

# 传承是什么？听一听他们的故事

## ——写在第十一个烈士纪念日来临之际

本报首席记者 陈佳妮 通讯员 杨迪

9月29日上午8点半，绍兴市公安局越城区分局皋埠派出所的情指大厅内，副所长杨壹别上红色“值班”臂章，开启了一天的工作。

记者的这趟跟踪采访，也由此开始——在全国第十一个烈士纪念日来临之际，我们走近烈士杨钢林之女，倾听她续写的新警察故事，同时向她抛出了三个问题。

村、坝内村、坝头山村。以前在机关比较少跟群众打交道，刚来时，心里是有点发怵的……”

面对新挑战，杨壹成为了全所的“十万个为什么”，天天跟在老民警、老辅警的身后问东问西。看调解卷宗、跟着调解员熬夜做双方思想工作，走访辖区、积极解决群众问题……慢慢地，她从第一次在辖区调解只会跟在师弟后面不敢说话的“菜鸟”，成长为如今令辖区群众信任、总是面带笑容的娃娃脸女警。

“你看，这是昨天群众送来的锦旗，刚调解了一起业委会和施工人员的矛盾。”为了跟老百姓刷个脸熟，杨壹坚持每个月走访100户群众，她的走访笔记本上，清清楚楚列着走访过的村民的需求……

第二问：  
那时候，为什么想着来基层？

“我喜欢面对挑战，更喜欢看到不断进步的自己。我不怕从头开始学，只怕学的太慢给单位增添负担。”

杨壹喜欢挑战的性子，遗传自父亲——原绍兴市公安局袍江分局刑侦大队长、一级英模杨钢林。杨钢林并非专业



警校毕业，但就是抱着“要为人民做点事”的信念积极投身警队。

杨钢林从警15年，侦破了成百上千的案件，他有一句名言：“不抓住凶手，我一刻都不能安睡，快侦快破案件就是最好的为人民服务。”那时候，杨壹他们家里，堆满了杨钢林的专业书籍和笔记，“爸爸习惯记东西，总和我说，能从记录中找到不一样的思路。他也总会和我讲破案的故事，那时候我就觉得警察就是一个不断突破困境的职业。”

如今，这股勇于面对挑战的精神，也被杨壹继承了下来。

“有一段时间，我可能会介意别人只说我是爸爸的女儿，不记得我叫什么。介意，其实是因为我怕他失望，觉得女儿不够优秀，所以我没有一刻停下脚步。”高考那年，杨壹选择追随父亲的脚步，报考了浙江警察学院，毕业后被分配到了父亲曾经工作过的绍兴市公安局，从事宣传工作。

自2014年从警以来，杨壹用文字捕捉了一个个鲜活的“小人物”，挖掘出一个个守护民生的好故事，这些来自基层一线的人和事不少被央媒、省媒报道。

无论事情大小，杨壹都会跑到自己的线口单位与采访对象面对面聊天，通过自我感受触摸人物的温度。当天回来后，不论多晚她都要整理好思路，写好稿后也要反复修改润色。她笔下的稿子，就这样生动了起来。

从最基础的采访、编辑，到一步步成长为分管新媒体运维和对外宣传的行家里手。如今，杨壹也靠着坚持不懈的努力，在基层派出所收获了同事和群众的一致肯定。

第三问：  
你觉得怎么样才是传承？

“我不曾一刻忘记爸爸，所以我会继续踏踏实实做好自己的事情，比起我对他的怀念和敬佩，我更希望我能让他骄傲。”

有着翻篇归零的信念，也有着面对荣誉的淡然。

2023年9月，杨壹有了新身份，杭州亚运会火炬手、杭州亚运会护航者。深夜的坚守，清晨的忙碌，一班岗12小时，核查人员证件、车辆证件，保障管理区域内安全有序——这是杨壹在运动员接待饭店里的日常工作。

每次下班回家途中，杨壹都会开车经过蔡元培广场。那是她作为第69棒亚运会火炬手传递火炬的接力点。2023年9月11日那一天的场景，她永远都忘不了：向母亲赵梅清敬礼的自己、热情欢呼的群众、代表亚运精神的“薪火”……

火炬传递结束，杨壹转身向隔离栏外的母亲敬了一个礼，“我是替爸爸敬礼，这次火炬传递我也是替他来的，让他看看拼尽全力守护的这座城，高光时刻是什么样子。”

杨壹深知，她还远远不够承接这份荣誉，所以她希望能永远保持初衷，走好这段从警之路。

# 年轻人养生“新势力”崛起 打开康养消费新空间

新华社 梁婧 胡旭 董小红

电商平台上，年轻女性成为保健品消费主力军；中医医院里，百合红枣八宝饭、姜黄肉桂奶茶等“国潮养生品”广受年轻人欢迎；日常生活中，各类补剂成为许多年轻人“第四餐”……相关研究报告显示，2023年我国保健食品消费人群中，25岁至40岁占比达39%，超过了51岁以上群体31%的比重。

年轻人缘何涌入健康养生市场？养生“新势力”又会激发哪些康养消费新活力？记者进行了调查。

## 年轻人掀起“养生热” 市场前景看好

透明的塑料袋子里，7个药片整齐排列。“紫色片剂是蓝莓提取物，能够补充眼部营养；软胶囊包含乳化型DHA和羟基酪醇，激活大脑提升工作效率……”31岁的天津女职员李彤如数家珍，“这都是搭配好的，一天一包随餐吃。”

随着健康经济、颜值经济兴起，越来越多年轻人尤其是女性消费者成为健康养生品的忠实消费者。《2024女性营养健康食品618消费洞察报告》显示，近5年淘宝天猫和京东平台女性营养健康食品的线上市场年均复合增长率高达15.5%，主要客群

为“85后”已婚已育用户。

随着中医文化的广泛传播，“国潮养生”成为年轻人日常康养的新选择。

今年夏天，不仅晒背和三伏贴在年轻人中间“火”起来，“中医馆打败奶茶店”也冲上了微博热搜。针对年轻人的喜好，不少中药房推出特调的奶茶和酸梅汤，有的还搭配上药膳。山东省中医院均价2元一副的“中药代茶饮”方剂，线上线下日均开方超3000副；浙江省中医院因“1元酸梅汤”线上订单过多服务器崩溃，通过微博在线“求饶”。

健康养生消费者的年轻化趋势，推动保健品行业向上发展。市场机构艾媒咨询的报告指出，中国保健品市场规模近五年来一直保持稳步增长，预计2027年有望达到4237亿元。

## 需求升级供给提质 激发年轻人康养消费活力

在传统观念中，“康养”一词似乎是“中老年”专属，年轻人为何纷纷加入“养生局”？

《“健康中国2030”规划纲要》等系列政策促进了全民健康意识的提升，年轻人对自己的身体状况有了更多、更为科学的关注。”中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建说，教育生活水平提升、科学健康信息获取更方便，以及

慢性疾病低龄化案例的警示等，让越来越多年轻人更加注重健康方面的自我管理。

国家统计局数据显示，2023年我国人均医疗保健消费2460元，同比增长16%。《2023中国新消费趋势白皮书》显示，超四成“00后”购买过功能性保健食品或保健仪器，三分之一的“00后”“95后”购买过营养补剂。

随着年轻人康养消费不断升级，健康产业的头部品牌和新兴企业都在加大产品研发，在消费者服务上下功夫，从供给侧为年轻人提供多元化、高质量的产品和服务。

拜耳医药保健有限公司亚太跨境电商及中国境内电商副总裁万妍婧介绍，年轻人生活忙碌，“零食化”“轻量化”成为年轻人选择健康养生品的重要方向。对此，安琪纽特、汤臣倍健等品牌都在加快布局。

供需有效互动激发年轻人康养消费的同时，各类社交媒体、短视频对养生话题的广泛传播，也助推年轻人康养消费渐成风潮。西南财经大学消费经济研究中心副主任叶胥说，年轻人喜欢追求时尚和个性化，有时候可能仅仅是为了追逐一个热点就去排队打卡。

## 规范行业发展 以高质量助推“产业旺”

当前，年轻人康养消费需求旺盛，市场

蓬勃发展，但行业相关标准仍需进一步完善，监管也需不断加强。

中国消费者协会不久前发布的《健康产业消费趋势发展报告》指出，健康产业中仍存在一些为了追求短期利益，采取不正当竞争手段，侵犯消费者合法权益，扰乱市场秩序，损伤消费者信心的产业发展“蠹虫”。

该报告建议，建立完善质量管理体系，严守产品质量安全底线。从原材料采购到成品出厂，均应经过严格的检验检疫程序。利用现代科技手段不断改进生产工艺，提高产品质量，确保消费安全，不断向消费者提供高质量产品和高品质服务。

在万妍婧看来，年轻“专业消费者”“成分党”的不断增加，对行业提出了更高的要求。“许多年轻人不仅会从社交媒体上获取保健食品成分信息，还会查权威期刊论文，并十分关注服用保健食品后身体指标的改善。”万妍婧说，“这就要求企业必须生产出更多更有竞争力的产品。”

“年轻人‘花式’养生涉及的产品和服务种类繁多，在快速发展的过程中必须加强行业监管，不要让康养消费新场景变成消费‘新陷阱’。”叶胥表示，企业针对年轻人康养需求开展产品和服务创新的同时，监管部门也要持续发力，督促企业严守产品质量安全底线、不作虚假宣传、不夸大产品效果、不误导消费者，营造诚实守信的消费环境。