并配备智能码表实时监测数据，市场反响热烈，订单已排到三个月后。

“市场需求迭代很快，早已超越了两个轮子本身，延伸至文旅体验、乡村消费的毛细血管中。为了让骑行消费从‘单点爆发’变为‘全域联动’，邢台依托山水禀赋与人文资源，规划推出了总里程约870公里的50条骑行线路，将古城、百泉、古寨、山川等旅游资源串联成网。

夏日的威县生机盎然，数百名骑行爱

好者在此开启一场“村骑”之旅。“30公里骑下来，一路田园如画，体验感十足。”专程带家人从市区赶来的李娜说。随着路网向乡村延伸，“可骑、可赏、可居、可游”的文旅新图景随处可见：在内丘扁鹊药谷，骑行者们会拐进中药材基地选购特产；在沙河梁卸银杏风景区，金黄的树林与穿梭的骑行者相映成趣，带旺了周边农家乐；行至路罗镇英谈古寨，骑行者们常会拐进古村歇脚，尝尝地道的农家菜。“自从骑行线路火起来后，来的骑行者越来越多，大家都愿意停下来尝尝农家菜，有的还会住上一晚。”在这里开店的农家乐老板李小明说，今年古寨客流量同比增长了三成。

这股骑行风潮，还从成人世界蔓延到了孩童的赛场。今年3月，2026年小童神全国城市分站赛（邢台站）在邢台太行国际会展中心火热举行。这项儿童平衡车赛事吸引了全国20余个省市近500组家庭、1500余人参赛，不少家长提前一周就带着孩子来到邢台“备战”。赛事同步推出的自行车童车玩具展销、非遗产品推介、童车DIY计时赛等活动，带动周边住宿、餐饮、购物等综合消费同比增长30%。这不仅是赛事，更是一场以“轮子”为主题的消费嘉年华，生动诠释了骑行消费生态的广度与活力。

据统计，邢台骑行游客的日均消费是普通游客的2.3倍，其中餐饮住宿、文旅体验、乡村消费等衍生消费占比超六成。数字化平台也在为这股热潮添力赋能，去年5月上线的“泉城骑行”小程序，已联合200余家商户带动消费超1700万元。



市民在河北邢台七里河健身绿道骑行健身。

霍红军摄(中经视觉)