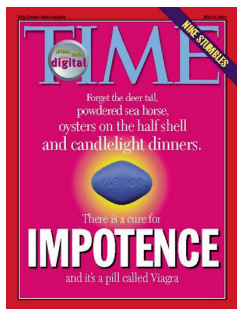
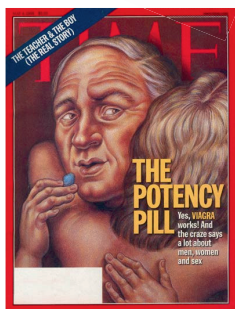




这种处方药带来的不仅是治疗方式的改变，更携带着新的文化和观念，影响着大众。台湾创作人李宗盛把蓝色小药丸写进流行歌曲，也把“性”福和幸福联系在了一起。



20年前万艾可在美国上市时，美国媒体争相报道。

1983年，中央电视台拍摄了一部名为《为了健美》的纪录片，讲述的是上海体育馆内一个健美训练班的故事。虽然当时训练条件朴素，但锻炼的气氛，那叫一个热火朝天。片中，教练说，在我们国家里，男女青年都希望把自己的体形练得更健美。当时青年男女的健美体形，

和不专业的信息，网络的便捷也给错误信息的流传提供了方便。

2013年后，中国新媒体崛起，社交媒体逐渐成为人们获取信息的主要渠道，性健康教育也开始寻求在新媒体上的体现。中国性学会开设了官方微博“中国性学会”“性福那些事”，微信公众号“幸福专家团”，后者有不定期的专家答疑互动，给粉丝提供切实的服务。

现在，性知识得以通过新媒体传播，以年轻人喜闻乐见的动画片等形式展现，轻松诙谐的风格一扫过去的尴尬。

健康中国：健与美的时代

胖，在中国古代被视为美。翻开任何一本绣像小说，几乎所有武将都像是一个模子刻出来的，拥有一张圆胖的脸和同样肥硕的身材。一些朝廷大员和富贵人士的样貌也大致如此，传统中国有一个特别的词语用来恭维这些人能拥有这般好身材：“富态”。

在物质贫乏的年代，只有达官贵人或者富庶之家，才能产生胖子，因此，“胖”与“美好生活”之间被画上了等号。但等我们都胖起来时，中国人发现，“胖”却与“健康”渐行渐远。

有统计显示，从1985年到2013年，中国城市男性的平均腰围已经从63.5厘米增长到76.2厘米，短短的27年间，中国男人的腰粗了20%。一本名为《并不幸福的“富态”》的书中这样写道：“富态”已经等同于“病态”。

新时代的中国人渴望的是健康的身体。上世纪80年代，与模特、选美一起在中国社会兴起的，还有“健身热”。

让今天的上班族们啧啧赞叹。

同样，今天白领中间流行的瑜伽，30年前进入中国。1985年，中央电视一台和二台几乎每天早晨和晚上播放一档瑜伽教学节目，香港女孩一身夏威夷装扮，将瑜伽送到了中国观众面前。这个节目当时收视率极高，从1985年到2000年播放未曾间断。

如今，中国人参与体育运动的热情持续升温，体育人口不断扩张。2014年，我国经常参与体育锻炼的人口约为4亿，体育产业规模为1.35万亿元，到2020年上述两个指标有望达4.35亿元和3万亿元。

体育人口扩张带来了更多的健身用户，对健身房需求持续释放。据统计，2015年4月到2016年3月，中国健身房最多的前十大城市中，有8个城市的健身房数量增长超过50%。

据经济学家统计，2015年，北京、重庆、辽宁、上海、天津等经常参加体育锻炼的人口占比均超过40%，接近欧洲、日本、韩国等发达地区的水平，其他省市的体育人口占比相对较低，尚有较大成长空间。

到了今天，个体对身体的要求，也与国家战略相呼应。

“没有全民健康，就没有全面小康。”习近平总书记在全国卫生与健康大会上强调要把人民健康放到优先发展的战略地位，由此，“健康中国”成为一个响亮的动员令，上升为“国家战略”，也成为百姓关心的焦点话题。

无论是胖是瘦，是壮是弱，可以确定的是，2018年的中国和一百多年前的中国已经不是同一个中国。（本文参考了江晓原著《中国古代技术文化》《性学五章》）