

# 特医食品正在从“产品”走向营养“解决方案”

## ——第七届“321 深爱你”特医节观察

■ 王忻

在健康中国战略持续推进与人口结构发生变化的背景下,营养干预正从传统的“辅助角色”,走向健康管理的“基础性支撑”。其中,特殊医学用途配方食品(以下简称“特医食品”)作为连接医学与营养的重要载体,正迎来前所未有的发展窗口期。

格的特医食品注册与监管体系,行业发展进入规范化轨道;另一方面,临床营养理念不断深化,特医食品在疾病管理与康复支持中的价值逐步得到验证;与此同时,消费者对“精准营养”的认知持续提升,从不了解走向主动选择。

“我们能明显感觉到,越来越多消费者在有需要的时候,会想到特医食品。”查峰表示。

在这一过程中,特医节的角色也悄然发生转变:从企业“发声器”,升级为行业“连接器”。

如今的特医节,已经不再是单一企业的发声平台,而是连接政策端、医疗端、企业端、渠道端与消费者的重要枢纽。多主体参与、多维度互动,使其具备了“交响乐团”的特征:不再依赖“独奏”,而是通过协同共振,放大整个行业的声音与势能。

数据显示,七年来,特医节累计开展科普活动超过1.4万场,线上线下触达人超645万人次。规模化、持续性的科普行动,不仅提升了公众认知,也在潜移默化中重塑行业定位,特医食品正从辅助选项,逐步走向营养解决方案。

### 科学为基 特医食品的长期主义路径

“特医食品不是一个可以追热点的行业,而是需要长期投入、持续积累的科学

工程。从原料筛选到配方设计,从临床验证到生产工艺,每一个环节都关乎生命质量,不容有失。”圣桐特医首席科学家李文军在会上表示。

李文军介绍,不同于普通食品,特医食品面向的是特殊人群,其配方设计必须围绕明确的临床需求展开。以圣桐特医婴幼儿特医配方食品为例,其研发首先需要明确目标人群,如早产儿、牛奶蛋白过敏患儿或代谢障碍人群,再根据具体疾病状态,精准匹配营养结构,确保在特殊生理条件下仍能满足生长发育所需的全部营养。

在此基础上,科学循证成为贯穿始终的核心原则。配方设计需以母乳研究为基础,结合国内外临床指南、专家共识及最新科研进展,并通过系统的动物实验与临床研究验证其安全性、营养充足性与临床有效性。“没有科学证据支撑的配方,是不能进入这一领域的。”李文军表示。

与此同时,质量控制贯穿产品全生命周期。圣桐特医食品研发生产追求高质量、精益求精,从原料端“批批检验”,到生产过程中的工艺参数控制,再到成品的稳定性与微生物指标监测,每一个环节都需要经过严格验证。温度、工艺、营养素稳定性之间的平衡,都需要反复实验。

在监管层面,我国特医食品实行严格的注册管理,从生产许可到上市审评,再到不定期飞行检查,构建起高标准的安全

体系。这也意味着,企业必须具备持续投入的能力与耐心。

值得注意的是,科学不仅体现在实验室,也体现在临床与服务端的反馈闭环。

圣桐特医建立了由医学团队与消费者服务团队构成的专业服务网络,在服务消费者的过程中,持续收集真实使用数据与临床反馈,并反向用于产品优化与新产品开发。这种“研发—应用—反馈—再研发”的循环,使产品不断贴近真实需求。

在李文军看来,正是这种以科学为核心,以长期投入为路径,以严苛标准为保障的体系能力,构成了特医食品真正的竞争壁垒。

### 构建全周期营养干预体系

随着行业发展进入新阶段,如何从提供“产品”升级为提供“解决方案”,成为企业突围的关键。

对此,查峰给出了清晰判断:圣桐特医正在从“干预”走向“重塑”,再到“见证”的发展阶段。圣桐特医给出的答案,是以系统化研发规划为基础,构建覆盖全生命周期、多场景的营养干预体系。

在本届特医节上提出的“敏佳180序贯脱敏”方案,正是这一体系的体现。该方案并非单一产品策略,而是一个融合产品组合、临床路径、科普教育与专业服务的综合解决方案,其底层逻辑源于对国内外权威指南的深度译解与本土化实践。

“180”并非简单的时间概念,而是建立免疫耐受的关键周期。多项国内外研究指出,对于食物蛋白过敏等情况,需要至少6个月的严格致敏原回避,并通过分阶段干预,促进免疫系统逐步建立耐受。

基于这一科学共识,圣桐特医将专业医学原则转化为更易执行的“序贯喂养路

径”:针对存在过敏风险或已出现症状的婴幼儿,首先通过氨基酸或深度水解配方进行约180天的严格干预;在症状稳定后,再过渡到部分水解配方继续喂养约180天。通过这一“先严格干预、再逐步过渡”的双阶段管理,实现从症状控制到耐受建立的双阶段管理,也在一定程度上避免了过早转奶带来的反复风险。

在解决方案不断完善的同时,圣桐特医的产品与服务体系也在持续扩展。

李文军介绍,在儿科特医领域,圣桐产品布局已覆盖早产儿、食物蛋白过敏、先天性代谢疾病、生长发育迟缓以及胃肠道疾病等多个方向,逐步形成以临床需求为导向的产品矩阵;在成人特医领域,围绕健康老龄化、肿瘤营养支持及慢性病管理等场景,推进全营养与疾病专用配方的开发,构建覆盖全生命周期的营养支持体系。

围绕这一体系,圣桐特医提出“专业化、多样化、系列化”的研发路径:一方面,在二至三年内覆盖婴幼儿特医主要品类,重点推进过敏管理、代谢疾病及短肽配方等关键产品研发,并加快成人特医配方研发;另一方面,通过持续加大临床研究投入,为每一款产品建立科学循证基础。同时,依托跨境资源,引入新技术与新原料,推动产品持续迭代升级。

“未来二三十年,特医食品有望成为一个万亿级市场。”李文军判断。在这一趋势下,竞争的核心,将不再是单一产品性能,而是企业能否构建覆盖“产品—科研—服务”的系统能力。

从产品供给到解决方案,从单点突破到体系构建,中国特医食品行业正进入以“精准营养”为核心的新发展阶段。而这一转变,也正在重塑特医食品在国民健康体系中的角色与价值。

(转自新华网)



●2025年1月18日,河北省邢台市清河一家羊绒制品生产企业的员工在展厅内为客户介绍产品。 新华社记者 牟宇 摄

## 中国羊绒制品获欧洲市场认可

### 四赴米兰时装周

■ 高博

“没想到我们第一次参加米兰时装周,就有幸签订了50万美元的意向订单,与来自意大利、法国、英国等国家的17家客户取得了联系。”戴梦德绒毛制品有限责任公司总经理冯富强说。

马年春节后不久,河北省邢台市清河县委建商务代表团,以6家羊绒企业为代表组团亮相意大利米兰时装周,开展品牌推广、展会等商务活动。这是清河羊绒企业连续第四次参加米兰时装周。

米兰时装周是国际四大著名时装周之一,被誉为世界时尚设计和消费的“晴雨表”。这里汇聚了顶尖的时尚设计资源、品牌商和采购商,对高端羊绒制品的市场需求旺盛,其先进的时尚设计理念与品牌运营模式,为中国羊绒产业走向国际提供借鉴思路。

谈及此次参加米兰时装周的收获,清河县卓冠绒毛制品有限公司总经理张月辉笑着说:“在米兰,我们和国际大牌建立了直接的联系,同时学习了很多,认识到设计的重要性。”

清河县被誉为“中国羊绒之都”,已形成从原料分梳、纺纱织布到制品加工、品牌销售的完整产业链。目前,清河羊绒产品销往意大利、德国、法国等30多个国家和地区,多家企业进入国际一线品牌供应链,成为国际优质羊绒原料供应基地。

清河县羊绒产业发展服务中心主任郑春雨介绍,凭借卓越的品质与完整的产业链,清河羊绒四次参加米兰时装周,收获最大的是信心。这次更是实现了从“原料供应”向“品牌与设计参与”的突破。

“此次随团参加米兰时装周WHITE展会,企业展出了多款贴合欧洲审美与市场需求的羊绒针织新品。”清河县景尚绒毛制品有限公司董事长王子显说,新品得到了意大利时尚界的认可,这让我们更加坚定与欧洲市场的合作。

米兰时装周期间,清河羊绒品牌推广会吸引了150余位意大利时尚界大咖、品牌负责人及资深买手参会;两家清河羊绒企业亮相米兰时装周WHITE展会,展出100余款秋冬女装系列,达成意向合作客户超50家。

此外,清河商务代表团还与意大利时尚机构敲定合作,确定了清河羊绒设计展示中心的建设运营模式,聘请中理理事基金会会长马里奥·博塞利为首席顾问,并与意大利米兰时尚设计协会签署战略合作备忘录。

马里奥·博塞利表示,意中理事基金会将全力推动意大利设计师与清河羊绒企业的深度合作,助力清河羊绒在欧洲市场的品牌建设,相信双方的合作将为欧洲时尚市场注入新的活力。

清河商务代表团团长、清河县长刘志诚表示,此次组团来到意大利,是清河羊绒产业向欧洲高端时尚市场迈进的关键一步。清河将继续支持企业出海参加高端展会,开展品牌推广,加快建设清河羊绒设计展示中心,推动意式时尚设计与清河优质羊绒交往融合。

数据显示,2025年,清河羊绒产业实现营业收入520亿元。按照规划,清河羊绒产业将加快迈向高端市场,发展成千亿级产业集群。

(转自新华网)

## 山东省消协:“大字吸睛、小字免责”广告乱象成消费投诉重要诱因

据新华网报道,针对“大字吸睛、小字免责”广告乱象,3月25日,山东省消费者协会发布消协观点认为,经营者刻意通过字体、位置设计,放大优惠、隐瞒限制,造成信息不对等,误导消费、引发纠纷,扰乱市场秩序。各类市场主体应摒弃“重流量、轻诚信”的短期思维,强化行业自律约束,并畅通投诉举报渠道,以信息透明守护消费公平。

山东省消协表示,广告是市场沟通的重要载体,关乎消费体验与市场诚信,更是保障消费者知情权、公平交易权的关键。“大字吸睛、小字免责”看似是广告制作的细节问题,实则是对消费信息传递原则的违背,是对消费者知情权的漠视。此类广告将吸引关注的优惠、福利等内容以醒目字体、显眼位置突出呈现,却把影响消费决策的适用范围、限制条件、免责条款等关键信息,以极小字体、隐蔽位

置标注,甚至使用晦涩表述降低识别度,利用消费者的视觉疏忽和信息差形成误导。

山东省消协认为,这种“重噱头、轻告知”的宣传方式,让广告失去了真实、准确、完整传递信息的核心价值,导致消费者所见与所得偏差大,形成“宣传承诺”与“实际体验”的落差,成为消费投诉的重要诱因。

山东省消协表示,广告中涉及商品服务价格、优惠活动、履约承诺、限制条件等所有影响消费决策的关键内容,均采用同等醒目、易于识别的方式呈现,不得以字体大小、位置、颜色等方式刻意突出不实或误导性信息,或弱化、隐藏重要提示内容;宣传表达应真实准确,摒弃“文字游戏”式的模糊表述,让消费者能够清晰、直观了解商品服务的真实情况,保障消费选择的自主性;广告中的承诺内容应成为经营者的

履约依据,不得通过隐藏条款随意规避责任,减轻自身义务,确保消费者在权益受损时能够依法追责,打破“所见非所得、维权无抓手”的困境。

为整治“大字吸睛、小字免责”广告乱象,山东省消协呼吁,压实经营者主体责任,引导各类市场主体树立“诚信广告”的经营理念,将信息透明作为广告的基本准则,摒弃“重流量、轻诚信”的短期思维,以真实规范的宣传赢得消费者信任;强化行业自律约束,各行业协会应发挥桥梁纽带作用,结合行业特点完善广告宣传自律规范,明确行为边界,从源头规范广告宣传行为;凝聚社会共治合力,畅通投诉举报渠道,鼓励消费者对不规范广告行为进行监督,推动形成“企业自律、行业引导、消费者监督、社会共治”的良好格局,让不规范广告行为无处遁形。

(王志)

## 马莲莲:在复杂系统中构建可理解性的设计判断

■ 石蕊

在智能技术日益复杂的今天,设计的核心价值之一,是构建人与系统之间可理解、可预期的关系。马莲莲正是在此领域中深耕数年,并以其系统性设计判断而深受信任及认可的资深设计师。她并未局限在单一项目的具体执行上,而是专注于为复杂技术系统定义交互逻辑、建构认知框架,并形成可迁移的系统化设计方法论,她的创新方法常被团队用作早期产品定义与跨职能对齐的依据。她的工作体现了设计行业内日益形成的共识:可扩展的系统与可解释的交互框架,是应对当代AI驱动产品复杂性不可或缺的基础。

马莲莲的敏锐设计判断力,源于早期在工业设计领域与设计教育中的深度锤炼。在担任安徽工业大学的工业设计讲师期间,她通过系统性的教学研究与累计评审超3000件设计作品的实践,完成了一项关键积累:从海量个案中抽象、归纳并建立起稳定的设计评价体系与问题分析框架。

这一大规模评估经验为其后续形成结构化的设计评估框架提供了实证基础,并进一步影响了她在复杂技术环境中的专业实践。这一过程使她超越了单纯的形式或功能评判,转而专注于识别

设计的内在结构与系统性缺陷,从而形成了她“让复杂变清晰”的核心设计理念。

正是基于对“结构”与“系统”的深刻理解,马莲莲的专业视野自然地由物理产品延伸至数字交互领域。赴美深造交互设计硕士,对她而言并非简单的技能转型,而是将已成形的系统化设计判断方法,应用于逻辑更为隐蔽、动态关系更为复杂的数字系统之中。这是一次判断尺度的迁移与扩展,其目的在于解析并重塑人机交互的底层认知模型,也使她能更从容地应对更高维度的系统性复杂问题。

在美国硅谷直面Mantis Robotics机器人自动化SaaS平台的设计挑战时,她的判断者角色得以充分展现。面对异构设备与离散任务逻辑带来的认知混乱,她的核心工作不是绘制界面,而是为整个系统定义一种统一的“语言”。她主导构建了任务流程的可视化设计系统,其本质是一套将后端复杂逻辑转化为前端可理解模型的核心交互框架。这套框架的价值在于,它成为包括工程、运营、设计的跨职能团队对系统行为达成共识的基准,确立了评估交互合理性的共同标准,有效提升了合作效率。

在对福特汽车CRM系统进行设计优化的过程中,她进一步将判断力聚焦于信息架构与流程逻辑层面。面对信息过载与协同低效,她提出的“冗余信息折叠与流程触点清晰化”创新策略,成功在业务目标与用户认知负荷之间,建立了严谨的设计决策权衡框架,实现了对企业级软件中信息优先级与用户任务路径的系统性重构。

作为在硅谷Efficient Builder从事设计工作的设计师,她的判断重心正移向AI与体验融合的前沿。她关注的核心命题,是在引入智能决策时如何保持系统的透明度与用户的控制感。她认为,AI时代的设计判断,关键在于为“黑箱”注入可解释的逻辑脉络,在保持系统透明与可预测性的前提下,引入智能能力。她的系统化设计思维也正从构建“可见的秩序”向定义“可理解的智能行为”持续蜕变演进。

从工业设计评审到AI产品架构,马莲莲的专业轨迹始终围绕着“在不确定性中建立可被信赖的判断框架”,在技术复杂性不断升维的当下,她具备的这种基于长期主义形成的系统化设计判断力,不仅是团队决策的重要参考依据,还真正成为行业中亟需的专业价值。



## 氢链世界 供需共赢

### 中国重汽成都王牌亮相成都工博会 与东方氢能签约联合推广氢燃料电池汽车

■ 本报记者 赵健

近日,2026成都国际工业博览会、2026氢能产业发展大会暨四川省氢能产业链供需对接会同期在成都盛大举办。

中国重汽集团成都王牌商用车有限公司(以下简称:中国重汽成都王牌)携全新一代氢燃料电池智慧卡车精彩亮相,与超800家国内外企业共襄盛举,成为大会现场的焦点之一。

### 核心亮点 一睹为快

本次展会,中国重汽成都王牌展出的主销车型——重汽王牌V3-X FCEV冷藏车是成都市“揭榜挂帅”项目的交付产品,该氢燃料车型具有:

——强劲动力:搭载五合一高效动力系统,采用行业一流的氢能、三电供应体系,动力输出澎湃高效;

——超长续航:配备100度宁德时代300L氢气+305L大气瓶,综合工况续航超300公里,加氢仅需5—10分钟,电池快充只需20分钟,轻松覆盖城际冷链物流需求;

——精准温控:20方超大货箱容积,高效制冷机组,制冷快、能耗低;高密封性保温材料,可实现精准控温,无论是生鲜、果蔬,还是冻品、医药,都能全程守护,一路无忧。

该产品一经上市,凭借卓越性能与领

先技术,备受客商关注。

### 深度链接 融入四川氢能产业大布局

在2026氢能产业大会暨四川省氢能产业链供需对接会上,四川省经济和信息化厅正式发布十大氢能应用场景。中国重汽王牌精准切入“氢能干线物流”场景,介绍了一系列氢燃料载货、牵引及自卸车型,将全面助力成渝“氢走廊”及川内多条绿色物流通道建设。依托成渝、成南等高速公路,四川正加快织密加氢网络,构建跨区域氢能重卡物流大通道。

中国重汽成都王牌作为川内新能源商用车产业链链长企业,产品矩阵布局完善,已形成氢燃料、纯电、甲醇等多种能源技术路线,积极为西部绿色物流提供“王牌动力”。

### 产业协同 氢能产业链企业齐签约

大会期间,中国重汽成都王牌与东方氢能签署了《2026年度氢燃料电池汽车推广合作协议》,并与多家核心供应商及运营企业进行了洽谈沟通,进一步完善从氢能供应、整车制造到场景运营的产业闭环,全面呈现氢能产业链的“新质生产力”。