

2023世界大健康博览会聚焦大健康产业和多元市场需求——

主动健康消费成趋势

本报记者 吴佳佳

人民健康是幸福生活的基础，也是民族昌盛、国家富强的重要标志。《“健康中国2030”规划纲要》把人民健康提升到了国家发展战略的高度，大健康消费理念日渐深入人心，同时创新驱动为大健康产业提质扩容积蓄了发展新动能。

2023年世界大健康博览会(以下简称“健博会”)近日在武汉举办。本次会展参展企业有1000余家,涵盖了医疗器械、传统医药、养老产业、妇幼保健、医疗科技等大健康领域全产业链。作为我国大健康领域唯一的国家级展会,众多参展商聚焦国家大健康领域重点产业规划和日益多元的市场需求,展示国际前沿技术、先进理念,体现了健康消费新趋势。

创新驱动大健康提质

在远大医药展台前,武汉市民刘宇正在向工作人员了解国内首款家用预充式肾上腺素自动注射笔Jext的有关情况。他告诉记者,自己是过敏体质,接触到某些特定物质时会发生全身过敏反应,严重时会引起哮喘

甚至休克,医生建议随身携带肾上腺素自动注射笔,避免有生命危险,自己曾在欧洲购买过这种注射笔,但是现在面临药液即将过期的问题。“来了这里才了解到,该款自动注射笔已经在粤港澳大湾区获批临床急需进口使用,或将很快在国内其他地区上市,我特别高兴。”刘宇说,这意味着更换肾上腺素自动注射笔不再需要到国外,随时可能发生的全身过敏反应所带来的风险也进一步降低。

不仅如此,记者看到,远大医药展台内还陈列着国内唯一获批用于结肠癌肝转移的放射性药品、完成中国首例特准准入房颤激光消融临床治疗的激光消融平台,以及我国首款获批哮喘适应症的三联复方吸入制剂等一系列全球创新医疗产品。

“作为全球第二大医药消费市场,中国有着巨大的未被满足的临床需求。对于创新药企而言,这样的背景下蕴藏着庞大的市场需求与发展空间。”远大医药品牌与公共事务总监何世文说,得益于近年来国家鼓励创新的一系列有力措施,公司旗下创新药物和突破性疗法获批上市的速度不断创下新纪录,此次参与健博会就是希望借助这一平台,让消费者看到企业的创新实力,同时与政府和行业伙伴增进交流,推动企业实现高质量发展。

在健博会医疗器械及生化药品展区,创新成果展示令人目不暇接,许多全球最新药品都能在这里找到。一款款新产品,见证了我国医药创新实力的不断提升和医药产业国际化进程的加速。“在健博会上,我们看到中国在医疗设备和医疗服务等方面拥有世界领先的水平,我们也期待可以学到更多创新技术。”荷兰驻华大使馆卫生福利及体育

参赞史明康说。

智能化助力老有所养

紧急报警卡、离床报警器、小泰智能药盒、血氧实时监测装置……在健博会养老产业馆泰康之家,集中展示了大量前沿的智慧养老软硬件设备,吸引了众多消费者参观体验。今年72岁的武汉市民刘权带着老伴一边体验智慧养老产品,一边向工作人员咨询相关养老机构收费情况。刘权告诉记者,孩子平时工作忙,不能和自己住在一起,随着年龄越来越大,以后生活可能需要人照料,希望能住进条件合适的养老院,避免给孩子添麻烦。

统计显示,2022年末,我国60岁以上人口数量达28004万,占全国人口的19.8%,65岁以上人口占比达14.9%。《中国老龄产业发展报告》预测显示,到2050年,中国60岁以上老年人口的消费市场规模将增长至106万亿元左右,占GDP的比例将增长至33%,成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。泰康保险集团董事长兼首席执行官陈东升表示,人口老龄化进程令养老服务消费被置于重要地位。

“如今,老年人对养老服务的消费不止于吃饱穿暖和照料护理,而是有着更多、更高的要求。这要求行业不断创新服务模式,为老年人提供多样化、个性化的养老服务。”陈东升说,完善养老服务供给体系,一方面要构建居家养老、社区养老、机构养老、医养结合等多元化养老服务模式;另一方面要应用智慧技术,推出一批技术可靠、经济适用的智慧应用场景,推动智慧养老和智慧健康消费。

据了解,本届健博会共有142家养老相关企业参展,除泰康养老外,还有武汉炎黄创新科技服务股份有限公司等多家智能化企业,以创新科技切入养老市场,推动医养产业智能化升级。整体来看,随着老年人对数字化生活方式的适应度在不断提高,智慧服务如电商、智能设备、在线教育等,正逐渐成为银发经济的新蓝海。

健康管理成消费亮点

鹰瞳 Airdoc 人工智能视网膜健康风险评估系统,通过一张眼底照片就能发现50余种疾病风险;爱康齿科“AI牙医”口腔智能诊断系统,通过全景影像可在5秒内完成口腔智能诊断,在100

秒内为客户提供专属口腔报告,并能预测未来10年的口腔进展;诺辉健康肠癌筛查基因检测,通过一次粪便取样就能轻松实现肠道筛查……在爱康集团展区展出的多款医疗产品,吸引了大量观众围观体验。

“我们展示的不仅是前沿的体检设备,而且是全新的健康管理模式。”爱康集团创始人、董事长兼CEO张黎刚介绍,“随着公众健康意识的提高,未来健康体检市场空间巨大,竞争也更加激烈,具有技术优势和先进服务理念机构才能成为市场的赢家。近年来,爱康先后与近10家国内前沿医疗领域人工智能科技企业达成战略合作,推出了10余款人工智能产品。与此同时,还建立了多元化健康管理服务体系,就是希望为消费者提供更加精准、个性化的专业健康管理指导。”

记者在健博会现场看到,像爱康集团一样的健康管理机构还有很多,主动健康消费成为健康消费升级新趋势。“随着生活水平的提高,人们的健康理念已经从重视‘治已病’转到‘治未病’,从‘不得病’转到‘主动健康’,通过寻求高质量的生活方式,强化自身健康管理。而体检行业也从以筛查疾病为主的模式,过渡到目前兼顾疾病预防与健康管理的时代。今后人们对健康消费的侧重点一定是‘养’和‘防’。”张黎刚说。

总面积达9万平方米的健博会展馆,使人们的观展之旅延续一整天仍意犹未尽。国家卫健委规划发展与信息化司司长毛群安表示,2022年发布的《“十四五”国民健康规划》提出了到2025年健康服务业总规模“不低于11.5万亿元”的目标,并部署了“做优做强健康产业”的工作任务。下一步,国家卫健委将积极促进健康与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品等行业融合,催生健康新产业、新业态、新模式,打造一批知名品牌和良性循环的健康服务产业集群,推动健康产业高质量发展。



近日,2023首届“沂山论健·中医药健康大会”在山东举行,多位国医大师汇聚一堂,畅谈中医药康养的光明未来。中医“防病于未然”的思想与现代康养产业核心理念不谋而合,这意味着中医药康养产业潜力巨大,实则是一片广袤蓝海。

发掘中医药康养的产业潜力,首先要用好传统中医药资源,并做好其与现代消费需求的衔接。

在大健康产业“药、医、养、食、游”融合发展中,中医药是不可忽略的资源宝库,也越来越受到现代消费者的青睐。比如,现代社会竞争激烈,亚健康状态普遍,很多人愿意选择并接受按摩、刮痧、拔罐、艾灸等独具中医特色的健康干预管理服务,这为城市里支持社会力量创办中医养生保健机构提供了发展空间。又如,近几年,在年轻人中掀起的“国潮热”,开始追寻中华传统文化,可以推出一批中医药康养旅游的网红打卡地,让年轻群体在游乐中了解国医文化及其养生精粹。再如,当前中国社会老龄化程度加深,退休人群规模扩大,他们对养生保健有着巨大的消费需求,一些中医医疗机构已经开始自建、托管养老机构或与养老机构开展合作。此外,有些地方还推出了满足亲子游需求的养生谷,在乡间开辟中药材种植基地,集科普、种植、观光、采摘、度假、调理等功能于一体……结合现代消费需求,发掘中医药康养产业潜力,一定能探索出更多的新经济新业态。

发掘中医药康养产业潜力,还要用好地方特色资源,做好其与地方现有产业的结合。

中医药是中华民族的智慧结晶,在数千年的发展过程中,不断吸收和融合各个时期先进的科学技术和人文思想,也依据各地不同的资源禀赋就地取材,这让中医药文化拥有鲜明的地域特色。比如,山东的儒医文化和针灸疗法源远流长,岭南中医药文化注重滋补养生,云贵川等生物种类繁多的地区中药材资源十分丰富,在武当山等文旅胜地中传承着太极拳、五禽戏等中医传统健身项目。各地的特色中医药代代相传,浓郁的历史感和文化感为相关旅游产品的开发赋予了深厚底蕴。

现在,不少地方已经将富有本地特色的道地中药材、药膳食补、地热温泉、矿产资源、风景名胜、地域文化等元素融合开发,让中医药康养产业与农业、制造业、文旅业、会展业、养老业等多种产业关联互动、相得益彰。当然,中医药康养产业中也存在产品同质化严重、品牌建设不足、生产标准不统一等问题。发扬中医药文化的地域特色,打造康养产业的地域品牌,正好可以突出各地独特的吸引力,区别于周边市场,形成差异化竞争格局,避免一窝蜂的内卷。

《本草纲目》被翻译成多种文字广为流传,针灸的神奇疗效引发全球持续的“针灸热”,抗癌药物青蒿素拯救了发展中国家数百万人的生命。发源于中华大地的中医药,理应为健康中国建设贡献自身的独特优势。切实把中医药这一祖先留给我们的宝贵财富继承好、发展好、利用好,才能走好新时代中医药康养产业高质量发展之路。

本版编辑 郭静原 美编 倪梦婷



在2023世界大健康博览会上,观众在展区体验医疗服务。(资料图片)



图① 在健博会上,工作人员正在展示医疗健康产品。

本报记者 吴佳佳摄

图② 在浙江省湖州市德清县兜孙社区示范型居家养老服务中心,居民正在享受智能化“医康养”健康服务。

谢尚国摄(中经视觉)

内蒙古包头市大福林顺应市场发展调整经营业态——

老字号演绎新故事

本报记者 余健

在内蒙古包头市青山区繁华的文化路上,一座古色古香的门楼在周边现代建筑中显得特别显眼,这就是中华老字号大福林饭店的老店所在地。在包头说起老字号品牌,大福林必定榜上有名。这家1934年创立于天津,1956年伴随着支援建设包钢的队伍来到包头的老饭店,已经成为包头人味蕾记忆里难忘的味道,尤其是大福林包子更是得到人们的交口称赞。

“大福林包子有标致的18个褶,最经典的口味是猪肉大葱,我们用的都是新鲜猪肉和大葱,真材实料,又用香油和鸡汤调馅,皮薄汁浓,口感非常好。每每出笼,热气腾腾、香气四溢,食客们都很喜欢。”大福林包子制作技艺第四代传承人、大福林主厨赵菊香告诉记者,大福林包子传承于一种传统面食制作技艺,并在此基础上持续改进,包括原料甄选、配比以及和面技巧等。

曾在在大福林饭店担任经理的甄玉宝介绍,大福林菜系以鲁菜为主,辅之以京津菜。多年来,大福林用心经营,不断创新菜品,老汤酱肘花、芥末鸭掌、大刀牛肉、干丝三叶香……一道道美味可口的招牌菜,受到众多顾客的喜爱。不仅如此,大福林还积极顺应市场发展调整经营业态,成为包头餐饮业的“常青树”。2000年,大福林被相关部门认证为“中华老字号”;2016年,大福林被授予包头市第一批“百年老店”称号;2019年,“大福林包子”被列入包头九味和内蒙古味道,同

年,大福林被内蒙古自治区商务厅认定为第四批“内蒙古老字号”品牌;2022年,大福林包子制作技艺入选内蒙古第七批自治区级非物质文化遗产代表性项目名录扩展项目名单。

传统“老字号”,呈现新风貌。在包头市非遗年货节、文化和自然遗产日等活动中,总是能看到大福林的身影。青山区文体旅游广电局副局长徐超表示,作为一家百年老店,大福林在当地文旅产业发展中扮演着重要角色。“大福林是包头的一张文化名片,我们经常邀请他们参加各级各类文旅活动,希望能通过‘老字号’的品牌力量带动本地文旅活动的人气,提升文旅消费吸引力和回购率,促进非遗和旅游深度融合,加快文旅市场的复苏脚步。”徐超说。

徐超介绍,为充分融合当地旅游资源优势和非遗项目特点,青山区在常态化开展非遗进景区、进社区等活动的同时,推出优惠政策,鼓励和支持类似“大福林”这样的“老字号”在全国旅游重点村东达沟村内设点,开展产品营销和技艺展示等活动。“这项举措不仅能够丰富旅游区文化内涵,还能为游客提供多样化非遗体验,从而增加文旅产业融合发展的经济效益和品牌价值。”

在青山区商务局相关负责人敦娟娟看来,“老字号”代表着城市文化、凝聚着时光味道,这也是老字号品牌的核心要义。“大福林在城市建设初期就扎根包头,承载

了几代包头人的情怀,至今仍活力十足。近年来,大福林在促进当地餐饮消费提档升级、激活消费潜力方面也发挥了积极作用。”敦娟娟说,在保留传统菜品、延续“老菜馆”情怀,持续打响老字号品牌的同时,大福林积极尝试创新经营模式,增加线上销售渠道,并在市区增加网点分布,有效带动了当地餐饮业发展。

目前,大福林在包头市布局了6家门店。工作日晚上9点左右,记者走进在今年元宵节开业的大福林悦城店,装修风格古朴雅致又不乏现代元素的门店里,依然热闹非凡。“周末的时候人更多,生意还是不错的。”店内的工作人员说。

“大福林拥有深厚的历史文化底蕴,除了包子以外,我们还有很多菜品都是市民心中的老味道,本身就可以作为一个代表包头餐饮文化的打卡地。”大福林如今的掌门人、包头市大福林饮食服务有限公司董事长徐超表示,大福林计划在今年搭建好中央厨房,以热门菜品为样本,制作销售预制菜。与此同时,在原有大区域大跨度布局的基础上,结合青山区老少乐园建设,积极布局社区服务点。此外,还要参与建设集融合房车、露营和黄河风情文化等要素于一体的黄河风情园,从文旅活动的受邀方变成

主动参与者,让一讲老故事的“老字号”充满想象力和现代感。

在包头市大福林老店厨房内,工作人员正在制作包子。

本报记者 余健摄

