

性和时效性的研究报告。

报告显示,虽然全民健康意识和健康自评情况良好,但健康生活方式情况却远未令人满意。合理膳食种类不够(每天摄入12种食物的人群只有21.4%)、缺乏运动(每周150分钟中等强度运动)成为两大短板,而甫入社会打拼的年轻群体,健康生活方式得分最低。

值得一提的是,由于不健康生活方式影响,受访者中平均每人拥有2.2个健康困扰,体重/体型管理、心理/情绪/睡眠、疼痛(关节疼痛、肌肉酸痛、肩颈疼等)问题位列前三,分别占比41.9%、37.5%和28.2%,背后则是75.7%的不良生活习惯群体占比。在快节奏、大压力下的移动互联网社会,各种不良生活习惯包括:久坐、熬夜、情绪难调、饮食无章、吸烟、饮酒等等。压力大、焦虑、沮丧、消沉等多种表现形式的心理健康问题,成为现代都市人群的一道健康难题。

## “健康社群”成效显著,安利助力“全面健康”

合理膳食、适量运动、戒烟限酒、

心理平衡的健康生活方式,知易行难。幸好,“我们行动啦”微信小程序的组队打卡功能和社群健康实践活动,使此项目成为一次塑造健康生活方式的有益实践。

报告显示,受访者非常认同“健康社群”在知识分享、监督陪伴、经验交流方面的作用,通过组建微信群、坚持开展线下活动的小组表现尤佳,社群成员共同运动、打卡督促、拍照交流(健康食谱搭配和制作),有力克服“不能坚持”和“拖延症”等痛点。

国家卫健委规划发展与信息化司司长毛群安在发布会上指出:“通过社群来培养大众健康生活方式的健康促进新手段,值得大力肯定与提倡,它将为健康中国建设注入新的活力,并令千百万个人与家庭从中受益。”

而这种“通过社群来培养大众健康生活方式的健康促进新手段”,也是安利一直在做的。安利(中国)总裁余放在发布会上表示:党的二十大报告把推进健康中国建设作为增进民生福祉、提高人民生活品质的重要内涵,提出2035年建成健康中国的目标。安利在营养健康领域有多年的深耕和积累,

有责任利用自身优势,为健康中国战略和国民健康,贡献企业自身价值。

如今的安利已经实现业务的数字化转型,全面赋能广大营销人员运营线上融合线下的大健康社群。首先,向广大消费者宣导营养健康知识科普,提升全民健康认知;其次,基于富含科技含量和植物营养智慧的纽崔莱产品,为消费者提供个性化解决方案,帮助人们做到科学补充、均衡营养;最后,通过健康社群带动大家都行动起来,培养良好的健康习惯,拥有健康的生活方式。

余放介绍,目前已有三万余安利营销人员通过中国营养学会的培训和考试,拿到营养健康顾问证书,一万多人拿到了健康塑形教练证书。他们以遍布全国的安利体验馆、体验店为依托,建立并经营着数以万计的以体重管理、健康丽龄、四季养生、亲子健康等为主题的健康社群。

在同日举办的第二届中国健康生活方式医学大会上,安利亚洲科技创新中心副总裁陈佳表示,慢性病高发成为影响公众健康的最突出问题,医疗费用持续上涨造成社会经济发展的巨大负担,塑造健康生活方式进行健康改善、维护和管理,是健康中国战略关口前移、预防为主的最直观体现。

余放最后表示:让我们做好自己健康的第一责任人,同时带领家人、亲朋好友、同学同事、街坊邻里等组成健康社群,做到营养均衡、适量运动,大家分享防疫知识经验,互相帮助鼓励,纾解情绪压力,共同应对挑战。

目前已有三万余安利营销人员通过中国营养学会的培训和考试,拿到营养健康顾问证书,一万多人拿到了健康塑形教练证书。

