近日，《国民健康“十五五”规划》提出，要加快健康产业提质升级，加快健康消费提质扩容。《扩大消费“十五五”规划》也提出促进健康消费，深入实施促进健康消费专项行动。促进健康消费提质扩容，是有效扩大国内需求、满足人民群众美好生活需要的务实之举。围绕促进健康消费，学习时报高端智库版展开深入探讨。

加快释放健康消费潜能

我国新型消费市场的重要组成部分

健康消费：治理之道

□ 谭永生

随着人民生活水平的不断提高，健康消费逐渐成为我国新型消费市场的重要组成部分。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央始终把人民健康放在优先发展的战略位置，高度重视保障、维护和改善人民健康，作出了推进健康消费升级的重大决策部署。党的二十大报告指出，推进健康中国建设，把保障人民健康放在优先发展的战略位置，完善人民健康促进政策。“十五五”规划纲要提出，促进形成更多由内需主导、消费拉动、内生增长的经济发展模式，培育壮大健康消费。发展健康消费是贯彻健康优先发展战略和加快建设健康中国的重要举措，是实施扩大内需战略和培育壮大新型消费的关键之举，是落实投资于物和投资于人紧密结合的最佳契合点，促进健康消费意义重大。

健康消费是扩大内需的重要抓手。当前，我国居民健康素养水平大幅提升，健康消费快速发展，呈现出市场规模不断扩大、业态模式不断创新、消费结构持续优化、内需潜力持续释放等特点，健康消费已成为扩大内需的新引擎。

健康消费市场规模大。健康消费以人的全生命周期健康为核心，涵盖健康食品、健康服务、健康产品、健康生活方式等方面，覆盖领域广、市场规模大。中国居民健康素养监测结果显示，2019—2025年，我国居民健康素养水平由19.2%升至33.7%，具备基本健康素养人群的比例明显提升。2025年，我国居民人均医疗保健消费支出2573元，占同期居民人均消费支出比重为8.7%。健康消费不再只是人们改善型的短期消费，而成为对人力资本的长期投资。2025年，我国人口总量超过14亿，社会消费品零售总额超过50万亿元，规模巨大的人口基数和消费市场为健康消费发展提供了基础条件。根据行业数据，涵盖医疗产品、保健用品、营养食品、医疗器械、健康管理及咨询服务等领域的全口径健康行业规模，预计2030年将达25万亿元。

健康消费产业链条长。健康消费既包含产品消费也包含服务消费。健康消费产业链上游涵盖医药研发、医疗器械创新、药材种植与原料供给，中游涉及药品生产、健康品制造、物流流通与渠道运营，下游延伸至医疗服务、健康管理、康复养老、健康保险及数字健康等多元场景。健康消费支出不仅包含疾病诊断、治疗、康养和预防等医疗保健支出，还包含健康运动、休闲娱乐、膳食营养等方面的消费支出，健康消费已从过去“生病就医”的应急属性，转变为贯穿预防、管护、康复、养老全链条的常态化消费，形成了贯穿全生命周期的消费链条。

健康消费融合程度高。目前，健康消费正与千行百业深度融合，催生更多“健康+”新业态、新模式、新场景。健康产业与食品、文化、旅游、体育、商业等领域深度融合，有效带动商旅文体健等领域协同发展，对相关产业发展产生乘数效应。健康产业与科技创新融合，推动健康消费更加便捷化、个性化，健康消费模式也从线下逐渐转为线上、线下相融合，为培育壮大健康消费注入动能。如智能手环、智能手表、家用健康一体机等产品能够实时监测用户的心率、血压、血糖、睡眠等健康指标，并将数据同步至健康管理APP，为用户提供健康资讯、运动健身指导、饮食建议等服务，并通过人工智能算法为用户制定健康数据分析预警和个性化的健康管理方案。

健康消费潜能空间足。在消费群体多元化推动下，我国健康消费领域的新需求不断涌现、消费内容不断拓展，为健康消费市场注入新的活力。从中等收入群体看，2025年，我国中等收入群体有4亿多人，未来10年将超过8亿人。中等收入群体拥有稳定收入和较强消费能力，既有健康消费意愿又有健康消费能力，是健康消费市场的主力军。从老年群体看，2025—2030年，我国60岁及以上老年人口将由3.2亿人增至3.9亿人，老龄化加深为银发经济提供了巨大的潜在需求，进而推动适老化产品和服务等健康消费市场扩容提质。从慢性病与亚健康群体看，目前全国慢性病患者已突破4亿人，亚健康人群规模突破10亿人。规模庞大的亚健康人群，推动健康体检、早筛早诊、个性化健康管理、“治未病”等需求扩张，健康消费需求将大幅提升。

健康消费发展仍面临堵点卡点。当前，我国健康消费发展快，但作为一个新兴领域仍面临供给需求不匹配、健康管理不系统、机制标准不健全、市场环境有待完善等问题，制约了健康消费市场的进一步发展。

健康消费供给与需求不匹配。供给侧存在“供不上、不好用”问题。从当前情况来看，健康消费市场供给以一般性商品和服务居多，自主品牌供给不足、质量不高、品牌不响的问题比较突出，导致部分消费流向国际市场。如康复护理、智能健康监测、跨境健康咨询等高端市场长期被国际品牌垄断，迫使国内大量高端消费需求外溢至境外医疗与康养市场。中低端健康消费供给同质化问题突出，企业为争夺有限市场份额，陷入“内卷式”竞争泥潭，导致产品品质难以提升。而需求侧存在不愿、不能、不会问题。从健康消费支付能力看，部分群体因就业和收入不稳定，健康产品和服务费用超出其经济负担能力，健康消费面临收入不稳、消费吃力的困境。从技术赋能角度看，数字技术在让健康服务更便宜、更普及的同时，产生的“数字鸿沟”导致部分群体无法享受“数字红利”，难以获得物美价廉的健康产品和服务。

居民健康管理服务不系统。健康管理由不同机构负责，健康档案、年度体检、慢性病随访等都是独立单元，服务流程存在“分而治之、各自为战”的情况。社区和基层健康服务能力弱，卫生服务机构间协同配合不够，覆盖全生命周期的健康引导作用不突出，导致居民健康需求“就近找不到、线上用不上、身边无服务”。优质医疗资源相对集中，基层医疗机构设备落后、全科医生短缺，难以承担慢性病管理等功能。家庭层面的预防、健康管理、康复等主动干预意识还相对缺乏，对家族遗传病警惕性不高，从筛查、诊断到康复、管理之间存在断层，多种癌症在确诊时60%已处于中晚期。个人体检重视不够，发达国家健康体检覆盖率普遍超过70%，而我国健康体检覆盖率仅为40%左右，常常导致“小病拖成大病，大病拖垮全家”。

健康消费机制与标准不健全。健康事业和健康产业发展中的基础性、支撑性制度不完善，事业和产业“各自为政”，无法实现更加紧密的结合。现行医保制度主要解决看病、吃药、手术等医疗支出，难以覆盖慢性病管理、长期照护等多元化健康需求。医疗保障支付体系中，体检、中医治未病、居家护理等健康服务尚未纳入医保支付范围，而商业健康保险对预防性健康服务保障也不足，产品同质化突出。数据壁垒导致跨机构数据无法互通，诊疗效率低、重复检查多，智慧医疗、远程会诊等数字化应用“落地难”。从行业标准来看，健康消费及相关产业标准建设相对滞后，标准缺失与空白并存、标准交叉矛盾、强制力不足、更新滞后等问题突出。以食品营养与健康产业为例，相关标准多侧重于食品安全，功能性食品等一些产品的标准相对缺失。

健康消费市场环境有待完善。健康消费市场规范化程度不高，“欺、瞒、骗”等坑人、损人、伤人现象时有发生。2015—2026年，央视“3·15”晚会共计曝光102个专题，其中健康领域就涉及21个，成为消费投诉的“重灾区”。近年来，涉及保健品的投诉举报案件中，超60%与虚假宣传相关。现行健康市场监管的法律法规与标准体系更新滞后，无法适配线上医疗、健康管理、医美康养等新业态的发展需求。此外，健康消费产业涵盖领域广、涉及部门多，现行监管体系在面对新业态时存在一些职责交叉或监管盲区。

协同发力促进健康消费发展。促进健康消费高质量发展，将健康消费打造成为扩大内需“新引擎”，需要“保基本、优公共、惠民生”与“促消费、兴产业、扩内需”协同发力，加快健康消费潜能释放，更好满足人民群众健康消费需求。

促进供给与需求精准匹配。供给侧要加快发展多层次健康消费市场，优化健康服务消费供给，挖掘不同年龄群体健康消费增长点。支持面向老年人的健康管理、养生保健等业态深度融合，开发场景式、体验式、互动式养老服务消费场景，增强银发市场服务能力。加强对年轻群体健康生活方式的引导，丰富健身运动等消费场景，发展具有引领性的时尚休闲运动消费市场。大力发展健康体检、健康咨询、健康管理等新型服务业态，提升差异化、智能化、定制化服务能力。实施“健康+千行百业”融合工程，推动健康与文旅、养老、体育、线上线下零售等多业态多场景融合，拓展健康消费深度和广度。鼓励企业加快打造健康品牌，完善品牌宣传和推广，提升企业健康品牌知名度。深化国家服务业扩大开放综合试点建设，开展国际合作康养服务，放宽中高端医疗、健康管理等领域市场准入，引导高端健康服务消费回流。需求侧要从就业、收入、社会保障等重点领域入手，健全高质量充分就业体制机制、改善收入和财富分配格局、完善社会保障体系，稳定居民就业和收入预期。加快发展普惠型健康保险，打造“保险+健康服务”一体化模式，提高居民健康消费能力。进一步加大对健康服务领域的投入，合理增加卫生健康领域公共消费支出，降低消费者支付压力，努力扩大健康消费市场需求。

健全健康消费服务体系。完善“预防—筛查—干预—康复”全链条服务，构建覆盖全生命周期、层次丰富、品质优良的健康服务管理体系，推动从以治病为中心向以健康为中心转变。组织健康知识讲座、健康技能培训、健康体验交流等多种形式的健康教育活动，加大减重、戒烟、戒酒社会宣传，提升居民健康意识和健康素养。健全早筛早诊早治体系，对特殊群体自费体检适当补助，落实企事业单位员工定期体检制度。鼓励有条件的医疗卫生机构开展医养结合服务，大力发展健康体检、健康咨询、健康管理等新型服务业态，合力守护职工生命健康。加强慢性病综合防控，扩大家庭医生签约覆盖面，规范推广中医养生保健和“治未病”服务，为人民健康筑牢防线。创新“体医融合”健康服务模式，支持地方建设体育公园、健身步道、全民健身中心、社会足球场等场地设施，推动各类体育场馆开放共享，丰富健身运动消费场景，拓展运动健康产业市场潜力。推动数智技术赋能健康消费市场，创新发展网络健康服务和远程医疗服务，加快构建城市15分钟便民健康服务圈，推动健康消费便利化、数智化，助力健康消费更精准智能、更有效率。

完善政策支撑保障体系。优化财税政策措施，稳步提高个税起征点和个人所得税专项附加扣除标准，提高居民人均可支配收入和健康消费能力。逐步扩大对符合条件的抗癌类药品和原料实施零关税，对生物制药等关键技术研发设备进口实施关税优惠，进一步降低特殊医学用途配方食品、部分营养保健品和家用医疗器械等医药健康类产品的进口关税，更好实现“病有所医”。创新健康消费金融工具，试点健康消费设施不动产投资信托基金（REITs），引导社会资本参与健康养老社区、健康体检中心等基础设施建设，拓宽健康产业融资渠道，做大做强健康医药龙头企业。加大创新药械全链条支持，推动仿制药稳步发展，支持首台（套）高端医疗装备示范应用，加快健康医疗大数据安全共享，更好保障人民健康安全。加快医疗支付改革，推动职工医保个人账户家庭共济，允许结余资金用于体检、疫苗接种等预防保健费用，探索将慢性病管理服务纳入医保目录。保障健康消费“时间”供给，落实带薪错峰休假制度，让消费者有时间进行健康消费。

健全公平有序市场体系。落实促进健康消费专项行动方案，聚焦制假售假、虚假宣传、欺诈骗销、售后推诿等顽疾，严厉打击侵害消费者权益行为。推进数字标签普及，完善产品认证制度，健全产品全产业链追溯体系，夯实健康产品安全根基。深化特殊食品注册备案制度改革，完善保健食品事前审评和事后评价机制，引导诚信合规经营。升级全国12315平台，畅通投诉举报与维权渠道，降低健康消费维权成本，提高健康消费维权效率，切实保障消费者合法权益。加快完善适配健康新业态的法律法规与标准体系，推行“科技赋能+风险分级”智慧监管模式，加强线上线下统一监管，推动健康监管向服务型监管、预防型监管、数智化治理转变，确保健康消费规范有序发展。定期开展健康产品质量抽检，及时公布抽检结果，对不合格产品依法采取召回、下架等措施，并追溯生产源头，从严追究企业责任。充分发挥媒体监督作用，推行健康服务“黑名单”制度，对服务质量严重不达标、存在欺诈行为的机构，通过信用平台公示并限制其市场准入，形成强有力的震慑效应，为消费者营造安全、放心的消费环境。

（作者系中国宏观经济研究院产业经济与技术经济研究所副所长）

健康消费供给既要专业也要精准

观而思

□ 王浩然

健康消费供给是关乎千家万户饮食安心、健身舒心、医养放心的民生大事，既承载着广大群众对美好生活的向往，也是当前扩大内需、培育消费新增长点的重要领域。《扩大消费“十五五”规划》提出“深入实施促进健康消费专项行动”，围绕强化零售药店专业服务功能、优化保健食品和特医食品供给及发展健康体检、健康咨询和健康管理等新型服务业态作出部署，为促进健康消费指明了方向。

近年来，在政策引导和市场需求的双重驱动下，我国健康消费领域的供给基础持续夯实。2020年至2025年，全国人均体育场地面积由2.2平方米增至3.11平方米，保健食品备案凭证从0.65万件增至2.3万件，零售药店由55.4万家扩容至65.6万家，养老机构和设施由32.9万个增至39.5万个。数据显示，2025年我国大健康产业规模已突破10万亿元大关，根据“健康中国2030”战略，到2030年健康服务业总规模将达16万亿元。供给规模的持续扩容，为满足群众健康消费需求提供了有力支撑。

但供给规模的扩容并不等同于供需有效适配。当前，我国健康消费领域仍存在专业化不足、精准化不够等现实堵点，制约着供需的有效对接。一是专业服务供给不足。2025年，全国15—69岁居民基本医疗素养水平仅为32.22%，面对专业性较强的健康产品和服务，专业咨询和指导尤为必要，但部分场景专业服务供给较为薄弱，如全国每万人口康复医师仅约0.61人，专业睡眠健康服务人员缺口超10万人，制约了居民专业化健康服务需求的有效满足。二是细分领域产品供给较为有限。不同人群的健康需求差异明显，但受细分市场规模有限、研发风险较高等因素影响，这一领域的许多企业倾向于开发通用功能产品，导致产品布局趋同、细分领域供给不足。2025年，国家医保局指出“我国创新药领域同质化竞争加剧”，反映出产品供给趋同与健康需求多样化之间的矛盾。三是数智技术支撑不够。健康风险具有隐匿性和长期演变性等特征，需要依托数智技术精准识别或动态监测。但受医疗健康数据隐私性强、各地数据标准和统计口径尚不统一等因素影响，数据孤岛问题仍较突出，制约了信息连续汇集、风险及时研判和服务精准匹配。同时，随着经济社会发展和居民生活水平不断提高，群众多样化、差异化、个性化健康需求持续增长，若单纯依靠增加场地、网点和产品数量，难以满足不同人群日益细分的健康需求。因此，促进健康消费，不能只做供给规模的“加法”，更要在专业化、精准化上求突破，推动供给从规模扩容向供需适配转变。

实现这一转变，需要围绕消费选择、需求匹配、服务接续和安全保障等环节，以专业服务提升消费选择能力，以需求细分牵引精准供给，以数智技术支撑持续服务，以规范监管筑牢安全底线，如此，才能更好满足群众多样化的健康需求，促进产业持续健康发展。

强化专业服务，应从提升健康消费服务主体的专业能力入手。根据药品、营养食品、运动健身、康复辅助等不同消费场景，完善专业人员配置和服务规范，使消费者在购买和使用过程中获得及时、准确的解释和指导。在此基础上，进一步发挥零售药店等贴近居民日常生活的服务载体作用，推动专业指导向健康咨询、健康促进和日常健康管理延伸，并通过社区化、便民化服务，增强专业健康服务的可获得性。通过提升专业人员服务能力、拓展专业服务场景，使消费者不仅能够获得产品和服务，更能够准确理解功能、合理选择并规范使用。

优化精准供给，需健全健康消费细分需求识别机制。根据人口结构、疾病种类、营养需求和消费反馈，及时识别不同人群、不同领域的健康供给缺口。在此基础上，围绕特医食品、老年营养、慢性病管理等细分领域，加强定向研发和产品供给，同步优化康复护理、医养结合、临床营养等服务供给，发挥中医药在养生保健、疾病预防和康复调理等方面的特色优势，更好满足不同年龄、不同健康状况人群的差异化需求。通过以需求识别引导供给调整、以细分需求带动产品和服务创新，推动健康消费由大类供给向更加精准的按需供给转变。

推动新一代信息技术和智能设备嵌入健康咨询、体检管理、运动指导、康复护理等场景，完善健康数据授权使用和标准衔接机制，促进居民健康信息安全有序汇集，减少数据孤岛和服务断点。以连续汇集的数据为基础，推动智能穿戴、家庭监测设备与健康服务平台有效连接，及时识别健康风险和需求变化，并据此动态调整产品推荐、服务内容和干预方案。推动线上线下服务有效衔接，把风险识别、服务响应和后续跟踪贯通起来，形成覆盖健康管理全过程的服务闭环，使健康服务由一次性供给转向连续、动态的精准管理。

发展健康消费还需完善标准监管，以此筑牢消费安全底线。健全健康产品和服务标准体系，围绕产品功效、适用人群、服务内容、收费标准和人员资质等完善信息披露规则，为消费者进行专业判断和精准选择提供清晰依据。加强网络平台、直播带货、私域营销等新场景线上线下一体化监管，重点治理夸大功效、虚假宣传、混淆普通食品与保健食品等问题，减少信息不对称对健康消费选择的干扰。健全投诉举报、风险监测和责任追溯机制，及时发现和处置消费风险，以更加透明规范的市场秩序保障专业服务和精准供给，增强健康消费信心。

（作者单位：安徽大学商学院）