

初春的清晨还带着几分料峭寒意,公园里62岁的李桂兰拎着刚从附近生鲜店买的菠菜,笑着和伙伴们寒暄:“现在逛超市先看配料表,再也不图便宜买临期食品了,一家人的健康比啥都重要。”

这样的日常生活场景,是市民健康消费升级的生动一幕。近年来,随着社会快速发展,人们的消费观也正从“数量型”向“质量型”跨越,从“买得多”向“买得好”转变。健康,不再是“病急投医”的被动选择,而是融入衣食住行的主动追求。

## 观念蝶变

### 从“被动治疗”到“主动管理”

走进海勃湾区人民路某大型连锁超市,曾经占据零食区C位的膨化食品被挪至角落,低糖酸奶、有机杂粮、无菌鸡蛋专柜前挤满了选购的市民。28岁的程序员王浩推着购物车,仔细查看每样食材的营养成分表:“以前加班总靠麻辣烫、炸鸡凑合,去年体检发现血脂偏高,现在每月都会给自己预留500元健康预算,专门买新鲜食材做轻食。”他的购物车里,除了有机蔬菜、低脂鸡胸肉,还有一盒益生菌。

无独有偶,在乌达区某企业工作的张萌,周一至周四晚餐必吃轻食,周三晚还会雷打不动去瑜伽馆上课。“之前熬夜追剧、点外卖,经常腰酸背痛,自从开始瑜伽后,不仅身体舒服了,工作状态也变好了。”她坦言,身边同事大多有类似规划,“大家不再觉得‘年轻熬得住’,而是明白健康是透支不起的财富。”

中老年人的健康观念,同样经历着深刻转变。在海勃湾区滨河社区卫生服务中心,58岁的赵建国拿着刚打印的“家庭健康档案”,上面清晰记录着老伴的血压、自己的血糖以及孙子的生长发育数据:“以前身体不舒服硬扛,买药只看便宜,现在定期体检,还跟着社区医生学养生,家里的药箱里,血糖仪、血压仪、艾灸盒比感冒药还多。”据社区卫生服务中心的医生介绍,如今不少老人主动咨询慢病管理服务,甚至自费购买康复治疗设备,“他们不再把健康投入当负担,而是当成一种生活投资。”

这种观念的转变,背后是对生活质量的更高追求。在海勃湾区金田第一城小区的业主群里常讨论“哪家的有机食材更新鲜”“哪个健身馆的私教更专业”。不仅如此,海勃湾区人民路某大型商超经理王鹏介绍,春节期间,他们超市的健康礼盒销量同比增长40%,枸杞原浆、有机杂粮、养生茶具成为走亲访友的新选择。健康,已从“可有可无”的附加项,变成了乌海人生活的“必选项”。

## 场景焕新

### 从“单一医疗”到“全链覆盖”

健康消费观念的升级,直接推动了消费场景的全方位焕新。我市的健康消费市场,正在形成“医、养、健、食、智”多元融合的新格局。

在海勃湾区中医医院经常有前来咨询艾灸、推拿的市民。3月14日,35岁的白领刘阳刚结束推拿治疗,揉着肩膀说:“最近加班多,肩颈酸痛得厉害,朋友推荐来这里,中医调理比吃药管用多了。据我所知,这里不仅提供诊疗服务,还推出了‘中医养生套餐’‘膏方定制服务’,年轻人来做经络疏通,中老年人来调理脾胃,都是不错的选择。”

当日傍晚,海勃湾区建设路某健身俱乐部内更是一位难求。该健身俱乐部店长告诉记者,现在的会员结构和消费需求都变了:“以前以减肥为主,现在更多是为了改善亚健康、提升体能,年轻群体占比超过60%,大家愿意为专业课程和优质服务买单。”他向记者展示了一组数据,2025年俱乐部私教课销量同比增长55%,智能健身设备、运动装备的销售额也翻了一番。

健康智能化产品也已悄然走进千家万户。海勃湾区广纳紫宸府小区李阿姨家的客厅里摆着智能体重秤,厨房有食材净化器,卧室里还有睡眠监测仪。“这些都是孩子给买的,现在不用跑医院,在家就能测健康数据,如若出现异常,还能在线咨询医生,特别方便。”李阿姨说。

我市的街路上“鲜榨果蔬汁”“轻食简餐”的招牌也多了起来,老板们纷纷推出“低脂套餐”“养生汤品”。“现在顾客点餐前都会问‘有没有少盐少糖的’,我们必须跟着调整菜品。”海勃湾区某轻食店老板智浩告诉记者,当下,饮食场景的变化在乌海肉眼可见,轻食沙拉店、药膳馆遍地开花,外卖平台上“健康轻食”“低盐少油”的订单量也与日俱增。

## 保健品消费

### 从“盲目跟风”到“理性甄选”

保健品市场的变化,更是健康消费观念升级的直接体现。从早年的多数人轻信广告、高价囤货,到如今的按需选购、理性辨别,市民在保健品消费中的转变,折射出健康消费的不断成熟。

在海勃湾区某社区老年活动中心,70岁的张大爷手里攥着一张“保健品消费清单”,上面清晰列着购买的产品、购买时间和价格。“前几年差点掉进保健品陷阱。”张大爷回忆,2023年他在小区广场听了一场“健康讲座”,推销人员宣称一款“深海鱼油胶囊”能“治愈高血压、脑梗”,还承诺“买3盒送2盒,无效全额退款”。他一时心动,花了8000元买下5盒,结果服用后血压没降,反而出

现了头晕症状。后来带着产品到药店咨询,才发现这只是普通食品,并非药品,且配料表中鱼油含量极低。

“吃了亏才明白,保健品不能当药吃。”张大爷说,现在他买保健品前,一定会先查看产品资质,认准“蓝帽子”标志,再对比配料表和成分含量,还会拉着老伙计们一起去药店咨询专业人员。每月消费控制在300元以内,“不求‘包治百病’,只图补充营养,图个安心。”

这样的转变,在中老年群体中并非个例。在乌达区人民南路的一家连锁药店,店长王莉告诉记者,近年来保健品消费的“降温”与“理性”十分明显:“以前顾客来买保健品,只听广告,不问成分,动辄花上万元;现在大家都会主动问‘有没有蓝帽子标识’‘成分含量是多少’‘适合什么人’,很多人还会货比三家。”

年轻群体的保健品消费,则更加适配个人需求。“95后”职员李娜,曾是“网红保健品”的追随者,为了“美白”“减肥”,跟风购买过某品牌“美白丸”“代餐奶昔”,花了近8000元,不仅没效果,还导致肠胃紊乱。后来她在医生指导下,根据自身缺乏维生素D、膳食纤维的情况,只购买了正规品牌的维生素D片和膳食纤维粉,每月花费仅300多元,身体状态反而得到了改善。“现在明白保健品不是越贵越好,也不是越多越好,要根据自己的身体需求来选。”李娜说。

除了消费观念的转变,保健品市场也在不断规范。市场监管部门近年来持续开展聚焦虚假宣传、夸大功效、无证经营等违法行为,在各大商超、药店开展专项检查等保健品专项整治行动。

# 消费升级时代: 为健康做「值」的选择

本报记者 张靖爽文 齐艳芳图



## 多因共振

### 让健康消费成必然

健康消费的蓬勃兴起,并非偶然的市場现象,而是经济发展、政策引领、社会变迁、需求升级多重因素交织共振的必然结果。

“经济底气是健康消费的坚实支撑。”在某企业工作的孙磊说,家庭财富积累为健康消费提供了充足底气。“以前收入不高,健康投资能省则省,现在每月收入涨了,更愿意为健康花点钱,毕竟身体是革命的本钱。”孙磊补充道。

“我觉得当下一方面是人口老龄化程度持续加深,60岁以上老年人口占比日益增加,老年群体对慢病管理、康复护理、医养结合的需求日益旺盛,成为健康消费的稳定主力军;另一方面,年轻群体作息不规律、饮食不健康等问题凸显,亚健康状态普遍,催生了对健身、轻食、调理的巨大需求。”受访者李娜说,“同时,经历过疫情之后,全民健康意识全面觉醒,‘健康是1,其他都是0’的理念深入人心,让健康消费成为社会共识。”

## 直面短板

### 健康消费仍需“精准破局”

“健康消费也会存在一些短板与隐患,需要精准破局、补齐短板。”某连锁医药公司负责人邵华认为,保健品市场的虚假宣传仍是“老大难”问题。“很多到药店购买保健品的老人提及,曾被上门推销人员诱导购买高价保健品,推销人员告诉他们这产品能治高血压、糖尿病,还送免费体检,结果花了几千元,根本没效果。”邵华告诉记者,“当下仍有一些商家会利用老年人健康焦虑,通过免费体验、温情营销等方式,侵害消费者合法权益。而且部分领域消费质量良莠不齐,比如智能健康设备市场鱼龙混杂,有市民网购的电子血压仪,测量数值与品牌设备相差甚远,且售后维修困难;还有部分健康服务机构收费不透明,存在强制消费、价格虚高等问题,制约着健康消费市场的健康发展。”

“产生这些问题的原因还是部分市民尤其是老年群体、年轻群体,健康知识储备不足,辨别能力较弱。老年群体易轻信‘包治百病’的广告,盲目购买保健品;年轻群体盲目跟风‘网红养生’,过度依赖保健品,却忽视了规律作息、合理饮食等基础生活方式。”受访者李娜说,“一边熬夜一边敷面膜,一边吃炸鸡一边喝益生菌的‘朋克养生’现象仍存在,不仅达不到健康效果,还可能造成资源浪费。”



## 短评

### 让健康消费成为品质生活的保障

健康消费事关民生福祉,事关城市高质量发展。面对新机遇、新挑战,共建一个安全、规范、优质的健康消费生态,是全社会的共同责任,更是“提升消费品质”主题的生动实践。

监管部门需持续强化监管力度。聚焦保健品虚假宣传、食品安全违法、医美乱象等重点领域,加大执法检查频次,严厉打击违法违规行为;畅通12315维权渠道,简化维权流程,提高维权效率,让消费者敢于维权、方便维权;加强健康消费知识普及,通过社区讲座、线上宣传等方式,提升市民健康素养与辨别能力。

企业需坚守诚信经营底线。健康消费企业要以品质立市,严格把控产品质量关,杜绝虚假宣传、假冒伪劣;加强行业自律,主动公开产品资质、成分、价格等信息,自觉接受社会监督;本地医药、健身、餐饮等企业要推出惠民健康产品、优质服务,以信誉赢得市场,共同推动健康产业高质量发展。

每一位市民则要做健康消费的理性参与者。主动学习健康知识,提升辨别能力,不轻信夸大宣传,不购买三无产品;消费时主动留存票据、聊天记录等证据,遇到侵权行为及时维权;树立科学健康观,坚持合理膳食、适度运动、戒烟限酒,让健康消费与健康生活相辅相成,真正实现品质生活。

我们相信,在政策的引领、市场的规范、企业的努力和市民的参与下,市民的健康消费之路必将越走越宽。健康,将真正成为乌海人最坚实的幸福底色;品质生活,将成为这座城市最鲜明的时代标签。