

年终盘点⑤

健康消费外延持续拓宽

□ 本报记者 吴佳佳

市
場
瞭
望

从智能手环的健康监测，到中药茶点的养生新尝试；从数字化设备完成远程问诊，到国际医疗旅游先行区体验特许药械……随着人们生活水平提升与健康意识增强，我国健康消费正深度融入衣食住行，呈现出市场规模快速增长、业态模式不断创新、消费结构持续优化等特点。

数字赋能

北京市朝阳区居民刘华就职于一家外企，平日工作繁忙、经常加班，面对一些轻微健康问题，她早已养成AI咨询搭配在线问诊的习惯。“以前拿到体检报告，面对专业术语一头雾水，现在先让AI解读各项指标含义，给出饮食起居建议，遇到异常指标再到线上找医生指导。”刘华说，线上问诊省去了线下排队的麻烦，能得到和面诊一样细致的建议，且问诊记录可随时查阅，解决了记不清医嘱的问题。

刘华的选择代表着一个庞大的群体。美团医药健康数据显示，科技进步推动“互联网+医疗健康”迈入快速发展阶段，也让健康消费加速向数字化、智能化转型。该平台累计交易用户超3亿次，年度人均交易频次达7次，其中40岁以下消费者占85%，互联网原住民成为健康消费主力军。针对小病小痛的线上问诊需求持续攀升，尤其是夜间场景需求突出：2025年，平台为上千万名用户提供在线问诊服务，同比增长超20%，平均响应时间仅9秒，每晚9点至次日7点的问诊订单占总咨询量的34%。目前，平台已连接全国上千家三甲医院，超1.5万名三甲医院医生入驻，覆盖皮肤科、消化内科、妇产科等36个主流科室，全方位满足线上诊疗需求。

科技在预防医疗领域同样发挥着重要作用。美年健康董事长俞熔介绍，2025年，美年健康推动产品逻辑从“疾病筛查”向“健康管理”深度转型。该企业与阿里达摩院合作落地CT“一扫多查”AI技术，一次低剂量平扫即可同步筛查多脏器早期风险；基于超2亿人次健康大数据研发的国内首款AI衰老评估产品“血液学时钟”，填补了行业空白；全国建成近50家减重代谢中心，中医智能体检已实现对全国100余家体检中心全覆盖。

中国产业发展促进会产业创新分会秘书长田佑中分析，数字技术快速迭代背景下，智能科技与健康消费的深度融合将全方位推动健康产业链重构优化。AI技术正升级并部分替代传统健康消费模式，驱动健康消费向数字化、智能化、精准化发展。如健康监测领域，AI智能穿戴设备可实时采集健康数据、开展算法分析预警，实现居家常态化健康管理，弥补传统线下阶段性体检的不足；健康服务端，AI依托用户数据精准推送个性化健康方案，打破同质化供给现状，实现“千人千面”的服务升级。他认为，商家应抓住新一代信息技术发展机遇，精准设计产品和服务，更好满足消费者新的健康需求。

需求聚焦

在消费市场整体迭代进程中，特定健康议题成为风口赛道，体重管理便是其中的代表。相关数据显示，我国18岁及以上居民超重及肥胖率已突破50%，在此背景下，国家卫生健康委2024年启动的“体重管理年三年行动”加速推进，各地政府、企业与消费者协同发力，通过政策激励、服务



山东能源新矿集团矿工在医护人员帮助下，通过京东远程医疗系统向医生问诊。
新华社记者 李欣摄

创新、科技赋能，构建起覆盖全产业链的减重消费生态。2025年，在政策引导与民众健康意识觉醒的双重驱动下，以“体重管理”为核心的消费趋势愈加凸显。

轻食代餐正加速融入大众日常消费，低糖、低脂、低热量成为核心卖点。《2025中国外卖市场现状报告》显示，健康轻食类订单占比从2020年的12%攀升至2025年的25%，消费者需求实现显著增长。

据EBC健康轻食创新大会预测，2025年，中国轻食市场规模将突破1200亿元，年复合增长率达29.3%。线下健身消费同样热度不减，美团平台数据显示，2025年6月以来，“健身月卡、次卡”搜索量同比增长31.6%，“24小时自助健身房次卡”搜索量同比激增96.9%。

减重药物市场同样迎来爆发式增长。日前，国际知名学术期刊《自然》主刊刊发了国产减重降糖创新药玛仕度肽的2项关键三期临床研究，这也是该刊创刊以来，首次在代谢疾病领域发表来自中国的三期临床研究结果。信达生物制药集团副总裁李延寿介绍，多数GLP-1药物尤其是单靶点减重药，主要通过抑制食欲实现体重下降，而中国消费者的减重需求正不断升级：与欧美人群相比，我国居民BMI相对较低，且常合并脂肪肝、高血脂、高血压等代谢异常。玛仕度肽的研发旨在贴合我国患者疾病谱，提供更具针对性

的治疗选择。除玛仕度肽外，布局减重领域的创新药不在少数。记者检索美团平台发现，多款已获批减肥适应症的GLP-1药物已正式上架。统计数据显示，2023年以来，该平台GLP-1药物订单量已超300万单。

场景焕新

新开业的迪卡侬上海世纪汇店，即便不是休息日，依旧有不少消费者前来选购商品。在“运动能量场”体验区，打卡体验的消费者络绎不绝。带着孩子逛新店的刘红女士告诉记者，自己常带孩子来迪卡侬选购运动装备，不仅因为其品类齐全，更因为其丰富的体验式和循环经济服务。如购买自行车可享受维修、回购服务，成为门店会员还能体验徒步、骑行等活动，多元服务大幅提升了消费黏性。

“随着大众健康需求不断提高，运动已成为一种生活方式，企业也在围绕消费者需求持续创新。”迪卡侬零售上海区域副总监吴倩表示，世纪汇店是迪卡侬近年在上海新开业

的规模最大门店，覆盖全品类运动产品，按基础款、进阶款、场景款分区陈列，精准匹配不同运动水平人群的消费需求。

“我们已从单纯商品销售，转型为‘产品+服务+社群’模式，为顾客提供沉浸式运动体验。”吴倩介绍，门店以自身为触点，串联周边世纪汇广场屋顶运动空间、世纪公园等优质运动资源，让线下运动地标成为门店体验的自然延伸，为跑步、骑行等运动爱好者提供即选即享的消费便利，持续提升体验价值。

这种从“货架”到“场景”的迁移，正是健康消费升级的缩影。“十四五”以来，我国体育产业总规模年均增速超10%，运动健身早已超越单纯的强身健体，其内涵扩展至探索自然、社交互动、压力释放与消费娱乐。田佑中表示，遍布城乡的健身场景与如火如荼的赛事活动，折射出群众对身心健康与生活品质的更高追求。这倒逼企业加速业态升级，推动运动消费完成从“商品购买”向“生活方式体验”的转型，持续拓宽健康消费的生态外延。



上海市虹口区聚焦科技康复与智慧健身，打造专业化社区服务空间“智慧阳光康健苑”。
新华社记者 方喆摄

赛事经济点燃辽宁冬日

本报记者 温济聪

“我就喜欢大连赢，大连不赢都不行。”位于大连市甘井子区的梭鱼湾足球场内，大连英博海发队的口号响彻云霄；“1234，我爱辽宁篮”，沈阳市浑南区的辽宁体育馆内，球迷的呐喊声此起彼伏；在第二届辽宁城市足球超级擂台赛总决赛现场，55678名观众见证大连队夺得“辽超”冠军；备受期待的东北地区城市足球联赛（以下简称“东北超”）正火热推进……在辽宁，赛事经济正成为激发消费热情的关键引擎。

看观赛人数：2024—2025赛季CBA联赛，辽篮主场共举办23场常规赛和3场季后赛，观众总人数近30万人；大连英博2025赛季主场总观赛人数约93.4万人，包括15场中超联赛和1场足协杯，其中多次单场比赛现场观赛人数超6万人。

2025年12月15日，辽宁男篮在沈阳迎战CBA新赛季第一个主场比赛。经过激烈角逐，辽篮以95:79大胜卫冕冠军浙江广厦队。拿下这场含金量十足的比赛后，主场球迷瞬间陷入狂欢，现场球迷热血沸腾。

深厚的足球文化底蕴、一流的球场基础设施，培育出大连“足球城”这片优良的“绿茵场”。本赛季，大连英博场均观众近6万人，

达到亚洲第一、世界前列。

翻开各地的“赛事账本”，被大家热议的“第二现场”、足球嘉年华、特产集市等一系列文体旅商融合打法，在辽宁赛事主场已不是新事物。

“辽超”决赛阶段，辽超嘉年华系列活动

在大连同时火热开启。现场七大展区以独特的足球造型集中亮相。辽宁14座城市分别展示独特的文旅资源和特色物产，为市民游客提供了集美食、文创等于一体的沉浸式消费体验。

阜新市民冯嵬是一名篮球爱好者，他常常利用休息时间从阜新坐高铁来沈阳看球。“比赛当晚，我会在沈阳的宾馆住宿，第二天会打卡一些网红店，吃吃沈阳特色小吃。我还会给孩子买一些适合他们穿的纪念球衣等辽篮周边纪念品。”冯嵬说。

“我们珍惜每一次的赛事承办，会把文体旅商包括赛事背后的产业、经济给串联、盘活起来。我们要想方设法让球市更好，让市民百姓更关注大连足球、辽宁足球、东北足球。”大连市体育局副局长王文勇说。

沈阳市体育局产业处处长于洋说，沈阳采用“竞技体育引领+群众体育普及”双轮驱动



2025—2026赛季中国男子篮球职业联赛(CBA)常规赛第16轮比赛在沈阳举办。

新华社记者 李钢摄

党的二十届四中全会将“发展银发经济”纳入加大保障和改善民生力度、促进人口高质量发展的战略框架，旨在通过养老事业和产业协同，将老龄化挑战转化为内需潜力。规模日益庞大的老年群体，其多元、升级的美好生需求，正是扩大内需、畅通国民经济循环不可或缺的强劲动力。系统推动银发经济高质量发展，已成为连接国家战略与民生关切、培育经济增长新引擎的必然选择。

要筑牢消费根基，提升老年群体支付能力与消费意愿，变“想消费”为“能消费”“敢消费”。

强化社会保障，稳定消费预期。核心在于增强老年收入来源的确定性与安全感。要落实党的二十届四中全会精神，稳步提高基本养老金水平，并大力发展战略企业年金、职业年金和个人养老金，构筑坚实稳固的养老财富支柱。中央经济工作会议提出“制定实施城乡居民增收计划”，应将提高老年人转移性收入和财产性收入作为重要内容，从根本上提振其消费底气。

减轻支出负担，释放消费潜力。关键在于通过优化公共服务间接增加老年人可支配资源。要落实“惠民生和促消费紧密结合”的精神，合理增加财政在医疗、护理、康复等基本公共服务领域的投入，扩大长期护理保险制度试点范围。这能有效缓解老年群体的后顾之忧，将更多资金从“必要支出”转向“改善型消费”，实现“减负即增收”的效应。

拓展老年就业，增添消费动能。根本路径在于开发老年人力资源，鼓励发展“银发顾问”“时间银行”等灵活就业模式，让老年人的经验智慧转化为新的收入来源，为其消费持续注入活力。

要优化供给体系，创新银发产品服务与消费智慧场景，以新供给创造新需求，破解“不好买”“不愿买”的困境。

加快科技赋能，打造智慧场景。把握数字化、智能化趋势，创造“数实融合”新体验。鼓励开发适老、易用、安全的智能产品；推动建设“智慧养老社区”，集成健康管理、紧急呼叫、文化娱乐、便捷生活等服务，培育智能消费新市场。

促进产业融合，拓宽服务蓝海。大力开发老年旅游、康养旅居、老年教育等融合业态，支持开设银发消费专区等。不仅满足老年人多样化精神文化需求，更带动文旅、健康、教育等产业协同发展，形成消费新热点。

树立标准品牌，引领品质升级。提升供给含金量，建立健全覆盖产品、服务、设施的适老化标准与认证体系，发布权威“银发优品”目录。通过高标准和优质品牌的正向激励，引导企业摆脱低质低价竞争，转向品质化、精细化发展，让老年人愿意为高品质生活体验付费。

要完善制度环境，构建权益保护与市场促进长效机制，强化监管、畅通维权，形成“良币驱逐劣币”的健康生态。

强化全程监管，严守安全底线。细化银发产品与服务的特殊监管要求，建立跨部门协同监管与信用惩戒机制，筑牢消费安全防火墙，让老年人安心消费。

畅通维权渠道，提升维权效能。构筑便捷高效的维权网络，设立涉老消费投诉绿色通道，同时加强老年人消费教育和防诈骗宣传，营造放心消费环境。

完善激励政策，激发市场活力。综合运用政策工具，引导资源向银发经济汇聚。对研发优质适老产品、提供普惠服务的企业给予税收优惠、财政补贴及融资支持。鼓励地方政府设立产业引导基金，支持银发经济创新园区建设，吸引更多优质主体投身银发蓝海。

本版编辑 孙庆坤 美编 高妍