



SIARAN MEDIA KEMENTERIAN KESIHATAN MALAYSIA

INISIATIF *HEALTHY LIVING MALL*: PENDEKATAN PRAGMATIK MENANAM BUDAYA GAYA HIDUP SIHAT DALAM KALANGAN MASYARAKAT MALAYSIA

Kuala Lumpur, 20 September 2025

Kementerian Kesihatan (KKM) dalam usaha meningkatkan tahap literasi kesihatan rakyat Malaysia telah **memperkenalkan** satu lagi inisiatif berimpak tinggi iaitu **Pusat Beli-Belah Mesra Pembudayaan Hidup Sihat** atau ***Healthy Living Mall*** sempena Sambutan **Bulan Malaysia Sihat Sejahtera Peringkat Kebangsaan (BMSS) 2025** yang dirasmikan oleh YB Datuk Seri Dr. Dzulkefly Ahmad, Menteri Kesihatan pada hari ini bertempat di pusat membeli-belah AEON Mall, AU2 Setiawangsa.

Inisiatif ini merupakan sebahagian daripada pelan strategik ANMS dan pendekatan pragmatik selaras pendekatan ***whole-of-nation*** yang memberi penekanan kepada penglibatan aktif sektor komersial dalam mempromosikan dan membudayakan gaya hidup sihat dalam kalangan masyarakat Malaysia. Tahun ini, pusat beli-belah diberi fokus sebagai platform utama, di samping pelaksanaan sambutan BMSS di peringkat agensi kerajaan, institusi pendidikan, dan komuniti setempat.

Inisiatif ini juga relevan dengan keperluan semasa, memandangkan pusat beli-belah mencatatkan jumlah kehadiran yang tinggi merentasi pelbagai lapisan masyarakat – termasuk keluarga, remaja, golongan dewasa bekerja dan warga emas. Dengan lokasi yang strategik dan mudah diakses, serta fungsi yang telah berkembang dari sekadar lokasi membeli-belah kepada ruang sosial, rekreasi dan budaya hidup sihat, pusat beli-belah berpotensi besar sebagai medium menyemai nilai-nilai gaya hidup yang mementingkan kesihatan dalam kehidupan harian masyarakat.

Pusat Beli-belah Mesra Pembudayaan Hidup Sihat atau ***Healthy Living Mall*** merupakan fasiliti pusat beli-belah yang menyediakan persekitaran sihat kepada pengunjung untuk beriadah, melakukan aktiviti fizikal, bebas daripada asap rokok dan menawarkan pilihan makanan yang sihat dan selamat. Pelaksanaan inisiatif ini disokong oleh pendekatan Sains Tingkah Laku (*Behavioural Science*) dan strategi "*nudge*", iaitu teknik yang mempengaruhi keputusan pengguna secara tidak langsung ke arah pilihan yang lebih sihat.

Healthy Living Mall merangkumi komponen:

- a) **Kekal Aktif**- menyediakan *sinage* laluan berjalan, tempat permainan dan rekreasi, “*healing space*” bagi kesihatan mental yang positif, menjalankan aktiviti berterusan seperti *showcase* dan aktiviti fizikal berkala;
- b) **Makanan sihat dan selamat**- mempromosikan produk makanan dan minuman *Healthier Choice Logo* (HCL) dan pengusaha premis makanan yang memperolehi pengiktirafan bersih dan selamat (BeSS). Menyusun sayur-sayuran dan buah-buahan di pintu masuk bagi mempengaruhi pengunjung membeli buah dan sayur. Mempromosikan pilihan susu dan produk tenusu;
- c) **Bebas asap rokok** berpandukan kepada Akta 852- Akta kawalan produk merokok bertujuan untuk melindungi orang awam khususnya golongan muda daripada bahaya produk merokok seperti rokok dan vape. Mengikut akta ini para pengunjung tidak boleh merokok di dalam dan sekitar pusat beli-belah dan perokok yang ingin merokok perlu ke kawasan 10 kaki atau 3 meter daripada bumbung terakhir pusat beli-belah;
- d) **Kitar semula**- kitar semula E-waste (wayar dan perkakasan elektrik) bersama sukarelawan MyCHAMPION yang berdaftar di bawah KKM. Hasil daripada kitar semula yang dikumpulkan akan digunakan oleh sukarelawan MyCHAMPION untuk manfaat komuniti; dan
- e) **Promosi Media** - Pusat beli-belah mengoptimumkan platform media yang sedia ada ke arah meningkatkan pencarian maklumat kesihatan pengunjung. Contoh mesej kesihatan di lif/troli/platform media dan membuat jualan ‘*healthy hour*’ dan lain-lain.

KKM juga menyeru pengusaha premis makanan dan minuman di pusat beli-belah agar menyokong usaha Kerajaan dengan menyediakan pilihan menu makanan dan minuman yang lebih sihat kepada para pengunjung.

KKM bersama 28 rangkaian AEON Mall di seluruh negara telah melaksanakan *Mall Walking* ini sejak 1hb sehingga 20hb September dalam usaha mencipta rekod dalam **Malaysia Book of Records (MBOR)** bagi pencapaian langkah terbanyak di pusat membeli-belah dalam kempen berjalan.

KKM terus komited dalam memastikan inisiatif-inisiatif seumpama ini tercapai selaras dengan hasrat **Agenda Kesihatan Negara**. Ini juga sejajar dengan nilai MADANI - *Kemampanan, Kesejahteraan dan Ihsan*.

- TAMAT -

Dikeluarkan oleh:

Bahagian Pendidikan Kesihatan

Melalui:

Unit Komunikasi Korporat

Kementerian Kesihatan Malaysia

