

# The Research on the Development of Wellness Tourism of Traditional Chinese Medicine in Bozhou\*

Ling ZHANG<sup>1</sup>, Chaoping SUN<sup>1, 2</sup>

<sup>1)</sup> School of Management, Hefei University of Technology, Hefei 230009

<sup>2)</sup> Anhui Institute of Business Administration, Hefei 230052

**Abstract**—The Wellness Tourism of Traditional Chinese Medicine has a good prospects for it goes in accordance with people's life concept of “nature respecting and green consumption”. Bozhou, a city of cultural and historical interest, as one of the four famous cities of Traditional Chinese Medicine, has Chinese herbal medicine widely planted, besides, Bozhou has a long history of Traditional Chinese Medicine, which contributes to the prosperous development of the Wellness Tourism of Traditional Chinese Medicine. The article analyzes the problems on developing the Wellness Tourism of Traditional Chinese Medicine, puts forward the focus of the work to develop the Wellness Tourism of Traditional Chinese Medicine and proposes the development policies from four aspects: Firstly, government leading, joint development and scientific planning. Secondly, innovate marketing methods, and strive to expand customers. Thirdly, enrich the forms and contents of tourism and improve the product system of tourism. Fourthly, cultivate compound talents, improve the quality of tourism services.

**Keywords**—Traditional Chinese Medicine, wellness tourism, development policy

## 亳州市中医药养生旅游开发研究

张玲<sup>1</sup> 孙超平<sup>1, 2</sup>

<sup>1)</sup> 合肥工业大学管理学院, 合肥 230009

<sup>2)</sup> 安徽工商管理学院, 合肥 230052

**摘要** 中医药养生旅游符合人们“崇尚自然, 绿色消费”的生活理念, 具有良好的发展前景。亳州市是我国历史文化名城, 四大药都之一, 中药材种植广泛, 中医药文化历史悠久, 具备发展中医药养生旅游的有利条件。文章分析了亳州市发展中医药养生旅游存在的问题, 提出了亳州市发展中医药养生旅游的工作重点, 并且从四个方面提出发展的对策: 政府主导, 联合开发, 科学规划; 创新营销方式, 努力拓展客源; 丰富旅游形式与内容, 完善旅游产品体系; 培养复合型人才, 提高旅游服务质量。

**关键词** 中医药, 养生旅游, 发展对策

### 1. 序言

随着经济社会的飞速发展, 社会压力也骤然增加, 高强度、快节奏的现代生活严重影响了人们的身心健康, 亚健康人群的不断扩大, 人口结构的老龄化、人们保健意识的增强, “崇尚自然, 绿色消费”的生活理念在世界各国日益流行, 在国内也广受欢迎, 国际中药贸易的迅速发展, 使中医药养生旅游越来越受大众欢迎。中医药养生旅游是中医药产业、养生产业与旅游产业相结合的产物, 能够满

足旅游者延缓衰老、增强智力、休闲放松、保养身心、增强体验等多种旅游需要, 近年来在我国各地得到了不同程度的发展。

亳州市位于安徽省西北部, 被评为全国优秀旅游城市, 是我国历史文化名城, 有“中华药都”、“天下道源”的美誉, 江泽民总书记曾亲自题词“华佗故里, 药材之乡”。亳州市拥有全国最大的中药材交易中心, 具有丰富的中医药资源, 中药材种植面积 100 多万亩, 多达 400 多个品种,

\*教育部人文社会科学研究规划基金项目 (14YJA630051)

中药材种植面积占全国的 1/10 左右,亳州市中药工业正在向中药保健品的方向延伸,亳州市政府正在规划构建现代中药、养生文化旅游、中医医疗保健服务三大体系。丰富的中医药资源、悠久的中医药文化以及亳州市政府的高度重视为亳州发展中医药养生旅游创造了良好的条件。

## 2. 文献综述

国外养生旅游最早出现在20世纪30年代的美国、墨西哥,王景明和王景和首次提出“中医药旅游”的概念,认为中医药旅游是生态旅游的一个分支,集旅游与中医药为一体,是中医药产业的延伸和旅游业的扩展 [1]。我国的养生旅游始于2002年南宁中药养生旅游和海南省三亚保健康复旅游,随后在四川、山东、安徽等省市发展迅速,于2007年变成全国时尚旅游热点。1961年,美国医生哈伯特·邓恩第一次提出了wellness这个词,他指处wellness是一种体现在身体、精神、思想、环境等方面的健康状态。Hansruedi Mueller和Eveline LanzKaufmann,指出养生旅游是人们以维持或增进其健康为主要目的的空间移动而带来的一系列现象和关系的总和,并将养生旅游看作是健康旅游的一个分支,并且区分治疗型旅游者与养生型旅游者[2]。Jonathan将健康旅游定义为以目的地独特的吸引力并结合医疗服务设施来吸引旅游者[3]。田广增指出中医药旅游是旅游发展到一定阶段后,以中医药的深厚文化内涵、独特理论体系和内容为基础,以各种医疗和健身方法、药材观赏、购买和使用为基本吸引物而产生的一种新的旅游方式[4]。R. Srivastava认为,医疗旅游就是提供实惠的私人医疗中心与旅游业结合,为病人提供其所需要的任何特殊医疗程序、手术或其他形式的专门治疗[5]。Christine N. B等认为医疗旅游是生态旅游的一种形式,与休闲旅游相关,即寻求乐趣、放松、逃离日常生活带来的身心压力和紧张,有目的性的逃离医疗限制[6]。陈永涛,谭志喜在分析国内外文献的基础上,总结了养生旅游与健康旅游、医疗旅游的联系和区别:养生旅游与医疗旅游同为健康旅游的子集,养生旅游以预防为主,而医疗旅游以康复为主,养生旅游的消费群体多为健康型旅游者,而医疗旅游的消费群体以治疗型旅游者为主,同时,养生旅游与医疗旅游也存在交集[7]。

来逢波指出我国中医药旅游产品的开发与销售存在的主要问题有:产品种类单一且雷同性高,轻“医”重“药”现象严重,中药材被掠夺性开发现象突出,中药开发缺乏创新,中药产品市场定位准确[8]。刁宗广总结了中医药旅游在发展中存在的问题有:开发模式单一,产品同质化,差异性不足,购物时间过长,展览内容主题不突出,缺乏

体验项目,营销能力不足,客源结构单一,市场定位轻国内重国际,并从挖掘文化内涵、差异化经营、开发新产品、转变经营模式、拓展客源市场等方面提出发展中医药旅游的对策[9]。J. A. Quintela等运用IPA模型分析,指出服务质量是制约葡萄牙健康养生旅游发展的重要因素[10]。张晓莹,李晓明,张永利总结中医药养生消费群体的养生保健需要,指出女性群体是美容、减肥、保健的重要群体,男性群体尤其是30岁以后的男性群体是养生、休闲、娱乐的重要群体对象,老年群体是当前养生保健群体的中坚力量,中医药养生旅游能满足其养生的深层次需求,残疾人和慢性病患者比较期待中医药治疗保健类产品[11]。

综上所述,中医药养生旅游是近年来一种新兴的旅游方式,目前对于中医药养生旅游和实践发展与理论研究还处于初级和探索阶段,对于中医药养生旅游的本质和运行机制还缺乏全面深入的认知,还存在养生旅游与健康旅游、医疗旅游概念的混淆,中医药养生旅游是养生旅游的一个分支。对于中医药养生旅游市场的研究,中医药旅游主要是依赖中药材作为旅游商品取得经济效益,对中药产品缺少深层次的开发,对于中医药养生旅游市场的研究以定性分析较多,量化研究较少,缺乏科学地规划开发,如何进行合理的开发,进一步提高游客对中医药养生旅游的信任程度,吸引更多的游客,是当前亟需解决的问题。

## 3. 亳州市中医药养生旅游发展中存在的问题

### 3.1 旅游环境有待优化,旅游服务设施不完善

中医药养生产业还处于起步阶段,行业标准、管理标准等问题亟需完善,含有“中医”或“中药”的美容院、保健所、按摩院等,有一部分没有取得执业证书,难以保证服务的质量;虽然亳州市内交通便利,但路面上车辆混杂,三轮车比例较大,影响了城市形象,据统计,途径亳州市的火车班次共有61班,亳州周边地区和部分外省市的游客到达亳州不是太便利;景区附近餐馆、酒店数量少,档次低,目前亳州市内星级酒店只有13个,快捷酒店数目不多;旅游纪念品商店较少,多数是私人经营的小店,缺乏有质量保证的正规商店,缺乏特色旅游商品;另外,亳州市的景区绿化、旅游解说牌、指示牌,咨询服务体系不完善,游客对亳州市的整体卫生环境不太满意。

### 3.2 旅游宣传深度与广度不够,旅游市场认知模糊

近年来,亳州市通过广播电视、报刊杂志做宣传工作,每年到各省市举办推介会,取得了一定的成效,但是在旅游宣传册、宣传海报、宣传片、宣传标语的制作上缺乏创

新, 缺乏对旅游品牌特色的塑造, 没有取得理想的宣传效果。“天下道源·曹操故里·中华药都·养生亳州”是当前亳州的都市名片, 也是亳州旅游对外营销的形象口号。但是从当前游客对旅游市场的认知程度来看, 没有起到很好的效果, 没有留下很深的印象, 在全国的知名度不够高, 同时亳州市当前旅游产品开发不到位, 历史街区缺乏商业环境支撑, 城市景观风貌缺少中医药养生文化的环境氛围, 旅游宣传工作不到位, 对游客的吸引力不足。

### 3.3 旅游资源类型单一, 旅游产品供需不平衡

亳州市虽然旅游资源比较丰富, 但是种类比较少, 以华祖庵、曹操地下运兵道、曹氏公园等人文旅游资源为主, 自然旅游资源匮乏, 且受季节性影响, 游客在景区逗留的时间较短, 旅游收入不高; 中药材只是简单加工, 包装简陋, 没有经过深层次加工, 缺乏吸引力, 科技含量低, 中药企业重视药材交易和流通却忽视医疗服务的发展; 亳州中医药养生旅游还处在旅游团队的观光游阶段, 购物、康疗等深层次体验类活动消费所占比例较小, 中医药养生旅游尚未达到产品与市场的深层次结合, 产品结构单一, 缺乏高质量的正规商店, 养生产品主要为老年人服务, 忽视了其他群体的消费潜力, 中医药养生产品不能满足日益多样化的旅游需求, 导致中医药旅游产品的供需不平衡。

### 3.4 中医药养生旅游所需的复合型人才严重缺乏

中医药养生旅游要求相关的旅游服务人员既要懂中医药文化和中医养生知识, 又要具备一定的旅游服务技能, 面对国际游客, 还要具备外语能力。但是目前的中医药旅游从业人员, 缺少中医药理论知识, 整体素质不高, 导游专业水平不高以及服务意识薄弱, 游客对旅游产业的服务质量满意度不高, 不能为慕名而来的对中国传统医学感兴趣的游客提供良好的服务; 另外旅游企业的经营管理水平相对较低, 缺乏中高级旅游专业技术人员, 目前旅游市场缺乏既善于管理, 又具备中医药知识的复合型人才, 影响了中医药文化的传播以及中医药养生旅游品牌的打造, 导致游客的积极性大打折扣。

## 4. 亳州市中医药养生旅游发展重点

### 4.1 进行准确的形象定位

当前亳州城市形象认知模糊, 没有给游客留下很深的印象, 中医药养生的文化内涵没有得到有效的传播, 中医药养生旅游要得到公众的认可, 首先就必须进行准确的形

象定位。“药道亳州, 养生之都”符合亳州市的中医药旅游发展的主题, “药”与“道”表达了亳州的历史文化内涵和现状特点, 既体现中药种植、交易、加工的产业特征, 又体现老子、庄子、陈抟、华佗等道家和中医圣手的文化积淀; “养生”是亳州中医药养生旅游产品的核心内涵, 以建设“养生之都”作为中医药养生产业发展的核心目标; “药道亳州”同时是“要到亳州”的音译, 是“要旅游, 到亳州”的简化, 体现了亳州人民的热情, 使得旅游形象更加鲜活生动, 更加具有吸引力。

### 4.2 确立中医药养生旅游产业的产业地位

亳州市拥有全国最大的中药材交易中心, 中医药文化旅游资源丰富, 在各级政府和广大旅游工作者的共同努力下, 亳州市旅游业已经进入良性发展的轨道, 发展势头较好, 2011-2013年的旅游收入分别是46.61亿、64.3亿、76亿, 增长率都在30%以上, 应该努力将中医药养生旅游产业打造成亳州国民经济和社会发展的战略性先导产业、现代服务业的龙头产业, 成为亳州市国民经济和社会发展的重要支撑力量。充分发挥旅游产业的乘数效应, 促进中药产业、白酒产业、农业和旅游产业的有机融合, 形成相互促进的产业体系。打造以中医药养生产业为龙头的现代服务业, 将中药与旅游密切结合, 通过中医药养生旅游的发展, 促进商务服务、会展服务、养生服务等服务业态的融合, 形成相互促进的现代服务业产业体系。

### 4.3 通过重点项目和景区建设, 实现以点带面发展

亳州市旅游产业目前重点项目有: “天下亳州”古城文化旅游项目、中药“药香”养生旅游项目、“天下道源”道家旅游养生项目、亳州“酒香”养生旅游项目、现代农业养生项目, 通过重点项目的建设 and 营销, 形成“高创意、品牌化、强吸引”的引擎项目, 通过建设四大养生旅游产业—中医药养生产业、白酒养生产业、休闲农业养生产业和古城历史文化养生产业, 打造亳州“药香养生”、“酒香养生”、“田园养生”、“文化养生”的中医药养生产业集群, 形成对客源市场的核心吸引力, 促进亳州市旅游形象和品牌的塑造, 以点带面, 辐射周边地区, 带动亳州市中医药养生旅游的发展。

## 5. 亳州市中医药养生旅游发展对策

### 5.1 政府主导, 联合开发, 科学规划

政府部门应该高度重视和大力支持中医药养生产业的

发展,建立专门的管理机构,在组织领导、政策制定、资金投入、安全保障、监督管理等方面发挥主导作用,规范中医药养生旅游行业,保证行业的健康发展;亳州市虽然中医药旅游资源丰富,但是开发力度不够,很多还处于原生状态,政府应该联合企业科学规划,融合历史、自然、中医药文化资源,塑造城市形象,合理开发中医药旅游资源,促进工业、农业、商业、城市与旅游发展的深度融合,提高资源吸引力,推出中医药养生旅游专项路线。另外,政府部门要加大资金投入,加强基础设施建设,为游客的吃、住、行、游、购、娱等活动提供便利的条件,创造干净、舒适的旅游环境,增加游客的满意度。

## 5.2 创新营销方式,努力拓展客源

首先,提高大众对中医药养生旅游的认知程度。在稳定旅行社客源的基础上,努力开拓客源市场,利用广播、电视、报刊、网络等多种媒体形式,提高大众对中医药养生旅游的感知度,帮助大众树立正确的养生观念。其次,利用社会化媒体与游客建立沟通桥梁。旅游企业可以通过自身的微博、微信公众号进行社会化媒体营销,更多的倾听和了解消费者需求,与游客建立感情上的联系,建立友好关系,使游客产生个人情感上的认同。另外,全力推动智慧旅游建设。亳州市近三年的旅游接待人数在30%以上,但是对于客源的详细信息不是太明确,因此,很难开发出具有针对性的旅游产品。智慧旅游利用信息技术,主动获取游客信息,使得营销各环节数据分析成为可能,能够全面了解游客的需求变化、建议及旅游企业的相关信息,及时满足游客多样化的旅游需求,实现科学管理。

## 5.3 丰富旅游形式与内容,完善旅游产品体系

亳州市旅游产品长期以简单的文化观光产品为主,类型单一,市场吸引力有限,游客停留时间短。旅游企业应该以市场为导向,增加旅游活动的体验性、互动性、趣味性,依托亳州的中医药旅游自然和文化资源,可以开展华佗五禽戏文化旅游节、组织中医药养生教育游、融合科普学习、休闲康体、道家养生等内容,丰富旅游形式。随着消费市场的成熟,旅游需求也日益多样化,旅游企业要时刻关注不同类型游客的需求变化,开发出能够满足游客多样化的需求且优质的旅游产品,完善产品体系,同时要保证旅游产品的品质,做好售后服务工作,促进旅游产品的供需平衡,使旅游产品向差异化、品牌化的方向发展。

## 5.4 培养复合型人才,提高旅游服务质量

中医药专项旅游产品的开发,需要专门的研发团队,加大中医药旅游商品开发制造过程中的科技投入和技术创新,完善产品体系,保证产品品质,满足不同类型游客的多样化需求。同时,提供专业的旅游服务,中医药养生文化的传播,都离不开人才的支撑和保障,因此,应该分专题开展对旅游企业管理人员、营销人员、服务人员的培训,采取选送学习、实践锻炼、校企联合等手段,另外重视中医药类院校对学生的教育,培养学生的专业知识、服务技能以及管理技能能力,为中医药养生旅游的发展提供强有力的保障,只有高素质的专业人才,才能保证中医药养生旅游的可持续发展。

## 参考文献(References)

- [1] J. M. Wang and J. H. Wang, Exploration on Development of Traditional Chinese Medicine Tourism. *Inquiry into Economics Issues*, 2000, (8): 85-86
- [2] H. Mueller and E. L. Kaufmann. Wellness Tourism: Market Analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 2001, 7 (1): 5-17
- [3] G. Jonathan. Health tourism: a new positioning strategy for tourist destinations. *Journal of International Consumer Marketing*, 1994, 6 (3): 227-238.
- [4] GZ. Tian. Analysis of Traditional Chinese Medicine Tourism Development in Our Country. *Areal Research and Development*, 2005, 4 (6): 82-85
- [5] R. Srivastava. Indian Society for Apheresis and apheresis tourism in India-Is there a future? *Transfusion and Apheresis Science*, 2006, (34): 139-144
- [6] N. B. Christine. Careen Y. Therapeutic landscapes and postcolonial theory: A theoretical approach to medical tourism. *Social Science & Medicine*, 2012, (74): 783-787
- [7] Y. T. Chen and Z. X. Tan, Analysis of Wellness Tourism Concept. *Commercial Times*, 2014, (7): 131-133
- [8] P. B. Lai. Discussion on Development Situation and Development Train of Thought of Traditional Chinese Medicine Tourism Commodity. 2007, (3): 211-213
- [9] Z. GDiao. The Problems Existing in the Development of Traditional Chinese Medicine Tourism and Countermeasures. *Social Scientist*, 2010,( 1): 95-97
- [10] J. A. Quintela, A. G. Correia, J. G. Antunes. Service quality in health and wellness tourism-trends in Portugal. *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, 2011, (2):1-8
- [11] X. Y. Zhang, X. M. Li, Y. L. Zhang. Analysis of Development Situation of Traditional Chinese Medicine Wellness Tourism in Heilongjiang Province. *China Market*, 2014, (42): 172-173