

# 2024 赫力昂中国 主动健康洞察报告

2024 HALEON CHINA  
SELF CARE WHITE PAPER



益普索

HALEON

## 结合跨界学者健康范式，赫力昂重新诠释主动健康

主动健康是一个跨学科的概念，自2015年起，逐渐被不同学科的专家们所关注。发展至今，这一理念已经广泛渗透到各个领域，不同领域的专家也结合自身学科视角，为主动健康这一概念提供了丰富多样的定义。赫力昂于《2023企业社会责任报告》中，亦对基于自身商业及社会实践所观察到的大众“Self care”行为进行了诠释。在第二十届三中全会提出完善社会保障体系、深化医药卫生体制改革的背景下，赫力昂结合各领域专家观点，提出「主动健康」概念。

**体育领域**：对人体主动施加可控刺激，增加人体微观复杂度，促进人体多样化适应，从而实现人体机能增强或慢病逆转的医学模式。 [1]

**老龄化研究中心**：关注躯体、精神和社会的综合功能，重视个体主观行为的持续性参与，关切生命质量和终生价值的健康观 [2]

**主动健康管理科学学者**：主动健康管理是通过自我积极构建健康素养体系（基本健康知识和理念素养、健康生活方式和行为素养及基本技能素养）并养成良好行为习惯的途径，主动获得持续健康的能力（包括愉悦的身心状态和良好的社会适应能力） [3]

**全科医学**：一种基于生物-心理-社会模式，以卫生健康行政部门为主导、个体为单位、多部门共同合作（医疗机构、教育机构、媒体、环保机构、食品安全机构等），全民参与，通过提升个体健康素养、养成良好的健康行为习惯等方式，促进个体发挥主观能动性、重视生命质量并持续参与健康维护的整体医学观。 [4]

### Haleon Responsible Business Report 2023:

个人、家庭和社区在有或无医务工作者支持的情况下，促进健康、预防疾病、维持健康以及应对疾病和残疾的能力。

Self care - the ability of individuals, families, and communities to promote health, prevent disease, maintain health, and cope with illness and disability with or without the support of a health worker

**赫力昂「主动健康」：个体为了健康的目的，而自主决定采取对于促进健康、预防疾病、维持健康的能力。所采取的健康行为既包括听从医生指导，也包括自发采取适当的健康干预或健康预防措施。**

• 本材料不做商业用途，受版权保护，如需使用，请联系赫力昂中国 china.media@haleon.com

[1] 李祥臣, 俞梦孙. 主动健康: 从理念到模式 [J]. 体育科学, 2020, 40 (2): 83-89. DOI: 10.16469/j.css.202002009.

[2] 党俊武. 构建适应老龄社会的“主动健康观” [J]. 老龄科学研究, 2021, 9 (2): 1-10, 50

[3] 黄克刚, 苏红. 主动健康管理定义及体系框架构建 [J]. 大健康, 2021, 2 (9): 3-5.

[4] 张倩倩, 金花, 史晓晓, 等. 我国主动健康的实施现状及对各责任主体实施策略的建议 [J]. 中国全科医学, 2022, 25 (31): 3923-3927, 3932.

# 目录

HALEON

1

## 卷首语

主动健康路径探索

2

## 发现「主动健康」

国民主动健康行为总体表现

3

## 解锁「主动健康」

国民主动健康行为分人群表现

4

## 健康自驱 主动破壁

全场景触发 全面打破健康桎梏

5

## 全球智慧，本土实践

赫力昂，引领主动健康时代

6

## 卷尾语

让主动健康成为时代新标配

# 卷首语

主动健康路径探索

HALEON

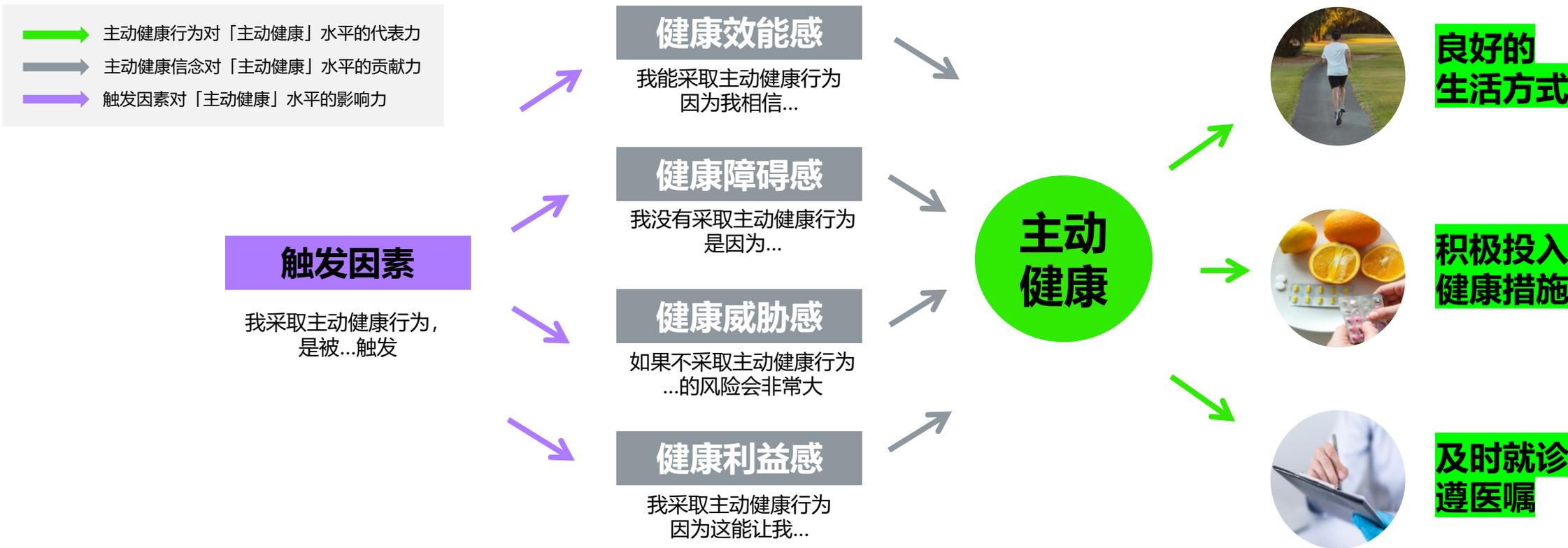
《“健康中国2030”规划纲要》明确了健康中国建设的总体战略，强调预防为主、关口前移，减少疾病发生。《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》中，亦同步提出深化医药卫生体制改革，要实施“健康优先发展战略”。

国家卫生健康委员会“中国居民健康素养水平及变化”数据显示，2023年我国居民健康素养水平达到29.70%，然而在包括安全与急救素养、科学健康观素养、健康信息素养、慢性病防治素养、传染病防治素养、基本医疗素养等六大方面，仍有进步的空间。如何让大众尽可能地享受全生命周期的健康，加强对「主动健康」的关注和认识，提升对「主动健康」手段、产品和途径的了解，让健康更可达，更公平，是一个值得全社会关注的课题。

以加强国民健康为中心，推进健康理念知行合一，赫力昂向公众推出《2024「主动健康」洞察报告》，邀请益普索IPSOS应用**结构方程模型 (SEM)**进行深入洞察分析。该模型能够同时分析多个因果关系，并考虑潜在变量的作用，是可以用于理解人们对采取和维持一定健康行为的决策过程的分析模型。



# 研究模型-结构方程模型 (SEM)



- 衡量各项**主动健康行为**对「主动健康」水平的**三大代表力** (即“做什么”能体现其能力): **良好生活方式、积极投入健康措施、及时就诊遵医嘱**
- 发现各项**主动健康信念**对「主动健康」水平的**四重贡献力** (即“相信什么”能促进其能力): **健康效能感、健康障碍感、健康威胁感、健康利益感**
- 理解哪些**触发因素**对「主动健康」水平的**影响力** (即“通过什么媒介渠道”能触发意识, 进而采取主动健康行动)

## 研究背景说明-样本



**样本量:** N=1008



### **被访者条件:**

- 25-65岁普通人群
- 不包括敏感行业, 本地居住满3年
- 家庭月收入:
  - 50岁以下被访者: 一线城市≥15000元; 二三线城市≥10000元; 四五线城市≥8000元
  - 50岁及以上被访者: 一线城市≥15000元; 二线城市≥10000元; 三线城市≥8000元; 四五线城市≥6000元



### **调查数据收集方法: 20分钟问卷**

- 25-50岁: Ipsos Online Panel
- 51-65岁: Ipsos Online Panel (30%)+街访CLT<sup>1</sup> (70%)



### **覆盖城市: 一~五线城市<sup>2</sup>**

- 补充少量定性深访 (N=6), 调查城市包括: 上海市、四川省绵阳市、辽宁省辽阳市、湖北省武汉市



**访问时间: 2024年6月**

## 161个城市

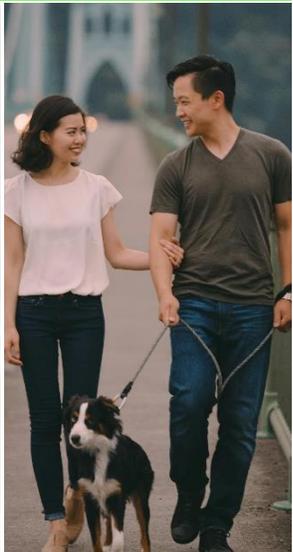
- 一线城市: 4个
- 二三线城市: 42个
- 四五线城市: 115个

注1: 因51-65岁人群在online panel中的总体人群代表性估计为30%, 因此online panel样本和CLT样本的计算权重为3:7

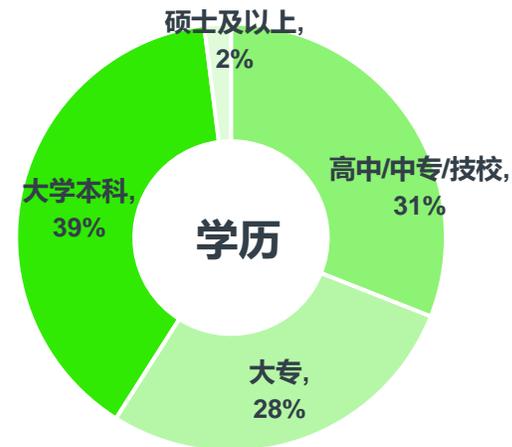
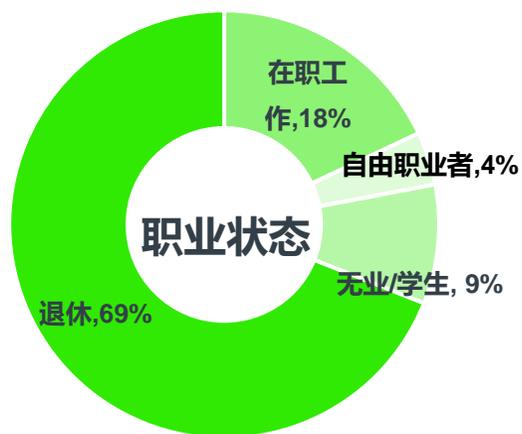
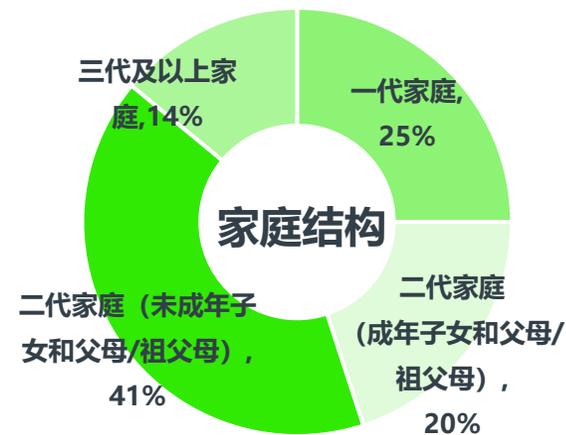
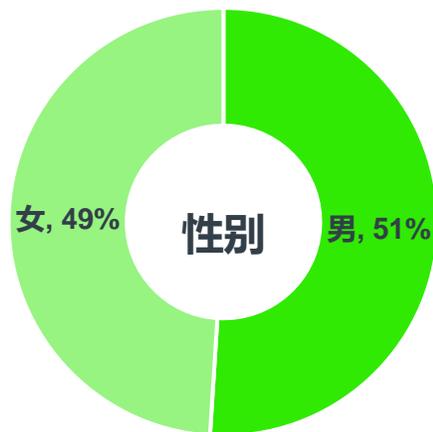
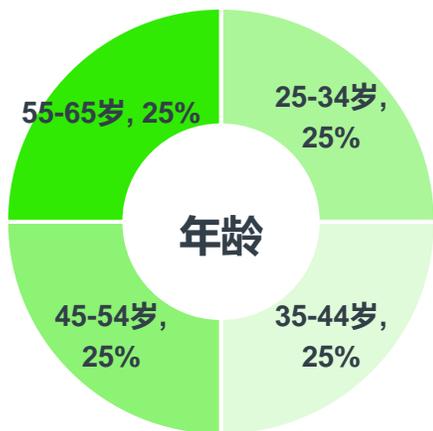
注2: 统计结果将按级别的城市人口数进行加权, 以确保代表性

## 研究背景说明-人群

不同人生阶段的人群在健康方面的需求各有差异，在每个阶段，个人对健康的追求也可能受到性别、生活方式和环境因素等影响。因此，针对各大类人群进行划分，有助于理解总体普通人群的健康样貌和健康追求。

单身/丁克		孩子父母		新银发		银发老人	
							
职场年轻人	中青年丁克	孩子爸爸	孩子妈妈	新银发男	新银发女	非空巢老人	空巢老人
28岁以下打工族，或34岁以下单身未婚	45岁以下已婚无孩	45岁以下已婚有孩的男性	45岁以下已婚有孩的女性	45-54岁的男性	45-54岁的女性	55岁以上，与儿女同住或需要照顾孙辈的老人	55-65岁的无同住人，或同住人仅有配偶的人群

## 研究背景说明-受访对象基本结构形态



HALEON

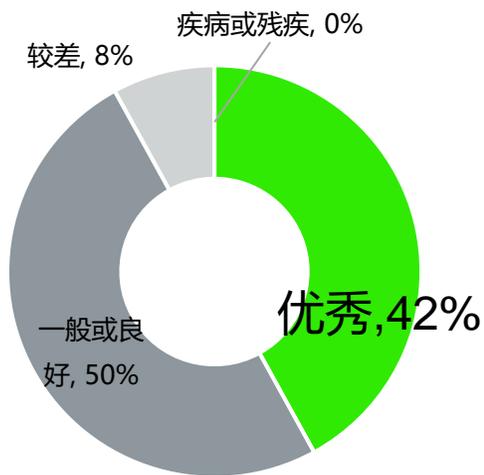


# 02 发现「主动健康」

国民主动健康行为总体表现

# 国民健康主观普信，但与行为表现及客观事实形成反差

**超四成** 国民  
健康状况 **自感** “理想”



基数: N=

人群细分上，年龄越轻的人群总体健康自评水平最高  
**随着年龄递增，健康水平逐渐下降**

单身/丁克		孩子父母		新银发		银发老人	
职场年轻人	中青年丁克	孩子爸爸	孩子妈妈	新银发男	新银发女	非空巢老人	空巢老人
72	49	208	204	123	130	137	106

A2请问以下哪个叙述最符合您目前的健康状况？（优秀或良好/一般或良好/较差/疾病或残疾）

## A MATTER OF FACT:

**WHO: 全世界真正健康的人仅占5%**

患病占20%，75%的人处于亚健康状态

中国心血管疾病现患人数3.3亿，其中高血压患病人数高达2.45亿，达标率仅有16.8%。

——《中国心血管病报告2022》

中国男性约41.1%超重或肥胖，女性中，这一比例为27.7%。整体人群中，最常见的肥胖相关并发症是脂肪肝、糖尿病前期和血脂异常。

——《中国肥胖患病率及相关并发症》

中国有97.2%的居民存在膳食钙摄入不足风险。中国居民膳食钙、维生素A、维生素B1、维生素B2、维生素C摄入不足的风险均为农村高于城市；铁和锌则为城市高于农村。

——《2015-2017年中国居民能量和主要营养素的摄入状况》

国民健康主观普信，但与行为表现及客观事实形成反差

## 主动健康的三大代表力

### 良好的生活方式

最大程度上代表主动健康

68%

作为影响「主动健康」最重要的行为，覆盖非外力限制的各类个人行为

注意个人或环境卫生  
注意饮食卫生安全  
戒烟限酒、避免二手烟  
注重营养均衡、保持规律进食  
合理安排作息、劳逸结合  
少油、少盐、少糖、节制饮食  
线上、线下多种途径主动了解健康信息  
注意日常饮食的热量摄入  
坚持规律且适量的运动或活动

### 积极投入健康措施

当下的非持续性的选择

24%

包括通过体检、额外补充的营养品以及轻微病症状况下进行自主非处方治疗的行为

每年定期体检  
会合理规范自主使用非处方药治疗常见轻微疾病  
合理且适度服用营养保健品

### 及时就医、遵医嘱

因“外部告知”的被动条件限制，通常不被认为是主动健康行为。但对“及时就医”的认知，也可被认为是主动健康

8%

包括感觉身体不适或者确诊后及时向专业人士寻求帮助的行为

疾病确诊后，严遵医嘱，积极规范治疗  
身体感觉异常后，及时就医或咨询专业人员

HALEON

基数：25-65岁普通人群所有样本 N=1008

• 本材料不做商业用途，受版权保护，如需使用，请联系赫力昂中国 china.media@haleon.com

# 国民健康主观普信，但与行为表现及客观事实形成反差

保持良好的生活方式是主动健康行为的重要表现

但除卫生相关行为以外的其它多项健康行为「总是」能做到的人群仅占

# 3-4成

「经常」或「总是」出现该健康行为的人群占比(%)



**营养素摄入：**尽管国民营养健康状况不断改善，但仍有一部分人群大吃大喝，或是不吃早餐，膳食纤维、水果、蔬菜和奶类的摄入量仍低于推荐量，出现微量营养素缺乏。全人群在微量元素方面缺乏最多的是维生素D。

——中国营养学会、中国疾控中心营养与健康所公开发布

**骨骼健康：**高脂饮食对骨量会产生负面影响，会增加老年人的钙排泄、降低骨折的机械强度，导致矿物质含量降低和抑制成骨细胞形成；高盐摄入会影响骨代谢，减少骨量和BMD，导致骨质疏松和骨折。

——第二届陕西省体育科学大会《运动与饮食干预骨质疏松患者的研究进展》

**运动不足**会导致多种健康问题，包括但不限于肥胖症、高血压、糖尿病、骨质疏松、焦虑症或抑郁症等。2022年国家出台《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，截至2023年底，经常参加体育锻炼的人数比例为37.2%。

——数据来源：国家体育总局

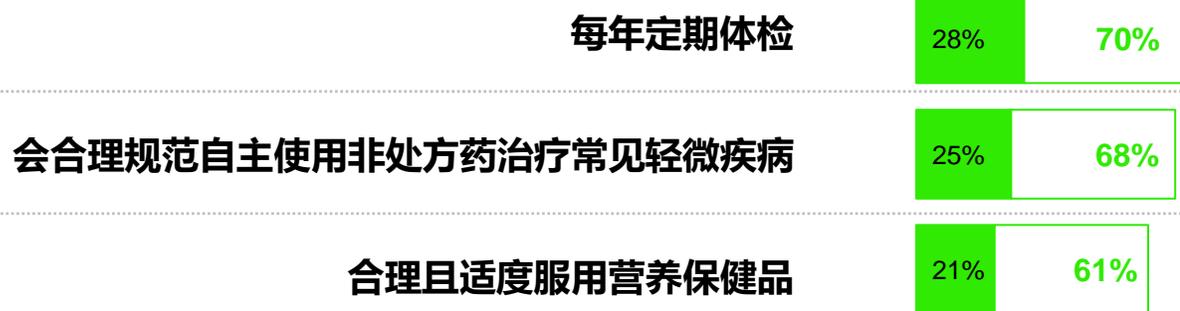
A1. 以下是人们用来描述自己生活方式和个人习惯的语句，请您对每个语句评估符合您自己情况的频度【从不（1分）/有时（2分）/经常（3分）/总是或一定这么做（4分）】

## 国民健康主观普信，但与行为表现及客观事实形成反差

**积极投入健康措施**是主动健康行为的“认识进阶”表现，能做到「总是」合理适度服用保健品、每年定期体检以及自主规范使用非处方药的比例较低**不到3成**，是**难以维持的主动健康行为**

### 「经常」或「总是」积极投入健康措施的人群占比(%)

总是/经常



《健康管理蓝皮书：中国健康管理与健康产业发展报告 No.5 (2022)》：2011年我国的健康检查率为25.47%，2016年达32.53%，2020年仅为30.52%。目前，我国健康体检覆盖率仍然较低。

《中国居民常见轻微疾病家庭健康管理意愿及行为调查报告》：对于轻微疾病，如感冒、轻微过敏、皮肤问题以及疼痛，表示较为愿意进行居家自我诊断者所占比例较高，达50.9%，但较为相信自身可以管理常见轻微疾病者所占比例仅为17.7%。

艾媒数据中心 / Euromonitor / 欧睿数据：我国各年龄段保健品渗透率均远低于美国。2022年我国人均年度保健品消费额仅为38美元，远低于日本、美国等国家，具备较大的提升空间。

“

我会适当吃一些保健品，光靠药是不够的，保健品有些温和的东西，适当补充适合自己的保健品，比如心血管问题，药物只能治标不能治本，低密度脂蛋白太高的话适当吃一些高含量鱼油、OMEGA3，对于改善心血管也是有帮助的。

——上海，陈先生，63岁，一代家庭

”

## 国民健康主观普信，但与行为表现及客观事实形成反差

**“及时就诊、遵医嘱”健康行为** 虽然仅占「主动健康」行为代表力8%，但是**超三成**能「总是」做到遵医嘱规范治疗疾病、感觉身体异样即时就医或咨询，**遇到健康问题后的应对表现积极**

「经常」或「总是」**及时就医、遵医嘱**的人群占比(%)

总是/经常

疾病确诊后，严遵医嘱，积极规范治疗

34% **80%**

身体感觉异常后，及时就医或咨询专业人员

32% **78%**

“我生病了就直接挂一个专家号，专家就给我讲解，也能给我开药。身体小问题都可以自己解决了，感冒的话就是直接在药店买药，咨询一下药店店员，就可以解决了。”

——武汉，罗女士，61岁，三代家庭”

# 健康未来时，「健康获益」和「健康威胁」影响人们主动健康行为

人们对**未来的期待和担忧**成主要影响因素，认为采取主动健康行为是一种**对未来的投资**，人们坚信主动健康可以**“提高未来生活质量，拥有更好的人生成就”**和**“避免威胁未来的健康免受疾病困扰”**

## 「健康利益感」

 非常符合/比较符合



B3. 【健康利益】您会出于哪些原因采取「主动健康」行为  
根据自身情况进行打分（5分-“完全符合”，1分-“完全不符合”）

## 「健康威胁感」

 风险非常大/风险比较大



B1. 【健康威胁】如果不采取主动健康行为，可能会会导致各方面的风险  
根据自身情况请对以下列出的风险进行打分（5分-“风险非常大”，1分-“风险非常小”）

# 家庭的纽带，贯穿「健康效能感」、「健康利益感」和「健康威胁感」三条脉络

**家人的支持与陪伴**，既是主动健康行为的**内在动力**，也是健康获益的**外在表现**，**家人支持**和**支持家人**对主动健康行为**同样重要**

我觉得我在这个家庭里面是处于主导地位的，可能只有我通过我自己的学习我才可以辐射到最亲近的人，让他们去知道原来健康是这么重要的，原来我是可以带动他们的。

——绵阳，李女士，42岁，三口之家

## 「健康效能感」

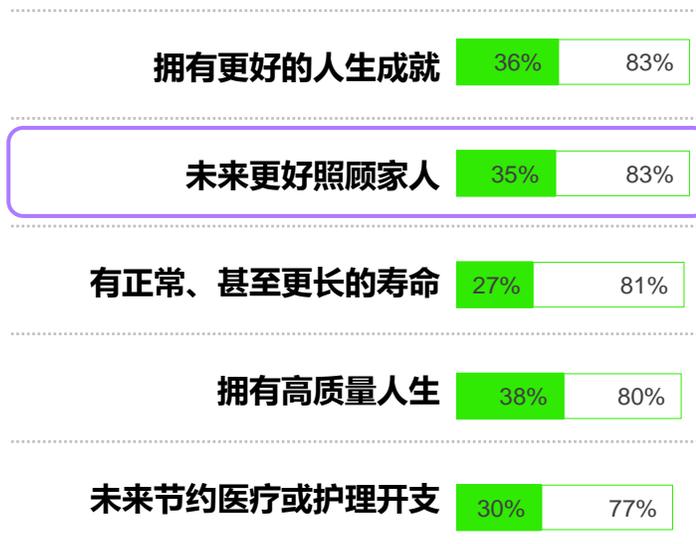
非常符合/比较符合



B2. 【健康效能感】根据您本人采取「主动健康」措施的信心情况进行打分（5分-“完全符合”，1分-“完全不符合”）

## 「健康利益感」

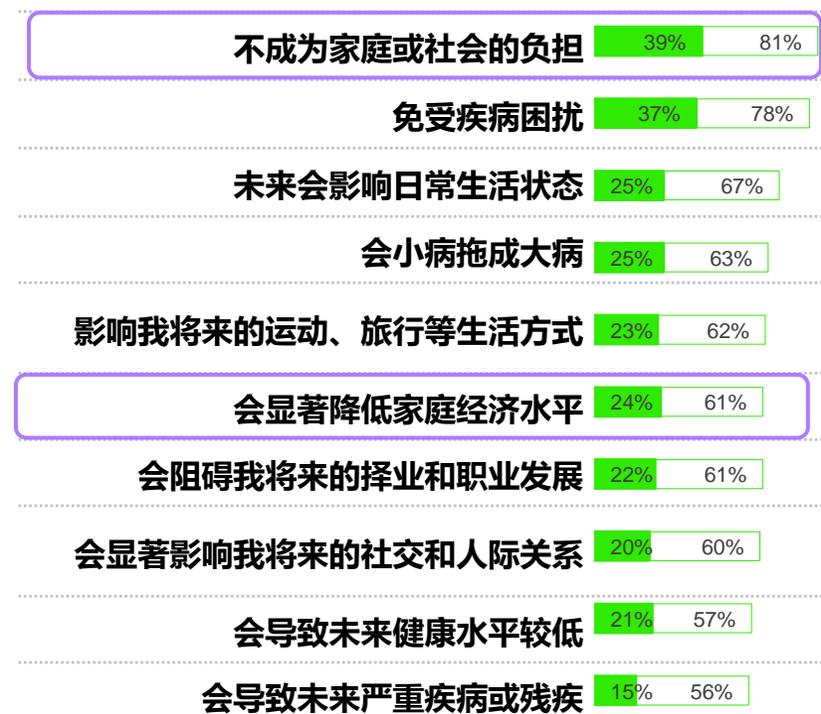
非常符合/比较符合



B3. 【健康利益】您会出于哪些原因采取「主动健康」行为根据您自身情况进行打分（5分-“完全符合”，1分-“完全不符合”）

## 「健康威胁感」

风险非常大/风险比较大



B1. 【健康威胁】如果不采取主动健康行为，可能会会导致各方面的风险根据自身情况请对以下列出的风险进行打分（5分-“风险非常大”，1分-“风险非常小”）

HALON

# 「健康障碍感」蚊鸣于耳，虽轻却扰人心

健康障碍感对主动健康行为决策的影响虽小，但人们因**经济、时间、知识限制、产品供给、心理障碍**等客观因素阻碍主动健康行为的现象仍需引起重视

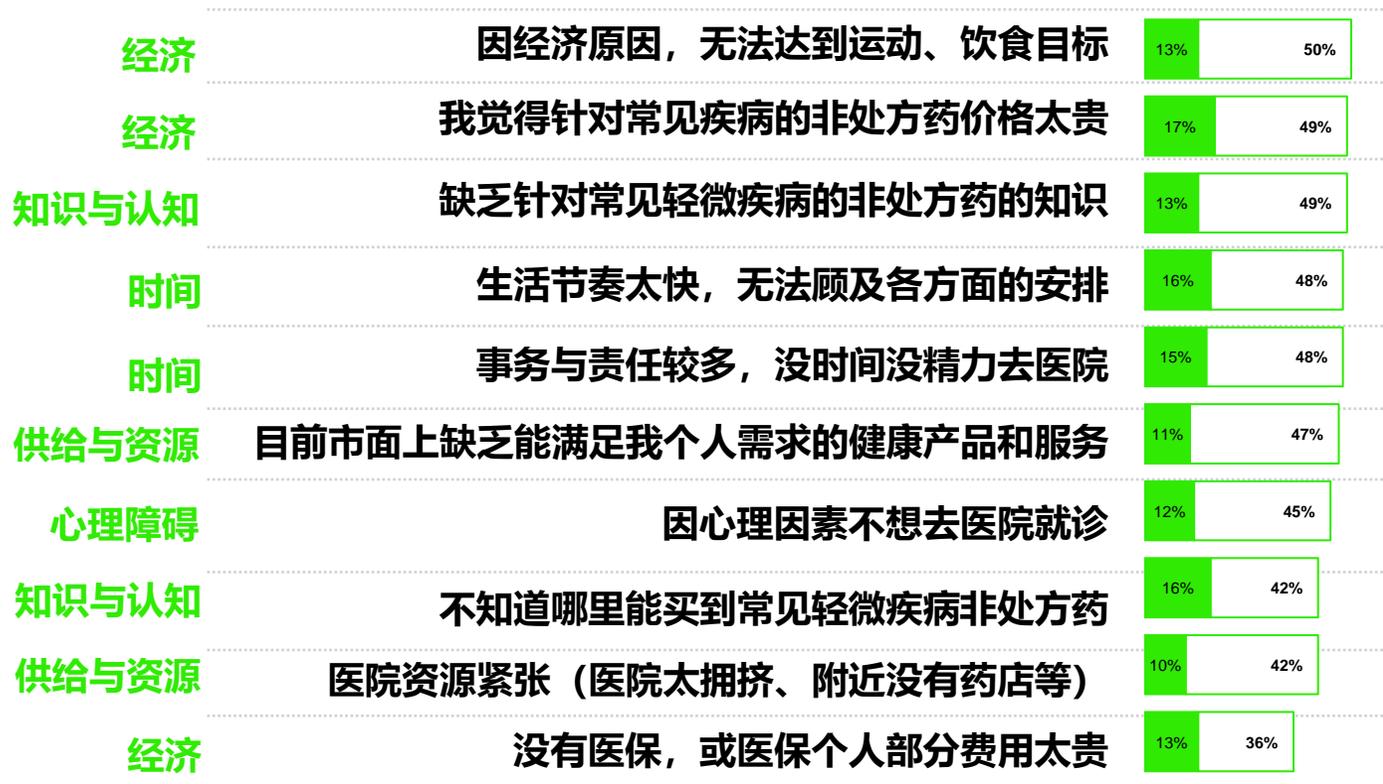
## 我没有采取主动健康行为，是因为...

“我的健康不是特别的理想，是因为我作息时间。我现在已经在奔40了，生活习惯可能不是特别的好，睡眠不是很好，经常有时候会出去应酬，喝酒，然后就是熬夜。

——武汉，胡先生，与父母同住

”

非常符合/比较符合



## 研究发现

### 「主动健康」三七定律

- **意识:** 「主动健康」近七成源于良好的生活方式, 积极健康措施和主动就医仅占三成
- **行为:** 七成以上的人认为自己可做到「主动健康」行为, 但长期坚持做到的不足1/3

### 「主动健康」是一种长期主义行为, 是对未来的投资

- **意识:** 人们之所以选择主动健康, 既是对未来健康的投资, 也是在规避未来的健康风险

### 「主动健康」为自己, 也为家人

- **行为:** 家庭因素一定程度上影响了人们是否愿意采取「主动健康」行为, 人们期待「主动健康」行为的实践能够赋能家庭生活质量

### 「主动健康」需破除经济、时间、知识、资源、心理障碍等客观因素桎梏

- **意识:** 客观环境因素对个人和群体的健康行为影响虽不显著, 但间接上放缓了人们追求「主动健康」行动的速度



HALEON

# 03 解锁「主动健康」

国民主动健康行为分人群表现

# 纷繁多样的「健康」行为、样貌和语录

年轻职场人



**青春资本家**  
年轻无所畏惧

28岁以下打工族，或  
34岁以下单身未婚

中青年丁克



**健康主动派**  
为自己都舍得

45岁以下已婚无孩

孩子爸爸



**下大棋宝爸**  
多亏我看得远

45岁以下已婚有孩的  
男性

孩子妈妈



**实干家宝妈**  
家里没我不行

45岁以下已婚有孩的  
女性

新银发男



**健康门外汉**  
这些我都知道

45-54岁的男性

新银发女



**自我疗愈师**  
先绸缪很重要

45-54岁的女性

非空巢老人



**长寿祈愿星**  
活好才能享福

55岁以上，与儿女同住  
或需要照顾孙辈的老人

空巢老人



**孤单老人家**  
老来多病是常事

55-65岁的无同住人，或  
同住人仅有配偶的人群

# 活在当下的年轻职场人



## 年轻职场人

## 调研数据主要发现该群体：

- 依仗年轻资本，对健康关注稍显不足
- **对未来健康威胁的感知较低**
- 不注意饮食健康，缺乏规律运动
- **忽视体检警报，忽视长远生活质量**
- 节奏快、事务多成阻碍健康最大因素

### ■ 以下数据均为非常符合

- 仅23%的年轻人出于对未来节约医疗或护理开支的考虑，采取主动健康行为
- 仅23%的年轻人能够注重营养均衡、保持规律进食
- 仅13%的年轻人认为如果不主动采取健康行为，会影响未来生活状态
- 仅10%的年轻人认为如果不主动采取健康行为，会显著降低家庭经济水平
- 仅18%的年轻人能够坚持规律且适量的运动或活动
- 仅27%的年轻人能做到每年定期体检

青春资本家

年轻无所畏惧

年轻职场人中，广泛存在的不良生活习惯主要包括：久坐缺乏锻炼（78.4%），熬夜（72.6%），以及不规律的饮食习惯（40.0%）。

不到半数的受访职场青年有定期体检的习惯，近百分之十的人生病后才想起体检。发现健康问题后23.14%的人不想直面问题，“拖延”是他们的策略之一。

——后浪研究所《2023年轻人养生报告》

——中国青年报《2023职场青年健康状况图鉴》

# 年轻是TA们的资本，容易忽视健康问题

HALEON

• 本材料不做商业用途，受版权保护，如需使用，请联系赫力昂中国 china.media@haleon.com

## 为健康主动投入的中青年丁克



### 中青年丁克

### 调研数据主要发现该群体：

- 健康表现、健康利益和障碍感知全面优异
- 自律自控表现出色
- 期待未来高质量生活、更高人生成就
- 担心健康因素影响未来职业发展
- 就医存在心理障碍
- 关注健康类社会新闻，受医生/医院渠道影响

■ 以下数据均为非常符合

- 基于良好的生活方式、积极投入健康措施、及时就医遵医嘱的多数回答中，丁克群体自评“总是”的比例，位列年龄段人群前茅
- 健康利益感调研中，47%的中青年丁克期待“拥有高质量的人生”
- 35%的中青年丁克担心健康因素对未来职业发展的影响
- 26%的中青年丁克认为“因心理因素不想去医院就诊”
- 分别有36%及37%的中青年丁克因社会新闻、医生/医院的触发因素采取主动健康行为

健康主动派

为自己都舍得

全国家庭 0-17 岁孩子的养育成本平均为 53.8 万元，育龄家庭养育孩子，除了要付出直接的财务成本以外，还需要付出大量的时间成本和机会成本。

——育娲人口研究《中国生育成本报告2024版》

TA们将更多的财力和精力放在自己身上  
无论是对生活品质的追求还是自我健康管理

HALEON

• 本材料不做商业用途，受版权保护，如需使用，请联系赫力昂中国 china.media@haleon.com

## 着眼于家庭未来的孩子爸爸和当下支持家人的孩子妈妈



比如说我家小孩长身体，他相对来说要多一些补钙的，然后吃一些维生素。

——辽阳，赵女士，30岁，三口之家



### 孩子爸爸 调研数据主要发现该群体：

下大棋爸爸  
多亏我看得远

- 注意个人卫生、饮食健康、劳逸结合
- 积极获取健康信息，选择适合服务和产品
- 希望自己未来能够更好的照顾家人
- 生活节奏快，无暇顾及各方面安排

- 孩子爸爸“注意个人或环境卫生”，能够做到“少油、少盐、少糖、节制饮食”和“合理作息、劳逸结合”的孩子爸爸分别占32%和39%
- 38%的孩子爸爸会通过“线上、线下多种途径主动了解健康信息”
- 43%的孩子爸爸希望在“未来更好地照顾家人”
- 26%的孩子爸爸认为生活节奏太快，无暇顾及各方面的安排

■ 以上数据均为非常符合



### 孩子妈妈 调研数据主要发现该群体：

实干家宝妈  
家里没我不行

- 关注营养均衡，忽视规律运动
- 发现健康问题及时咨询专业人员
- 责任与事务较多，影响及时就医
- 对“拥有高质量的人生”期待不高

- 39%的孩子妈妈在日常生活方式中更关注“营养均衡、规律进食”，但仅26%的该人群能够坚持“适当、规律的运动”
- 41%的孩子妈妈在“身体感觉异常后，及时就医或咨询专业人员”
- 60%的孩子妈妈完全或比较同意“责任与事务较多，没有时间和精力去医院”
- 仅34%的孩子妈妈希望“拥有高质量的人生”，明显低于孩子爸爸的41%和新银发女38%

■ 以上数据除特别说明，均为非常符合

参与带娃的父母主要育儿行为中，除了日常的陪玩及运动，父亲角色贡献主要体现在经济支持上，与此同时母亲角色则在生理、心理健康照料上有相当高的贡献。

——艾瑞咨询《2022年中国家庭科学育儿洞察白皮书》

父亲工作压力较大，生活中更注意管理自己  
母亲分工多放在家庭，并管理父亲日常行为

# 知足独乐的新银发男与未雨绸缪的新银发女



## 新银发男 调研数据主要发现该群体：

- 缺乏自律性，饮食卫生、戒烟戒酒、劳逸结合等方面表现较差
- 对健康的警戒性差，更依赖固有观念，难以被周边人或事件触动
- 对比孩子爸爸，新银发男健康表现全面下降，在自律和积极健康措施方面尤为明显

健康门外汉  
这些我都知道

- 在饮食卫生、戒烟限酒、劳逸结合方面，新银发男数据分别为27%、23%、16%
- 在健康威胁相关调研中，新银发男对健康风险认知比例较低，即使“身边有认识的人采取一定的健康措施”，也仅有17%的该群体会被触发采取主动健康行为
- 全年龄段及人群中新银发男最“缺乏针对常见轻微疾病的非处方药的知识”，比例为16%，对保健品的警惕性相对其他人群较低

■ 以上数据均为非常符合



## 新银发女 调研数据主要发现该群体：

- 戒烟戒酒，规律运动
- 担心健康状况对家庭经济情况的影响
- 对保健品的接受度高
- 轻微病可以自主用药
- 健康表现、健康利益感知全面优于新银发男

自我疗愈师  
先绸缪很重要

- 39%的新银发女总是能够做到“戒烟限酒”，28%的该群体能做到“规律且适量的运动”，为全人群最高数值
- 36%的新银发女更认同健康状态“会显著降低家庭经济水平”，比例为全人群最高
- 与新银发男类似，新银发女对于保健品的警惕性相对其他人群较低
- 27%的新银发女“能及时、且正确地进行轻微病的自主用药”
- 43%的新银发女认同主动健康可让其拥有高质量的人生

■ 以上数据均为非常符合

中老年女性在医养保健月均消费3,000元以上的占比区间明显较高。可见，在中老年群体中，女性仍然掌控的较多的消费支出，是重要的消费决策人。

——《2023年中国中老年市场白皮书》

## 新银发男女对保健品整体接受度较高 但在主动健康行为的坚持上，女性表现更好

# 期待晚年生活的非空巢老人和全面收缩亟待关注的空巢老人

“

我会看些短视频，尤其是健康方面的短视频，还有这社区的讲座，然后电视上面健康（相关的节目）我也会看。——武汉，罗女士，60岁，非空巢老人

”



## 非空巢老人 调研数据主要发现该群体：

- 接触健康信息后，较难触发后续的主动健康行为或选择健康产品和服务
- 不受时间、经济、资源困扰，渴望长寿，对健康威胁感知较高

长寿祈愿星

活好才能享福

- 除“家人推荐”和“体检报告指标异常”外，外部因素都较难触发非空巢老人的主动健康行为，仅有20%的非空巢老人会因为专业渠道“医生/网络医生/院内海报/院内宣传手册”的触动采取健康行为
- 非空巢老人对未来生活健康、质量以及社交的关注在全人群中多处于靠前位置，仅有不到20%的非空巢老人会考虑“经济、时间或资源限制”而不采取主动健康行为

■ 以上数据均为非常符合



## 空巢老人 调研数据主要发现该群体：

- 生活难以自律自控
- 全面收缩：对健康利益和威胁均不敏感
- 与外界信息不敏感，难以被商业渠道触发
- 健康知识缺乏、医疗资源的利用能力相对较差

孤单老人家

老来多病是常事

- 仅有15%及14%的空巢老人自评能长期做到“营养均衡、规律进食”以及“少油、少盐、少糖、节制饮食”
- 对未来生活质量、未来健康水平等的关注度整体较低；
- 因“社会新闻”及“实体/网络店铺及商业渠道”触发主动行为的空巢老人分别为19%及10%
- 仅27%的空巢老人“能及时寻求、并利用医疗资源或遵医嘱治疗”，为全人群最低

■ 以上数据均为非常符合

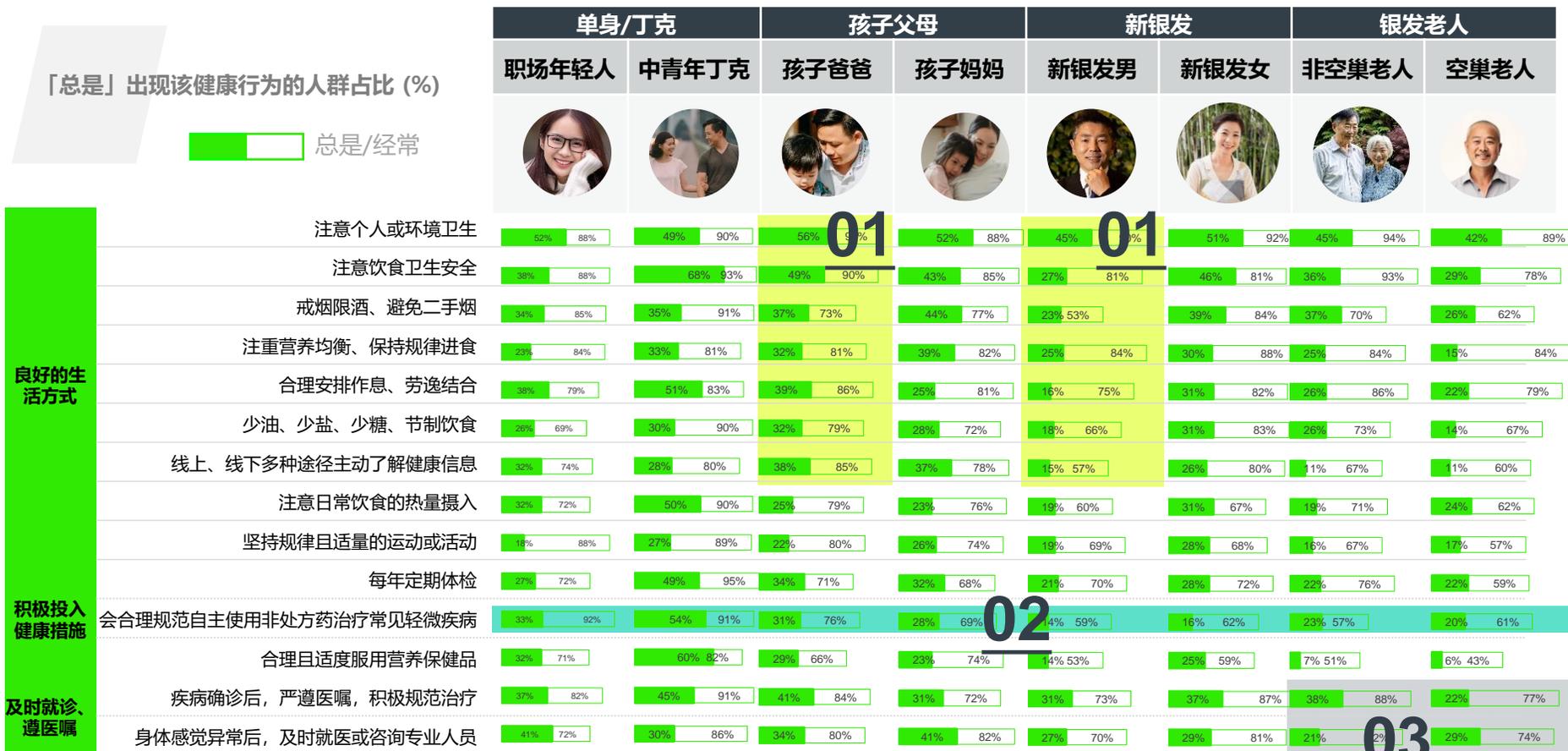
虽然互联网使用能够促进空巢老人身体和心理的健康，但老年群体中数字鸿沟现象普遍存在，互联网使用对空巢老人健康的积极作用受到现实条件的制约，需要进一步打破老年群体互联网使用障碍，构建老年友好型数字社会。

——《互联网使用对空巢老人健康的影响——基于年龄-时期-队列模型的分析》

## 健康信息易接触，健康行为相对难触发 社会需给予老年人更多关注和照顾

# 年龄代际和社会角色，影响人们「主动健康」的相关行为

不同标签人群「主动健康」相关行为数据对比之下，**年龄代际**的主动健康意识和行为存在明显差异



## 01 「新银发男较孩子爸爸健康全面下降」

新银发男和孩子爸爸相比，生活方式、健康措施和就医行为等呈全面下滑

## 02 「越年轻越倾向轻微病自主用药」

青年-中年人-新银发-老年人，在常见轻微病上自主用药比例高，一方面出于对自身健康的相对自信选择自治，一方面出于时间因素考虑

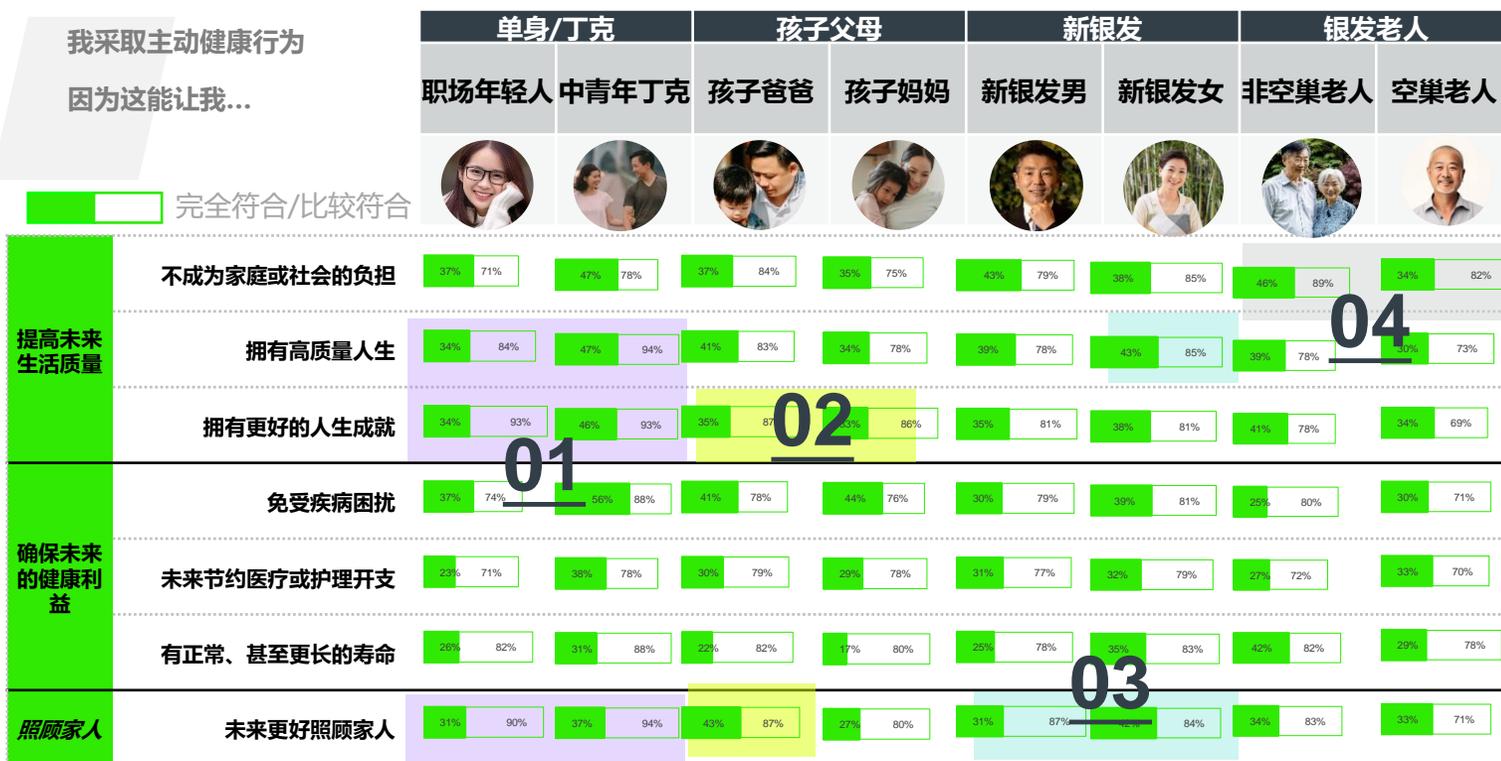
## 03 「老年人就医用药需更多帮助」

老年人在服用保健品、就医和遵医嘱治疗方面需要更多帮助

A1. 以上是人们用来描述自己生活方式和个人习惯的语句，请您对每个语句评估符合您自己情况的频度【从不（1分）/有时（2分）/经常（3分）/总是或一定这么做（4分）】

# 人们看重「健康获益」，但着眼点各自不同

不同标签人群「主动健康」相关行为数据对比之下，**尽管人们普遍着眼于未来生活质量**  
**但在健康获益上基于身份角色的不同**，细节表现上呈明显差异



**01 「年轻一代看重人生质量与人生成就」**  
职场年轻人和中青年丁克更注重追求高人生质量与成就，但同时也重视家人。

**02 「孩子爸妈追求人生成就与家庭并举」**  
孩子爸妈对拥有更好的人生成就也有期待，但低于中青年丁克。孩子爸爸希望未来可以更好的照顾家人。孩子妈妈对“拥有高质量的人生”期待不高。

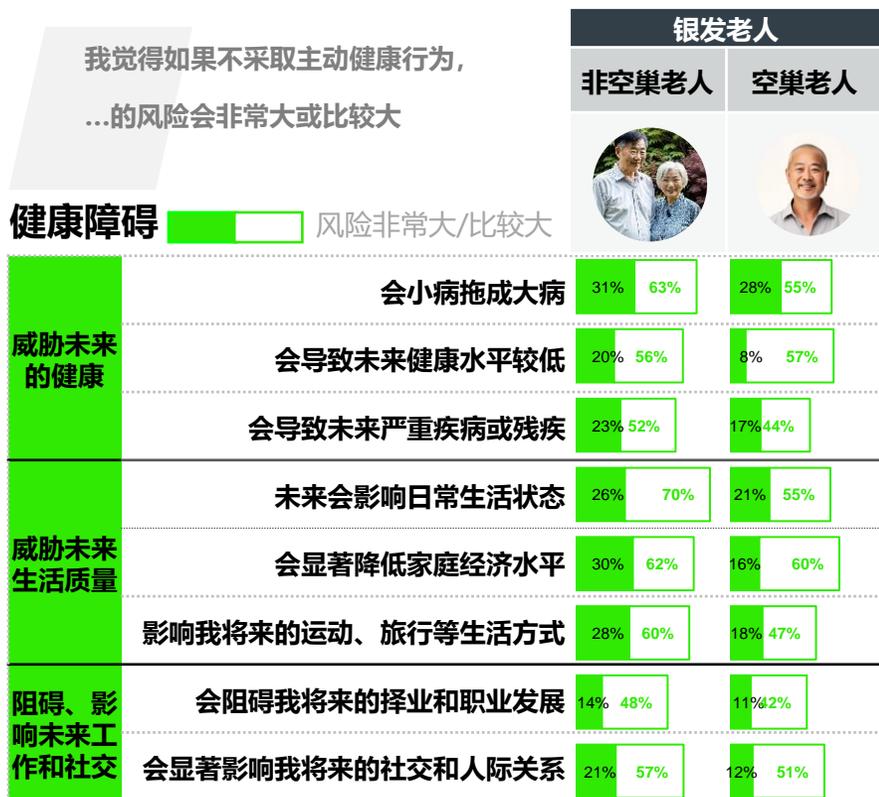
**03 「新银发男女更看重家庭」**  
新银发男女以未来更好的照顾家人为主旋律；新银发女对未来拥有高质量人生、更长的寿命的期待高于新银发男。

**04 「银发老人不想成为家庭或社会的负担」**  
银发老人不过多期待未来的高质量人生，不希望成为家庭或社会的负担；空巢老人更是处于全面收缩的人生状态。

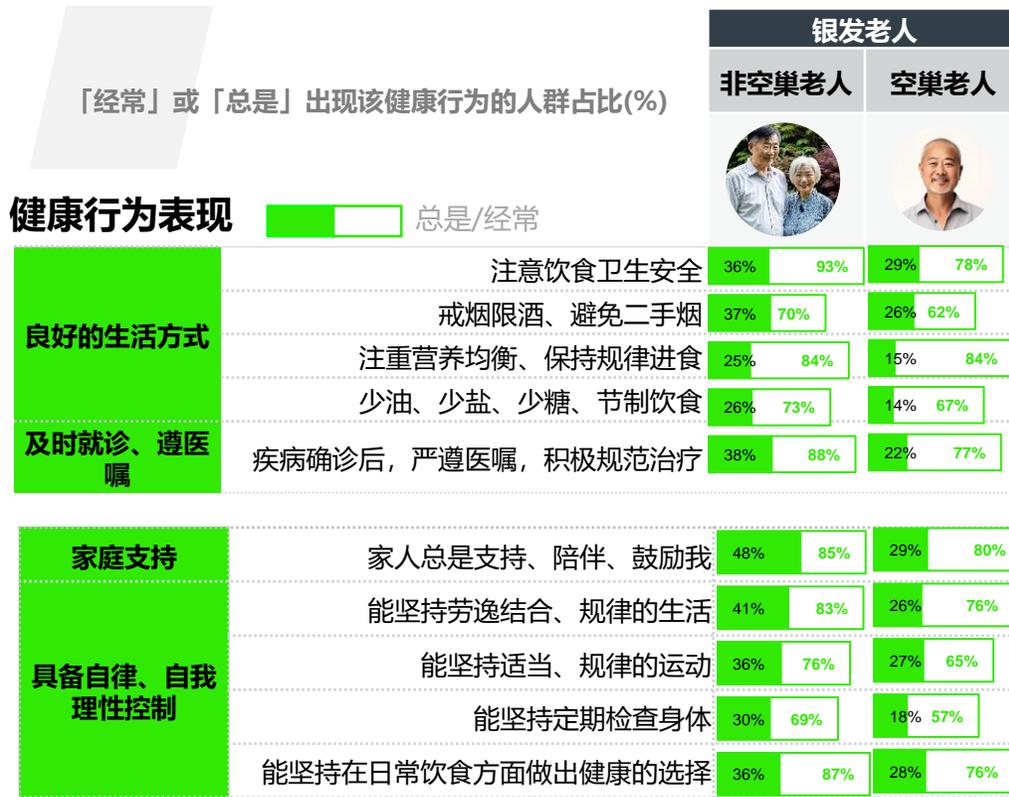
B3. 【健康利益】您会出于哪些原因采取「主动健康」行为，根据您自身情况进行打分（5分-“完全符合”，1分-“完全不符合”）

# 社会、家庭链接的缺失，或在一定程度上影响了空巢老人的健康观念

**空巢老人**呈现全面收缩的人生状态，对“健康威胁”感知偏低，**相对非空巢老人**在生活方式、自律自控、就医和家庭支持等整体表现差异较大



B1. 【健康威胁】如果不采取主动健康行为，可能会会导致各方面的风险，根据自身情况请对以下列出的风险进行打分（5分-“风险非常大”，1分-“风险非常小”）



A1. 以下是人们用来描述自己生活方式和个人习惯的语句，请您对每个语句评估符合您自己情况的频度【从不（1分）/有时（2分）/经常（3分）/总是或一定这么做（4分）】

“ 比如说脂肪肝，比如说虽然说有一些些血脂高，但是你如果不注意，不去防范的话，它就会变成心血管毛病。

——上海，杨先生，41岁，三世同堂 ”

# 来自内外的健康障碍：多重顾虑与生活压力

我没有采取主动健康行为，是因为...

## 健康障碍感

完全符合/比较符合

	单身/丁克		孩子父母		新银发		银发老人		
	职场年轻人	中青年丁克	孩子爸爸	孩子妈妈	新银发男	新银发女	非空巢老人	空巢老人	
经济、时间或资源限制	我觉得针对常见疾病的非处方药价格太贵	9% 57%	22% 54%	14% 52%	19% 53%	15% 40%	19% 55%	20% 42%	17% 46%
	生活节奏太快，无法顾及各方面的安排	19% 65%	28% 59%	26% 55%	17% 51%	11% 41%	11% 54%	9% 37%	7% 37%
	事务与责任较多，没时间没精力去医院	17% 62%	26% 53%	15% 49%	18% 60%	9% 45%	18% 51%	12% 34%	11% 39%
	因经济原因，无法达到运动、饮食目标	11% 54%	28% 65%	15% 59%	12% 63%	8% 35%	15% 48%	10% 35%	10% 37%
	没有医保，或医保个人部分费用太贵	1% 25%	3% 19%	21% 43%	15% 32%	11% 38%	12% 37%	12% 37%	6% 37%
知识限制的障碍	市场上缺乏能满足我需求的健康产品	17% 59%	21% 55%	12% 53%	12% 53%	9% 43%	11% 47%	5% 31%	12% 45%
	医疗资源紧张	11% 47%	16% 56%	9% 46%	10% 51%	8% 37%	11% 40%	8% 30%	15% 35%
	不知道哪里能买到常见轻微疾病非处方药	17% 57%	29% 58%	22% 49%	23% 49%	9% 37%	13% 43%	10% 28%	7% 28%
心理障碍	缺乏针对常见轻微疾病的非处方药的知识	11% 47%	11% 60%	15% 56%	18% 50%	15% 48%	11% 51%	13% 36%	11% 40%
	因心理因素不想去医院就诊	11% 44%	26% 53%	14% 52%	9% 52%	10% 41%	18% 52%	11% 27%	12% 34%
具备健康相关的知识储备	就医过程缺乏亲朋好友的陪伴和协助	7% 42%	16% 42%	11% 51%	14% 51%	12% 41%	14% 40%	10% 27%	8% 28%
	能及时寻求、并利用医疗资源或遵医嘱治疗	33% 81%	51% 90%	44% 78%	39% 83%	29% 84%	29% 78%	41% 88%	27% 72%
	能找到且充分了解关于保持身体健康的信息	27% 80%	39% 83%	35% 82%	31% 77%	16% 68%	24% 75%	18% 69%	18% 60%
	能判断和购买适合自己的健康产品和服务	26% 79%	28% 86%	31% 80%	31% 81%	18% 69%	25% 68%	15% 60%	18% 66%
	能及时、且正确地进行轻微病的自主用药	17% 63%	29% 78%	21% 84%	18% 74%	23% 70%	27% 79%	24% 73%	25% 58%

B4. 【健康障碍】您出于哪些原因没有采取主动健康行为，根据您自身情况进行打分（5分-“完全符合”，1分-“完全不符合”。）

### 01 「中青年人群受时间限制」

更快的生活节奏，更多的事物责任，没有时间精力去医院成为中青年人群主动健康的主要障碍

### 02 「中老年人群对价格敏感」

中老年人群对处方药的价格比较敏感，经济原因成为其主动健康的主要障碍

### 03 「中青年丁克对去医院有心理障碍」

心理障碍成为中青年丁克就医的主要障碍，他们更倾向于寻求亲朋好友的情感支持与实际帮助

### 04 「空巢老人无法充分利用医疗资源」

空巢老人较难做到及时寻求医疗资源，遵医嘱治疗，缺乏健康知识储备成为该人群追求主动健康的主要障碍

# 行为趋于理性：担心药品保健品有副作用，但仍会合理使用

我没有采取主动健康行为是因为...

完全符合/比较符合

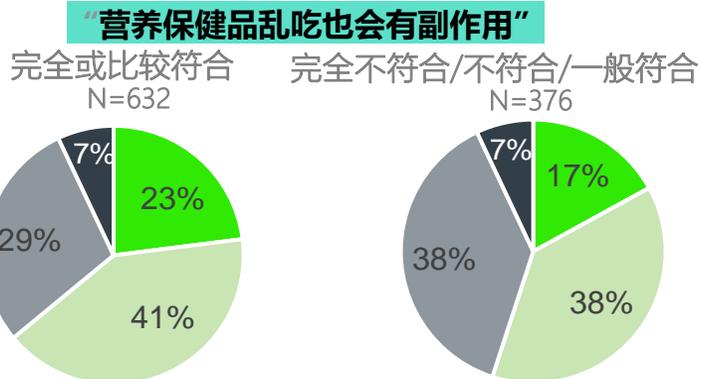
单身/丁克		孩子父母		新银发		银发老人	
职场年轻人	中青年丁克	孩子爸爸	孩子妈妈	新银发男	新银发女	非空巢老人	空巢老人

对滥用药品保健品的(过度)警惕	营养保健品乱吃也会有副作用	29% 77%	41% 74%	23% 62%	21% 59%	23% 63%	20% 65%	28% 62%	24% 57%
	我相信是药三分毒，不能随意自己用药	29% 74%	21% 71%	20% 53%	23% 56%	19% 66%	19% 64%	22% 62%	22% 59%
	常见轻微疾病没什么，可以忍受	21% 53%	40% 71%	16% 62%	14% 60%	14% 42%	17% 46%	14% 52%	18% 42%
	营养保健品的效果说不清，不一定有用	14% 67%	20% 70%	18% 58%	13% 51%	15% 54%	14% 47%	16% 52%	18% 54%

在完全或比较同意“营养保健品乱吃也会有副作用”的人群中，“总是和经常”合理且适度服用保健品的人占比较高

合理且适度服用营养保健品 (%)

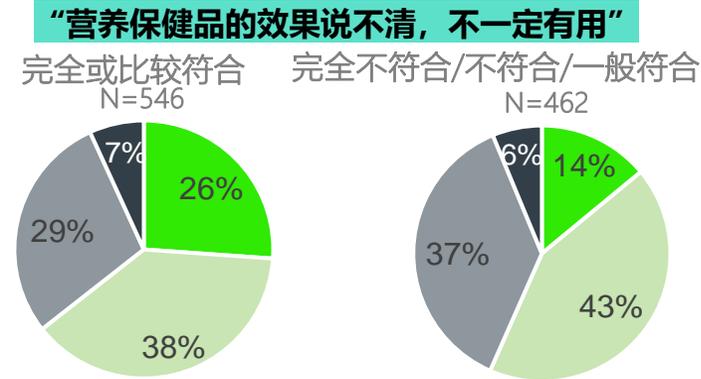
- 总是或一定这么做
- 经常
- 有时
- 从不



在完全或比较同意“营养保健品的效果说不清，不一定有用”的人群中，“总是和经常”合理且适度服用保健品的人占比较高

合理且适度服用营养保健品 (%)

- 总是或一定这么做
- 经常
- 有时
- 从不



B4. 【健康障碍】您出于哪些原因没有采取主动健康行为，根据您自身情况进行打分（5分-“完全符合”，1分-“完全不符合”。）

# 不同人群触发因素与信任度有关，同样值得关注

「主动健康」行为在日常情况下最重要的触发因素：**受家人朋友推荐、体检报告异常、身边人健康问题**；商业性渠道（实体及网络店铺、信息渠道）的信任度有待提升，科学宣传主动健康理念，可增加国民「主动健康」的触发机会

“用各方面的综合信息来综合自己，比如说你这个网上的信息要综合自己，考虑到自己的情况，其实我觉得听听多数人的意见还是正确的。就是我觉得现在信信息量还是不够，有些问题查有些也不一定查得到。”

——上海，陈先生

我采取主动健康行为是被这些触发...

完全同意/比较同意

		单身/丁克		孩子父母		新银发		银发老人											
		职场年轻人	中青年丁克	孩子爸爸	孩子妈妈	新银发男	新银发女	非空巢老人	空巢老人										
家人朋友	家人朋友推荐	30%	78%	30%	77%	29%	80%	31%	80%	26%	81%	28%	72%	34%	80%	30%	74%	30%	76%
	身边有认识的人采取一定的健康措施	21%	71%	21%	75%	24%	73%	24%	73%	22%	74%	17%	62%	25%	72%	19%	74%	18%	63%
健康警报	体检报告里有指标异常	31%	75%	18%	67%	30%	69%	32%	79%	28%	72%	31%	76%	36%	76%	33%	76%	29%	71%
	自身身体不适等生理反应	20%	67%	13%	60%	28%	60%	16%	74%	14%	72%	20%	58%	26%	73%	21%	63%	28%	65%
	社会新闻上看到，或身边有人发生疾病、或相关健康问题	27%	61%	22%	56%	36%	75%	34%	62%	34%	64%	14%	58%	28%	62%	24%	60%	19%	55%
专业或商业信息渠道	实体店铺或信息渠道/网络店铺或信息渠道	20%	66%	16%	66%	30%	67%	26%	80%	27%	81%	16%	62%	21%	66%	12%	52%	10%	40%
	医生/网络医生/院内海报/院内宣传手册	26%	64%	18%	66%	37%	84%	32%	74%	34%	77%	18%	54%	32%	64%	20%	49%	16%	52%

01 年轻群体主要受家人朋友推荐、身边示范影响，容易忽视自身身体不适情况以及提交报告指标异常

02 孩子父母：更易受医生、院内海报等专业渠道，或店铺等商业信息渠道影响

03 中青年丁克易受专业渠道信息、社会新闻、和身边人健康问题的影响来触发主动健康

04 新银发男除了受体检报告影响而关注自身健康，从各方面都不容易被触发，包括身边人和新闻事件

C1.【触发因素量表】人们对开始采取主动健康措施有不同的触发因素。请对以下各种因素触发您开始采取主动健康措施的同意程度进行打分，5分代表完全同意，1分代表完全不同意。

HALEON

• 本材料不做商业用途，受版权保护，如需使用，请联系赫力昂中国 china.media@haleon.com



HALEON

# 04 健康自驱 主动破壁

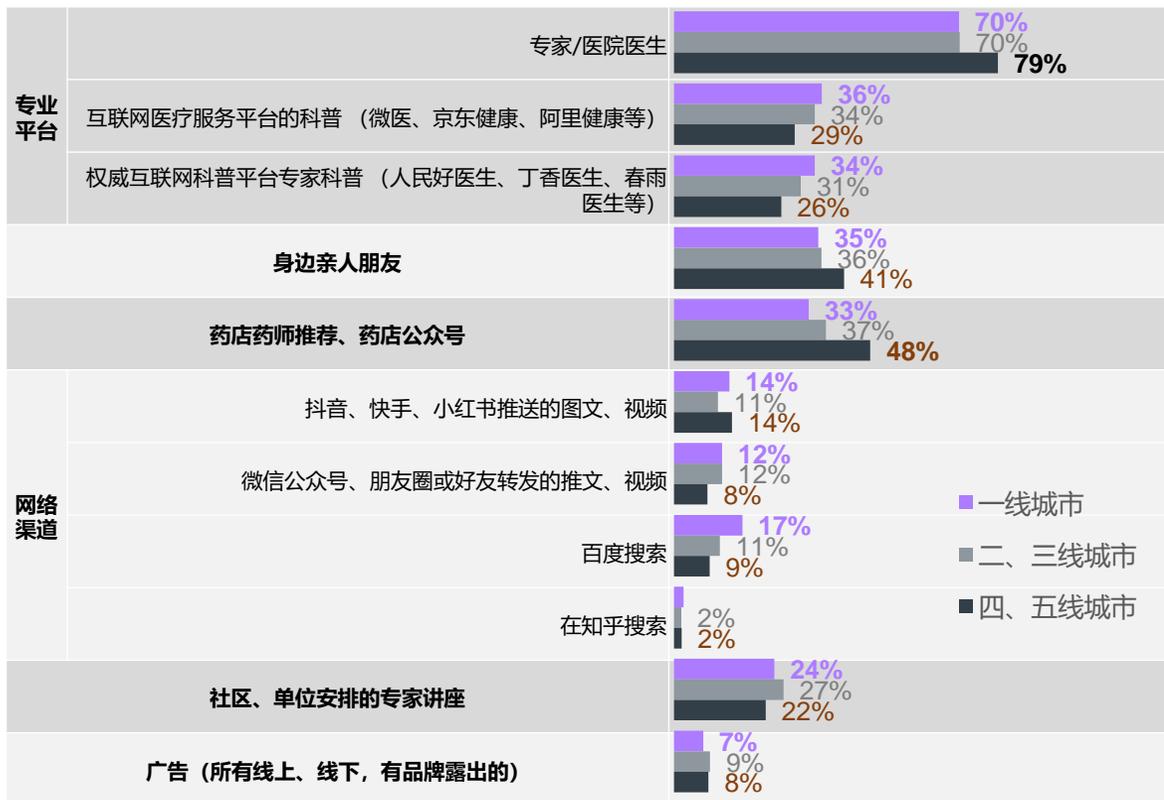
全场景触发 全面打破健康桎梏

# 全渠道全场景，全面触发健康信任

在所有级别的城市中，虽然**对专家、医院医生的信任度总是最高的**，

“ 我需要一些针对性的帮助，就是有人可以告诉我，针对孩子年龄段，我给孩子补什么效果会更好一点儿。但是医生的这种帮助，不是时刻的。你不能你今天去问，明天又去问。需要一个时刻能够帮助你的人或者是东西。

——辽阳，赵女士，30岁，三口之家



**高线城市：**医疗资源尤其是专家资源充沛，与低线城市相比，高线城市，更容易相信互联网平台

- 对**互联网医疗服务平台**和**权威平台专家科普**的信任度更高
- 网络信息渠道畅通，对**搜索引擎**的信任度更高。

**四、五线城市：**医疗资源相对匮乏，三甲医院覆盖率较低，人群对身边较为可及的“**药店渠道**”及“**亲人朋友**”的信任度明显高于一至三线城市。

C2. 人们对健康和健康措施有不同的信息来源渠道。请从以下列表中选择您一般了解健康和健康措施的信息来源渠道，并在其中选择最信任的3个信息来源渠道。

**HALEON**

• 本材料不做商业用途，受版权保护，如需使用，请联系赫力昂中国 china.media@haleon.com

# 普遍信任专家权威，新生代信任度倾向互联网

人们普遍对**专业平台、药店药师、亲人朋友**较为信任，不同人群对于**获取健康信息渠道信任度**情况同样存在显著的差别。



最信任前三个信息来源



# 全生命周期健康管理，满足不同人群个性化需求

从职场人士的心理健康支持到中青年家庭的定制健康服务，再到中老年群体的保健咨询和社区健康教育，每个阶段的人群都寻求符合其特定需求的健康解决方案

你希望市场能提供的健康新服务或产品是什么？

您在主动健康方面最希望得到的帮助是什么？

TA们说.....

\*内容来自1008个受访样本中、不同分类的人群较多提到的回答，仅对其中口语表述进行了整理总结

## 中青年：健康个性与定制化



- 健康管理咨询
- 心理压力的健康疏导



- 健康产品定制服务
- 定制健康计划



- 个性化营养定制方案
- 个性化的健康咨询和建议



- 免费给检查大病报销多一些压力小一些
- 提供更为个性化和便携的健康管理解决方案

## 中老年：服务可及，近在咫尺



- 提供科学全面的个性化医疗服务
- 比较权威可信的医疗咨询和健康跟踪服务



- 增加社区内的健康培训，能够掌握更多的健康知识
- 期待更有效的疾病预防产品和服务



- 多点宣传健康知识、给老年人上门体检
- 社区的定期体检，相关疾病的讲解，基本用药的相关知识



- 预防保健体检和健康咨询、价格合理、上门医疗
- 社区健康讲座、定期上门体检

### 对政府

1. 引导企业**合理定价**
2. 加强医保管理与调控，进一步提升**医保“含金量”**
3. 持续优化医疗产品审核审批工作，**提升市场准入速度**
4. 多举措开展**健康知识普及行动**，提升公众**自我健康素养**
5. 建立**全方位的健康社区服务体系**，提高社区精细化、精准化健康服务水平；优化资源配置和服务均衡性，**推动优质医疗服务“下沉”**

### 对企业

1. 正确引导公众对健康的认知，帮助公众**破除心理障碍**，提升**自我健康意识和能力**
2. 响应中国科协“积极搭建科学传播专家活动平台”，“积极探索通过网络搜索等新形式开展科普传播”号召，加强**开展多方合作健康科普**，助力公众**全方位提升健康素养**
3. 针对不同地域和不同人群，合理运用信任渠道实现**不同人群的精准触达**
4. 聚焦公众未满足的健康需求，以创新为驱动力，打造**多样化、定制化产品**；开拓**线上数字化服务平台**，提升公众健康管理效能



HALEON

# 05 全球智慧 本土实践

赫力昂，引领主动健康时代

## 赫力昂全生命周期健康矩阵，守护您的每日健康

# HALEON

### 赫力昂与主动健康项目背景

赫力昂将健康视为人类最重要的需求。此次推出《2024主动健康洞察报告》，藉由党的二十大报告部署的重要任务“把保障人民健康放在优先发展的战略位置”契机，旨在深入分析大众的健康行为，以加强其对“主动健康”的关注和认识，同时提升对主动健康手段、产品和途径的了解，做自己健康第一责任人，让健康更可达，更包容和更可持续。

### WHO 我们是谁

2022年7月18日，赫力昂（英文名：Haleon）（伦敦证交所/纽约证交所代码：HLN）完成从葛兰素史克（GSK）的分拆，正式成为一家独立的、全心全意专注于消费健康的公司。作为全球领先的消费健康公司，赫力昂始终秉承“以人为本，提升每日健康”的使命，努力消除人们在获得每日健康道路上的障碍。计划到2025年，每年额外帮助5000万人获得更多提升每日健康的机会。

### HOW 我们如何满足

我们在全球100多个市场为消费者提供服务。赫力昂在五大领域——**营养健康、口腔健康、疼痛管理、呼吸健康和皮肤健康**，拥有众多深受消费者和专家信赖的重点品牌，包括钙尔奇、善存、舒适达、芬必得、扶他林、新康泰克、百多邦、辅舒良、保丽净等，为消费者的自我健康管理提供支持与赋能。



# HALEON

## 践行健康包容性，赫力昂与您有个健康约定

### 健康包容性

这一概念强调在健康领域内对所有个体的全面接纳与平等关注，致力于消除健康障碍，确保每个人都能享受到必要的健康服务与资源。赫力昂秉持这一核心理念，坚决践行其促进健康包容性的承诺，通过健康知识科普、数字化工具应用、携手研究机构，改善健康行动等促进健康包容性，让每日健康更可达、更包容、更可持续。



## 推进公平性，关注特定人群健康

赫力昂特别关注乡村重点帮扶地区青少年、留守儿童、老年人、城市流动儿童、城市随迁儿童的身心健康，以不同的形式和议题，聚焦于推广健康教育、提高健康可及性等重点领域，为中国的青少年健康赋能。通过这些努力，赫力昂希望能够为每个人，无论年龄、性别或社会地位，提供平等的健康机会，共同构建一个更加健康和谐的社会。

### 禾苗守护计划



赫力昂与爱德基金会于2023年5月16日在云南省绿春县启动“禾苗守护计划”试点活动，通过健康课堂、课外互动、教师培训、社区宣讲、动画视频、健康物资发放等形式，关注乡村重点帮扶地区青少年的健康需要，赋能乡村青少年自我健康管理和健康成长，进而助力中国的乡村振兴与健康事业发展。

### “筑梦”系列行动



赫力昂多年来关注特殊群体的疾病管理以及精神需求，旗下品牌芬必得自2020年以来，借助品牌系列的沟通战役活动，将大山里老师们，孩子们跨越疼痛，不断追梦的故事，展现给消费者，同时也将严肃的疼痛管理概念融入通过浅显易懂的方式传递给消费者。通过联动公益生态力量，社会广大消费者，以及线上线下合作客户，芬必得提供了不仅限于现代化教学设备、举办梦想营课程等活动，还有赋予力量的愈痛现场音乐会，从硬件改善到软件以及心智的提升，全方位帮助这些社会边缘的特殊群体愈痛，并联动社会各界力量助力他们解锁梦想、点亮梦想。

### 老年口腔健康促进行动



赫力昂旗下品牌保丽净和舒适达联合中国老年学和老年医学学会，中国牙病防治基金会共同主办了老年口腔健康促进行动-“千家万户，银龄健齿。活动紧密联合各社会组织、医疗机构走进社区，深度服务老年群体，改善老年口腔健康状况，通过基层医疗机构，覆盖10万名佩戴活动义齿的老年人，提高口腔健康防范意识，引导公众形成自我健康方式，希望未来覆盖更多活动义齿佩戴人群，让百万老年人重获笑容。

### 阳光成长行动



赫力昂旗下品牌钙尔奇携手联劝公益，响应《健康中国行动2030》对中小学生体育活动、自然光接触时间设定明确目标，引领、赋能并践行中国儿童骨骼健康成长长期关键三部曲-户外活动、科学运动、科学营养，让中国儿童青少年拥有更开朗乐观的心态、更强健康的骨骼健康。

### 其他特定人群

赫力昂还通过一系列公益活动彰显其社会责任担当。比如支持微笑列车唇腭裂修复慈善项目，共筑唇腭裂儿童美好未来；联合达达快送、京东，为千名骑手馈赠健康礼包；联合爱德基金会向临港集卡服务中心“司机之家”捐赠75万营养品，惠及运输行业工作者；准备新年礼包致敬城市美容师；提供超过百万营养物资支持援青援藏及高原环保志愿者等。这些行动体现了赫力昂对于更广泛人群的关注，对支持他们获得每日健康生活的支持。

## 投入调查与科研

# 致力循证科学

# 支撑产品创新研发

### 始终致力于循证营养研究的复合维生素品牌

善存拥有40年循证研究历史，多项研究证实服用复合维生素矿物质3年，老年人认知功能衰退速度可减缓60%；补充复合维生素矿物质1年后即可产生改善，服用3年改善效果相当于提高3.1年记忆力。在中国，善存在2024年开始与三甲医院紧密合作科研，探索善存对免疫力特别是针对感冒流感防治效果的真实世界研究；钙尔奇也于2024年与三甲医院联合启动了全球首个在新冠患者中补充钙尔奇后评估骨密度提升效果的大型队列研究。

### 全面构建运动防护和运动损伤疼痛全程管理体系

赫力昂旗下品牌扶他林在国内16家临床研究中心开展“2%双氯芬酸二乙胺乳胶剂一天两次治疗急性踝扭伤”的三期临床研究，为中国运动损伤和肌肉关节疼痛人群提供更便捷、有效的治疗解决方案。

### 专业修复牙膏促进大众的口腔健康

赫力昂支持开展的第二次全国牙本质敏感和牙齿磨蚀流行病学调查研究结果显示：中国牙本质敏感患病率为36.7%；82.4%的18-39岁人群有不同程度牙齿磨蚀；赫力昂旗下品牌舒适达含有源自骨再生技术的生物活性玻璃NovaMin成分，抗敏感效果经全球10年20项临床研究2000多人验证，对牙本质敏感的预防及治疗具有重大的应用前景。

**HALEON**

• 本材料不做商业用途，受版权保护，如需使用，请联系赫力昂中国 china.media@haleon.com

## 深度洞察消费者行为

# 提供日常健康生活指导

### 痤疮白皮书

赫力昂携手中国康复医学会皮肤病康复专业委员会，聚焦青年痤疮问题，发布中国首个基于医患诊疗现状和患者需求编写的较为权威的专家科普类项目——《2024中国年轻群体痤疮外用药物治疗白皮书》，基于对全国多地区的临床医生和上千名痤疮患者的深度访谈和问卷调查，为年轻痤疮患者提供一套全面、实用的外用药物治疗指导，以破除普遍存在的认知误区，引导患者进行长期、规范化的外用药治疗。

### 膳食营养白皮书

2024年8月，赫力昂携手美团，依托在营养健康领域的专业洞察与美团对用户消费需求的观察，共同发布《健康“善”食白皮书》，深度解析白领群体饮食习惯与健康之间的关联，提供专业膳食营养建议与指南。

### 疼痛品类研究蓝皮书

2023年8月，赫力昂联合中康科技、美团买药、叮当健康，通过医生和患者访谈梳理和归纳中国疼痛市场现状，发布了《无痛中国疼痛品类研究蓝皮书》，树立疼痛品类行业标准，挖掘患者未被满足的需求，提升疼痛科普落地的效率。

### 义齿口护品类研究报告

2024年5月，赫力昂联合中国老年学和老年医学学会发起针对佩戴活动义齿人群的真实世界研究和临床研究，并将在未来发表大样本中国活动义齿人群使用保丽净假牙稳固剂的效果及功效临床研究数据，包括义齿固位性、稳定性、咬合力、咀嚼效率、边缘密闭性（阻挡食物嵌塞）、患者满意度和口腔健康相关生活质量（OHR-QoL）。实证情况将作为支持中华老年学会制定及发表义齿稳固剂团标的可行性报告。

## 聚合全域专家权威，提升全民健康素养

一直以来，赫力昂依托长期积累的专家资源，不断深化专业技能，强化学科建设，赋能专业人士的科普传播效能。同时，聚焦关键健康领域，以数字化技术应用驱动服务个性化与便捷化，赋能公众健康管理。作为健康生态构建者，赫力昂还通过学术交流与创新，推动产业进步，致力于提升全民健康素养。

## 专业数字化转型 聚力赋能专业人士

### “赫e帮”以数字化工具赋能基层医生及药店药师

为了更好地适应数字化时代的发展趋势，赫力昂推出了赫e帮数字化专业赋能小程序，作为专业人士值得信赖的每日健康管理好助手，旨在提供一站式的数字化解决方案，包括知识学习、技能提升、思教工具、用药参考、AI助手等等，通过与经销商的数字化战略合作，该项目将在未来三年赋能来自超过20万家诊所、卫生室及7.5万家药店的医生和药师。

### “好医家”打造网红医生，推动线上线下一体化大众科普

赫力昂“好医家”项目通过构建医生专属平台，助力医生个人品牌塑造与影响力提升，形成良性循环的互联网健康科普人才队伍与科普生态圈。至今，“好医家”项目已有60名三甲医院医生和200位药师参与，发布1600余条科普内容，覆盖13类常见慢性疾病及日常健康管理，吸引360万社交媒体粉丝，累计观看量超5570万次。

## 搭建专业人员交流平台，提升专家科普教育能力

- 早在2004年，赫力昂就与中华医学会骨质疏松和骨矿盐疾病学分会共同发起“钙素论坛”，至今已连续举办20届；并拓展至风湿、骨科、内分泌、妇产、产科、全科、运动医学、药学等9大领域的顶级行业学会持续合作，为约150万骨健康相关医护人员搭建了骨骼关节健康领域的行业先锋学术交流平台。
- 钙尔奇与中华医学会、中国医师协会、中国药学会、中国县域学会等合作伙伴，在中国多个城市开展的国家级面对面或在线活动，向全国及基层专业卫生人员提供培训教育，年度累计赋能超460万人次，助力骨质疏松分级诊疗及三级防控体系建设。钙尔奇与医师报合作，开展“全民骨力说”骨健康科普作品征集活动，征集1000+作品；善存与中国营养学会持续战略合作7年，并持续与中国医师协会，亚洲营养学会等开展医师培训，传递每日补充多种维生素与矿物质的循证营养可信科学，助力提升全民营养健康。
- 辅舒良与中华医学会、中国医师协会等合作，在耳鼻喉及呼吸领域开展面对面与在线会议形式，为全国医院的耳鼻喉科和呼吸科医生提供专业医学教育，并且同时面向广大基层医疗机构开展医生教育，提升呼吸及耳鼻喉疾病的诊疗能力。年度累计实现15000多位医生教育，赋能330万人次消费者。
- 百多邦积极与中华医学会、中国康复医学会等学会合作，以中国皮肤科发展三十年为契机，充分融动各级医院皮肤科医生，开展丰富多层面的教育活动，提升皮肤疾病诊疗能力，年度累计教育12000多位皮肤科医生，赋能180多万人次消费者。

HALEON

## 数智在手，轻松把握健康状态

作为消费健康领域的全球领先企业，赫力昂将数字化创新作为在中国发展的底层驱动力，通过人工智能、大数据分析等先进技术加强数字健康和解决方案的研发和创新，提高数字化服务的水平和质量，捕捉消费者个性化、多元化的健康需求，在六大领域（营养、骨骼、口腔、呼吸、疼痛、皮肤）为中国人提供动态化的健康支持解决方案，赋能消费者的自我健康管理。



### 个人健康管理，赫力昂推出数字化自测工具

**善存“彩虹营养指数自测”小程序**：将善存所倡导的“彩虹营养原则”简化、量化并可视化，只需不到1分钟，用户就能得到饮食状况分析和营养补充建议；

**芬必得/扶他林疼痛科普管理工具**：通过PK和快问快答的方式来帮助消费者正确认识疼痛，学习疼痛疾病相关的基础知识，掌握常见的止痛药用药指南；

**舒适达智能牙敏感检测**：了解敏感牙齿和口腔护理知识，随时随地掌握齿龈健康状况；

**银善存“大脑年轻态测试”小程序**：基于美国大学教授40余年潜心研究，借助大数据实现的认知健康早筛工具。该测试系统在中国持有4项软件著作权，其测试方法已被国内外多家医院和多个专业研究使用。赫力昂通过一系列的数字化自测工具，随时随地助力消费者进行日常自我健康管理。

HALEON

• 本材料不做商业用途，受版权保护，如需使用，请联系赫力昂中国 china.media@haleon.com

## 联合多方力量，共建大健康生态圈

赫力昂承诺积极推进健康公平性和可及性，通过深化消费者健康意识教育，加强自我健康管理能力的培养，激励个人采取更加积极主动的健康管理方式，让更多人获得提升每日健康的机会。为此，赫力昂支持了如无痛中国、骨动中国、健齿中国行等一系列社会责任项目，通过整合多方力量，汇聚专家智慧，推动健康知识的普及与共享，提升全民健康素养，帮助更多的人跨越健康障碍，共建中国大健康生态圈，引领未来健康生活方式。

### 骨动中国

赫力昂作为健康行动力的积极倡导者，一直大力推广跨年龄层的骨骼健康策略。

自2014年起，赫力昂通过“骨动中国”项目，联合专家、政府、医疗及基层医院、零售药店，联动线上及线下资源，在世界骨质疏松日开展骨骼健康知识公益科普教育，已惠及7亿人次。

深入全国超100城，为百万消费者提供专业咨询和免费骨密度检测，切实推动全民骨骼健康升级。

### 无痛中国

2023年，由中国健康教育中心作为指导单位，人民日报健康客户端作为媒体发起平台，赫力昂中国公益支持的“无痛中国行动”在北京启动。项目将通过组建权威专家团，共同构建国民疼痛教育知识平台，普及疼痛防治知识，力求在全社会范围内提升对疼痛的科学认知，推动疼痛学科的建设 and 公众健康习惯的转变。

2024年，无痛中国行动启动了“全民社区疼痛管理与促进项目”，汇聚百位疼痛及相关领域科普专家，搭建“无痛中国——社区服务专家团”，培训超万名社区卫生服务人员，深入基层，服务社区，以促进社区居民疼痛防治意识和社区疼痛管理服务能力提升。

为了壮大健康促进活动的规模，提升无痛中国行动落地的效率，赫力昂携手渠道伙伴组建生态联盟，共同打造疼痛防治教育生态圈。建立在对品类的深刻理解与洞察上，整合学术资源，利用数字化手段，实现专业赋能、疾病科普、观念重塑、服务升级。

### 健齿中国行

口腔疾病是影响我国居民健康的常见病与多发病，牙齿疼痛、敏感、松动等口腔问题严重影响大众的生活。

2023年开始，赫力昂联合中国牙病防治基金会，开展健齿中国行项目。第35个“全国爱牙日”，赫力昂中国旗下品牌舒适达支持举办“健齿中国行920口腔健康科普大会”，汇集各方力量，搭建口腔健康科普平台，提高全民口腔健康意识。

2024年，赫力昂联合中国牙病防治基金会，为千余名健康口腔推广大使发放包括一系列专业口腔健康宣教工具和体验产品，全面实施口腔健康行为普及行动；积极推动宣传“老年口腔健康促进行动”，通过基层医疗机构、义齿服务机构，覆盖百万佩戴活动义齿的老年人，以提高其口腔健康意识并培养良好的口腔护理习惯。在第36个“全国爱牙日”来临之际，赫力昂将再次联合中国健康促进与教育协会、中国牙病防治基金会、中华预防医学会健康传播分会等机构共同开展健康口腔专题项目。

## 卷尾语

让主动健康成为时代新标配

HALEON

### 健康自主，活力自得，“赫”您一起开启精彩人生

一直以来，赫力昂都致力于通过其全生命周期健康核心产品矩阵、不断投入调查与研究、积极践行企业社会责任行动、研发先进的数字化自测工具和提供个性化健康管理方案等创新实践，以帮助更多人跨越健康障碍，促进社会整体健康素养的提升。然而，主动健康不应仅被视为个体的义务，更应成为全社会共同追求的目标。

为此，赫力昂还将深受信赖的科学技术和对人类健康的理解相结合，利用数字化加快研发创新，更快更有效地与消费者进行沟通和健康教育，增强全社会对健康生活方式的理解与接受，提升国民健康素养。赫力昂携手科研机构、专家、数字化提供方和零售平台经销商等多方合作伙伴，共建大健康产业生态圈，实现优势互补，为消费者自主健康管理提供新价值，共同促进健康资源的均衡分配和健康教育的普及，携手构建一个无界、高效、个性化的健康守护系统。

通过这些努力，赫力昂希望能够为每个中国人，无论年龄、性别、地域或职业，提供科学、创新的自我健康管理方案与平等的健康机会，提升大众对主动健康的认知与践行，让每日健康更加可及、更具包容性和可持续性，并助力构建一个更加健康和谐的社会。



# Thank You



**HALEON**