



解锁活力生活 越来越多人人为健康消费买单

□文/图 本报记者 张敏

健身设施“遍地开花”，运动类应用风靡一时，推拿理疗与瑜伽课程成为时尚潮流，市场上也涌现出各种养生、低糖、低卡路里的健康食品选项……如今，随着大众健康意识的增强，与健康相关的消费新场景和消费产品如雨后春笋般涌现，消费者的健康消费追求也上升到新的热度并持续升温。

近日，“国家喊你来减肥”等相关的健康身材管理话题冲上社交媒体热搜榜单，“健身”也成为时下颇受欢迎的健康消费。

清晨7时，在潍坊高新区万声健康工场三楼的综合运动中心，相继有人前来健身运动。市民刘女士做完运动器械锻炼后，开始准备拉伸运动。“早起打卡健身，感觉一天元气满满。我长期坚持健身，平时还会约朋友打羽毛球等。每个月，我都会在健康管理上投资，坚信身体健康是一切的根本。”刘女士说。

傍晚6时后，该综合运动中心迎来人流高峰。羽毛球、乒乓球、篮球……球类运动区域活跃着众多人群，还有不少人在健身器材前排起了队。正在锻炼的王先生告诉记者：“最近体重管理成为热议话题，我注意到周围越来越多的人开始重视体重控制和健身锻炼。受此影响，我与同事们一同办理了健身卡，打算利用周末或是工作日下午下班后的时间一起来锻炼。”

万声健康工场品牌中心经理孙蔚介绍：“目前，工场会员达到13000人，会员复购率超过70%，增长率达30%。三楼是一整层的综合运动中心，这里的消费者也是相对最多的，每月承接人数达18000多人次。”

除健身外，心理健康消费也逐渐兴起。以心灵与身体双重疗愈为特点的新型健康消费模式正展现出强劲的发展势头。

“当颂钵敲击的震动声音传进我的耳朵后，感觉自己躁动不安的内心逐渐沉静稳定，堆积的压力也随着声音释放消散。我觉得这笔消费很值。”36岁的小静说，当压力大时，她就喜欢来到潍城区云婵颂钵疗愈SPA店进行身心放松。

在寒亭区益新街上的一家推拿馆内，接受推拿服务的消费者络绎不绝。馆内的两位推拿师几乎无缝衔接地忙碌着。“有时候预约的人数都排满了，可以看出越来越多的消费者注重健康方面的消费了。”该推拿馆负责人李玉杰说。

瑜伽馆、能量疗愈SPA馆、头疗养生店、心理咨询室……这些以心理健康和疗愈为主的店铺推动着健康消费向更加精细化、多样化的趋势发展。

主打健康养生和以售卖轻食为主的餐厅也应运而生，广受消费者青睐。奎文区的鸢都杏林食养厨房，以药食同源健康餐为主打，特色药膳炖汤、面食、简餐等，吸引不少消费者光顾。“常客多以中年消费者为主，比起特色美食菜，他们更愿意选择养生餐。”店内服务员告诉记者。

而年轻人在健康餐的选择上也有自己的喜好。在潍坊银座商城三楼的沙拉啦轻食店，以健康低卡为主打的墨西哥鸡肉卷搭配黄瓜、雪梨汁，成为该店销售最火的套餐。“作为朝九晚六的打工人，外卖吃腻了不说，体重还一路飙升，现在更倾向选择轻食，菜品丰富，营养又健康。”正吃午餐的一位顾客表示。

健康消费为提升消费品质和升级消费结构提供了广阔的空间，然而，这一新兴领域在发展过程中也出现一些问题。例如，市场上依旧存在虚假宣传、过度营销以及诱导消费等不良现象。要打造健康消费市场的良好环境，还需相关部门加强对健康消费行业的规范与指导。要深入开展全民健康素养普及活动，持续提升大众对健康消费的正确认识。商家也应当秉持诚信原则，向消费者提供诚信的产品和服务，共同维护市场的健康发展。

►鸢都
杏林食养厨
房药膳区



市民正在万
声健康工场综合
运动中心健身。

消费新图景

用品质与诚信破局 以“精”应变稳健前行

在竞争激烈的中国纺织业,王会彬从容应对新的机遇和挑战

繁花似锦、竞争激烈的中国纺织业，不仅是面料与时尚的PK，更是企业智慧与战略眼光的舞台。在行业大浪淘沙的今天，众多纺织企业不断寻找他山之石，以求从内卷中破局，位于潍坊经济开发区北城街道的潍坊锦天纺织有限公司（以下简称“锦天纺织”）依旧稳健前行，活力满满。3月31日，记者采访了锦天纺织掌舵人王会彬，他的从业经历以及经营理念为我们带来了全新的思考。

□文/图 本报记者 刘晓杰



王会彬展示公司的产品。

深耕细作,站稳国内外市场

“产品既要细水长流，又要引领市场。”3月31日上午9时，王会彬一语道破锦天纺织的核心竞争力所在，在竞争激烈的纺织行业，确保产品的持续生命力与创新力至关重要。

记者走进锦天纺织的纺织车间，一台台纺织机器正开足马力快速运转，工人穿梭于各类机器间，现场一派繁忙景象。“我们的订单已经排到7月份，根本不愁接不到订单。很多新老客户都找过来，我们有信心超额完成任务。”王会彬说。

从入局纺织领域的那一天开始，王会彬就给自己定下一个经营理念——以品质为基石，做“不同”。

1990年，刚刚大学毕业的王会彬来到一家纺织企业，从点滴学起。“大学学的是会计专业，到单位后，不仅要做好财务工作，还跟着学习管理、车间生产，那时浑身有使不完的劲。”王会彬说，在工作的十余年里，他积累了丰富的经验。2001年，34岁的王会彬辞职，准备创业。

从哪一行业开始自己的新赛道？王会彬有过迟疑，最终决定进入纺织行业，“之前的工作经历让我有足够的工作经验，也熟悉外贸出口的相关手续，于是着手创办公司。”王会彬说。2003年，公司成立了，靠着诚信经营的理念和精湛的技艺，从当初的两个人发展到如今的600余人，锦天纺织在国内外市场站稳了脚跟。

用品质说话,得到正向回馈

从购买原料开始，王会彬坚定贯彻“品质赢天下”的经营理念。他介绍，比如雪纺需讲求手感，而手感是由捻度决定的，捻度越高手感越好，但成本会越高。在大多数人都拿价格更低的原料时，王会彬却

有着自己的想法。

事实证明，正是因为对品质的严格要求，市场给王会彬带来了一个又一个的正向回馈，并且很多客户跟他处成了好朋友。

“现在我们的产品主供日本、韩国市场，因为品质过硬，深得国外客户的信赖。”王会彬说，说起与客户相处的原则，总结起来就是以真心换真心。“做生意其实很简单，两个字‘真诚’”。合作中，有客户对王会彬讲“跟你做生意，我晚上睡得着”。

做“全”还是做“精”，这是企业发展到一定程度后都要面临的选择。王会彬对专注的涵义有独特的理解，专注并不代表原地踏步，不开发新产品，而是在当前领域细作深耕。

时代在变,“以客户为导向”不变

近几年，在消费升级的推动下，行业的消费需求由“物美价廉”转变为“科技含量”“时尚风格”“绿色环保”，锦天纺织对高品质定位的坚守和对高端个性化面料的深耕，得到更多注重品质的合作对象的认可。

稳定的团队、稳定的品质、稳定的合作伙伴，锦天纺织扎实地走出了一条稳中求胜的道路。谈及下一步规划，王会彬表示，时代在变，不变的是“以客户为导向”的核心思想，以品质取胜，为客户创造价值。只要坚守这些原则，每个时代都有每个时代的机遇。

探寻经济活力
潍面孔