

# 湖南中医药旅游资源开发策略研究\*

虢剑波 冯进 李晖 肖嫩群 谭电波

(湖南中医药大学 湖南长沙 410208)

**摘要** 湖南具有很好的中医药旅游资源,并且在开发利用方面具有很好的优势,但目前湖南中医药旅游资源的开发缺乏品牌效应,管理混乱、人员素质不高、中医特色不凸显、对外宣传不足。为了加速湖南中医药文化旅游的发展,应该加强基础设施建设,培养专业人才,加大宣传力度,形成品牌,打造特色旅游产业链、开发中医药旅游多种模式,进一步提升中医药旅游在湖南旅游产业中的地位,促进湖南旅游业的发展。

**关键词** 中医药旅游 旅游资源 湖南 开发策略

中图分类号 R28 文献标识码 A 文章编号 1673-6273(2012)21-4166-04

## Studies on Exploiting Strategy of Chinese Medicine Tourism Resource in Hunan Province\*

GUO Jian-bo, FENG Jin, LI Hui, XIAO Nen-qun, TAN Dian-bo

(Hunan University of TCM, Changsha, Hunan, 410208)

**ABSTRACT:** Hunan has good tourism resources of Chinese medicine, and she has the many advantages in the development and utilization. But now the development of tourism resources of Chinese medicine in Hunan still has many problems, such as lack of brand effect, disorderly management, low quality personnel, no highlight Chinese characteristics, insufficient foreign propaganda, and so on. In order to accelerate the development of traditional Chinese medicine in Hunan cultural tourism, the construction of infrastructure should be strengthened. Professional talents should be cultivated. Propaganda and forming brand are also necessary. Special tourism industry chain and tourism development modes of Chinese medicine should be made. It's necessary to further promote Hunan tourism industry of Chinese medicine in the tourism position and development of Traditional Chinese Medicine tourism in Hunan Province.

**Key words:** Cultural tourism; Traditional Chinese Medicine tourism; Hunan; Exploiting Strategy

**Chinese Library Classification(CLC):** R28 **Document code:** A

**Article ID:**1673-6273(2012)21-4166-04

湖南中医药文化源远流长,上起先秦,下至民国,丰富的中医论著和医史记录以及人物传记积累至今,这些宝贵的精神财富是湖南中医药旅游资源的灵魂所在。但是,目前湖南中医药文化旅游没有充分发挥已有优势。充分利用湖南中医药文化资源优势,研究湖南中医药文化旅游产业的发展策略,将促进湖南旅游产业的发展并促进湖南地方经济的积极发展。

### 1 加强宣传、形成品牌

#### 1.1 媒体宣传

中医药作为中华民族的瑰宝,蕴含着丰富的哲学思想和人文精神,是我国文化软实力的重要体现<sup>[1]</sup>。在消费者的观念中,中医药是安全、绿色、卫生、无副作用的。随着人们环保健康意识的加强,绿色产品已成为消费市场的主流,已在消费者心目中占据着举足轻重的地位。中医药以天然的动植物为原料,其组成多为有机质的蛋白质、氨基酸、生物碱、鞣酸等,与人体结构相类似,很少破坏和干扰人体正常的生理活动,符合世界发展观转向以人为本的可持续发展的潮流,医疗保健观转向提高自身免疫力和整体医疗保健的潮流<sup>[2]</sup>。可以对湖南中医药旅游资源进行广为宣传,提高知名度。

目前,湖南拥有“电视湘军”、“出版湘军”、“报业湘军”、“动漫湘军”等一批风靡全国的文化品牌。尤其是湖南媒体享誉全国,拥有全国顶级的宣传平台,在海内外都拥有相当数量的观众,因此可在这些方面加以充分利用。如利用湖南卫视对湖南中医药旅游资源进行专题报道和跟踪采访,将会引起国内外较大的关注度。报纸如《潇湘晨报》、《三湘都市报》等在省内影响很大,也可以利用报纸这个传媒对于湖南中医药旅游资源的开发进行互动性的讨论,集思广益,收集一些民众的好的提议,也引起民众对参与湖南中医药旅游的兴趣。例如在报纸上开展讨论,引发民众对纪念“药王”的“药王节”活动或神农节的兴趣。民间纪念“药王”,祈求终生平安无疾。但药王节并不为广大民众所知,可以通过在报纸上刊登一些专题讨论引发民众热情。开发诸如养生节、中医旅游节等节日,以此来大作宣传。

除了新闻媒体宣传外,影视宣传也是一个重要渠道。2007年,以青年毛泽东在湖南第一师范求学为题材的红色偶像剧《恰同学少年》在央视首播后,全国上下激起了一股新的毛泽东热和一师热,更为湖南第一师范带来了旅游文化热。借助于《恰同学少年》的影响力和品牌传播,湖南第一师范旅游品牌的创建迎来了新的机遇与挑战<sup>[3]</sup>。这便是影视宣传带来的结果。如果

\* 基金项目 湖南省情与决策咨询研究课题(201011ZZ8)

作者简介 虢剑波(1967-),男,副教授,主要研究方向为政策研究, E-mail:549828973@qq.com

(收稿日期 2011-11-28 接受日期 2011-12-23)

湖南制作药王孙思邈、医圣张仲景之类的影视剧集,在讲叙人物生平时巧妙而生动地将中医药文化内蕴其中,相信一定会引起人们的兴趣。湖南卫视的播出剧与自制剧的收视率一向是全国翘楚,因此,如制作类似于宣传推广湖南中医药文化的影视作品,也可考虑通过湖南卫视播出。

另一方面,可以借鉴央视百家讲坛的方式,在湖南教育电视台、长沙政法频道等电视讲坛上对大众进行深入浅出的湖南中医药文化教育。另外中医药学中的哲学思想,如天人合一、辨证论治、整体观念等理论,可以提升中医药文化的层次,因此可大量邀请湖湘中医名家、大家,阐释湖湘中医文化,倡导关注大医精诚等中医理念,融入湖南中医药独有的医疗方式和养生保健手段,并结合现今的湖南旅游自然资源和湖南中医药优势进行讲解,让民众感觉中医药旅游趣味盎然且意义非凡,从而在深度上扩大其影响力。

## 1.2 形成品牌

品牌对旅游资源的开发是十分重要的。没有文化的旅游是没有灵魂的旅游,而特色旅游文化品牌更是其他旅游产品不可模仿和复制,具有垄断性<sup>[4]</sup>。目前,虽然我国中医保健游已开拓了部分市场,但尚处于混乱、无序发展状态,且规模普遍较小,各地富有特色的中医门派尚未充分发掘,也未开发出满足旅游者个性化需求的配套产品。而湖南的中医药旅游更是处在刚刚起步的一个阶段,很多设施都还不完善,理念也还未成系统,还处于“在路上”的状态,因此,湖南中医药旅游品牌的建立更需要政府的宏观指导及旅游业界、中医业界等相关行业的共同努力。“中医药+旅游”的合作模式要进一步加强,湖南各地要结合当地医学流派、旅游资源特色建设一批集医治康复、养生保健、观光休闲、娱乐等为一体的中医保健旅游点,积极开拓中、高档医疗保健旅游市场,以形成旅游品牌。

湖南中医药旅游资源在分别进行开发的同时,需要注意开发的系统性和整体性,能做到相互呼应,在打造大品牌的同时,又需精心打造和营销各个景点的小品牌。小品牌能合之为一,成为一个完整的大品牌“湖南中医药旅游”,大品牌能化整为零,成为各地的小品牌。“红色旅游”倡导者奥普兹说:“发展旅游必须有一个整体形象。这个形象是某个区域内各种旅游产品特色的高度概括。鲜明、独特、完美的整体形象。对市场有着强大的磁力作用,是激发消费者旅游动机的重要因素<sup>[5]</sup>。”

## 2 加强基础设施建设

首先,尽可能争取政府支持,让政府对中医药旅游加以重视,制定相关性的优惠政策,扶持中医药旅游的发展,让中医药旅游成为湖南省经济发展的新形式和新的经济增长点。其次,要加大招商引资的力度,还要从社会各个企业、团体、个人等渠道争取投资,坚持对内对外开放结合,利用内资和引进外资相结合,扩大融资渠道,力争打造成成熟的产业链。

景区内,完善基础设施建设,提高服务水平。加强公交车站、停车场点等建设,加大对环境卫生的管理、景点标志和指示牌的建设,注重对生态环境保护 and 绿化、空气污染的控制和管理、道路设施的改进等,改善卫生状况、和谐景区建筑、美化环境;另外,重点加强对定点导游员、景区工商户管理者的生态环保意识教育、安全管理,努力营造一个让旅游者舒心、惬意的生

态旅游环境,把导游员队伍建设作为重要的“形象工程”,对其实行动态管理,逐步建立优胜劣汰机制。

景区外,加强对外旅游交通和经济联系。一是让高档、便捷、舒适、准时的旅游车,在相近的景点之间的车站间往返运营;二是高水平、高规格地建设火车站,以便快速列车的停靠及景区形象的美化。通讯网络的畅通也是十分重要的,21世纪的中国,电讯、通信事业发展非常的迅速,信息网点服务全面覆盖,利用这个系统建立医疗旅游信息服务系统,为入境的医疗旅游者提供咨询、投诉、商务预定、旅游救援等全方位声讯服务,可以使得信息传递及时、准确而又全面,具有积极意义<sup>[5]</sup>。

## 3 打造特色旅游产业链、开发中医药旅游多种模式

特色即灵魂,个性即魅力。中医药旅游以天然的动植物为原料,利用药理知识、医疗原理、制作饮茶、药浴、药膳等产品,泡温泉、沙漠泡沙等活动,受到广大旅游者的青睐。旅游业的发展最终有赖于旅游者的流动,而旅游者的流动很大程度上是一种自发的市场行为,旅游者产品偏好与目的地选择趋向都取决于旅游者自身,不考了市场需求的政府行为有可能开发出没有生命力的旅游产品<sup>[6]</sup>。因此,市场化的运作、旅游资源的整合以及产业链的建设都是旅游资源开发中所需要关注的。市场化运作以及旅游资源整合是建设成熟的中医药特色旅游产业链的必要条件。可把相隔较近旅游景点作为一个相对独立的整体,根据区域内和周边地区的旅游资源、交通条件、地理位置,按照旅游经济活动的特点和规律,整体部署旅游资源的开发、旅游景点与设施的建设,以及旅游商品的生产与供应,从而使旅游资源获得最大化的利用和最优化的配置,并最终达到优势互补、共同发展的目的。如构建株洲炎帝陵“神农中医药文化馆”、中国龙山华夏中药文化园、湖南省博物馆马王堆汉墓陈列馆中医药专馆以及湖南中医药大学中医药博物馆,以及打造“炎帝陵—马王堆汉墓—仲景祠—药王庙—湖南中医药大学博物馆”湖湘中医文化精品旅游产业链等。

在注重传统开发的同时,应结合不同层次、年龄的人群需求,延伸旅游产品。中医药旅游的受众市场可分为:①老年人市场。可适时推出“保健旅游”、“夕阳红之旅”之类的特色旅游,开拓出新的旅游市场和产品。②女性市场。相信中医减肥与美容旅游产品、中医药膳调理旅游产品、医疗整形美容产品等产品将会对女性市场产生巨大的吸引力。③特殊人群市场。针对这块市场,可开发“康复疗养”和“医疗旅游”的相关产品,促进我国的现有疗养机构、中医康复理疗机构与旅游部门的合作,为人们提供更优质的医疗旅游服务。④外国人市场。外国人对中医一直怀有浓厚的兴趣。因此,针对这些不同受众的不同需求,可开发出不同的旅游产品。如针对讲究养生之道的老人,则可以推出饮保健茶、泡药酒、教授练气功和打太极拳等项目,针对讲究生活品质的特殊人群,则可以推出药膳食疗等项目,针对讲究自然美容法的女性,可以推出药浴美容等项目,针对具有强烈求知欲和好奇心的外国人,可开展湖南中医药草考察和标本采集等融户外探险和科学考察于一体的活动等等。

另外,从整体人群的需求来看,则可开发满足旅游者旅游需求的不同形式的活动。开发诸如中医药购物旅游、中医药观光旅游、中医药会展旅游、中医药体验旅游等多种模式。



### 3.1 中医药购物旅游 -- 建立九芝堂中医购物旅行线

中医药购物旅游是中医药旅游中常见的模式。旅游者可以去原产地或集中于某地购买中药材、常用中药饮片、特制药方和中成药等,既可作为自身居家疗养之物,还可作为珍贵的纪念品和送礼佳品。中医药是中国广大入境旅游者喜爱的旅游商品。据调查,旅游者购买人数最多的10种商品中,中药材位列第一;1997年,国家旅游局在10个口岸城市开展的入境旅游者购物抽样调查显示,旅游者购买人数最多的10种商品中,中成药和保健品位列第四;在2000年入境旅游者购物抽样调查中,中成药和保健品是旅游者最感兴趣的商品之一<sup>[7]</sup>。湖南中医药现有肝复乐、古汉养生精、乙肝宁、驴胶补血颗粒、妇科千金片、中药超微饮片等全国知名产品,不少旅客是慕名前来购买。北京同仁堂已经成为了北京中医药旅游购物者必经之地,杭州的胡庆余堂也成为中医药旅游目的地,接待了大批的国际游客。而长沙九芝堂还未将自身的品牌打造成为国际知名的中医药旅游胜地,九芝堂作为旅游购物资源的潜力值得挖掘。可以以九芝堂为窗口来构建湖南中医药旅游购物风光带。力争让游客在九芝堂里能买到各种代表湖南中医药特色的养生药品,并对全省的药物购买有一个总体的了解。

目前,在全国范围内,从现实情况来看,中医药旅游目前还处在旅游团队的观光游层面,而非深层意义上的康疗和连带购物。由于医疗体系等支撑条件的不足,中医药旅游还未达到产品与市场的深层次结合,市场尚处在零散、不系统的状态,缺乏互动性,难以扩大现有规模。就全国来看,旅游市场上缺乏正确引导人们进行养生保健、强身延年的中医药机构,还没有出现经营中药旅游商品的名牌市场<sup>[8]</sup>。湖南中医药旅游也是如此,因此,湖南中医药购物旅游也应进行在建立在市场调研基础上的旅游产品设计,唤起海内外旅客的购买欲望。

### 3.2 中医药观光旅游 -- 建立南岳、龙山药用植物园

观光是旅游的一大功能。外出旅游是治疗亚健康较好的方法之一。旅游能脱离造成抑郁的恶劣生活环境,获得心理学上所谓“移情易性”的效果,使人身心都得到疗养。在强烈的感受自然、强身健体的市场需求中,健康的新主题日益体现于活跃的旅游市场。尤其是中医绿色疗养,更在乎贴近大自然,让游客们于自然中接受传统中医疗法,于治疗中享受大自然的滋润。因此,“中医疗养游”日益得到游客们推崇<sup>[9]</sup>。自然风光优美怡人,所以其展示是湖南中医药文化旅游的重要构成部分,同时,结合湖南中医药资源简历中医药草种植基地,也可以作为观光内容。

强化中医药人文旅游资源开发,进行全方位多层次的深度开放,充分挖掘景点的人文特色,将古代中医药的逸闻趣事搜集整理,将自然风光、名胜古迹等资源进行整合,融入中医药的理念,突出湖南中医独有的医疗方式和保健养生特色等等。让游客对其中的文化内涵加以了解,使游客在观光的同时也能感受湖南中医药文化的博大精深。

2007年,广州旅行社推出广东省内首条中医药旅游线路,市民可随团尽赏300余种中草药。北京森林国际旅行社和北京伊美尔专业女子医疗机构联合在山东推出“美丽之旅”大型医疗旅游活动,其中包括“北京康旅健身森林之旅”、“神秘瑞

士回春之旅”等旅游项目<sup>[10]</sup>。因此可以在湖南中医药旅游资源的挖掘中注意开发那些与湖南中医药历史发展相关的名胜古迹。倾力打造张家界、南岳、崀山、洞庭湖、龙山等中具有开发潜力的中医药文化资源和项目。

### 3.3 中医药会展旅游 -- 建立麓山药谷

所谓会展旅游,就是通过举办各种类型的大型国际展览会、博览会、交易会、运动会、招商会等。吸引大量客人来洽谈贸易、观光旅游,进行技术合作、信息沟通、人员互访和文化交流等,以此带动交通、旅游、商业、餐饮等多项相关产业的发展。

如在1999年的昆明园艺博览会期间,在美丽的世博园内,就专门设有药草园,园中多姿多彩的药草树木、药品陈列室、医药学家李时珍的雕塑、太极阴阳图集,满足了游客的要求,显示了中华民族传统文化的内涵。因此在这个层次的旅游资源的开发则可以利用湖南中医药大学和中医药研究所人才集中、专家资源和现有条件丰富的优势,设国医堂、国药堂、药膳堂、药浴针灸推拿保健中心、中医药文化馆、中医药技能培训中心、养生保健培训中心等。选取适合的国医馆。组建中医养生会所,主要针对高端旅游消费市场,开发充分展现中医养生理念的多种产品。通过中医师的一对一诊治,打造个性化的养生保健方案。从规律生活作息、调整饮食结构、到相配套的室内或户外身体锻炼如瑜伽、气功、按摩,再到精神层次的静养等,形成完整的产品体系。此外,岳麓山上风景优美,草木繁盛,湖南中医药大学所在的含浦科教园正位于岳麓山下。可在湖南中医药大学开设药草园,或者在直接在岳麓山上开辟药谷专种草药,以吸引来此旅游的人群,并联合打造中医药旅游产业链。

### 3.4 中医药体验旅游 -- 创建养生之都

所谓体验,就是企业以服务为舞台、以商品为道具,环绕着消费者,创造出值得消费者回忆的活动。体验是内在的,存在于各个人心中,是个人在形体、情绪、知识上参与的所得,来自个人心境与事件的互动,因人而异、因事而异。旅游产品的本质就是向消费者提供一种或多种经历或体验。中医药体验式旅游也伴随着这股潮流应运而生,其主要特点是游客亲身体验中医药文化,了解中医中药的博大精深,宣传中医药在养生保健方面功能<sup>[11]</sup>。

在具体的开发模式上,应采用动态开发、静态开发和商品开发结合但以动态开发为主的开发策略,以活动的安排为主,通过亲自参与的方式让游客进入特定的中医药文化氛围,并从中获得愉悦和陶冶。开发模式不能仅仅停留在游客静观和简单的商品开发这一浅层次上,而应加大以游客为中心的体验旅游,让游客进入特定的中医药文化环境中,参与药草采集、标本制作等活动,充分满足游客求新求奇的旅游心理。在湖南中医药文化旅游的过程中,在满足了视觉感受后,可以根据游客的不同层次需求,开展专家进行个性化健康咨询,体验药浴、藏药膳等传统中医健康保健服务。让游客亲眼目睹中医师们把脉、开方、针灸、气功、推拿的治病过程,并提供现场诊疗与保健服务。可以让游客在百草园中欣赏、辨认中草药,电脑模拟人体上找针灸穴位,模仿学习“五禽戏”的动漫等。广州旅行社曾推出省内首条医疗旅游线路,旅游者可到中药制剂中心参观,目睹中药的炮制、加工、合成过程。看着那些根、茎、叶、花果都变

成了治疗疾病的药材,老外们都觉着很新鲜,"有人捏几粒枸杞放到嘴里,有人抓包鲜薄荷闻一闻"<sup>[5]</sup>。

#### 4 培养专业人才

高水平的旅游需要在不同层面、不同岗位都有高水平的管理人才。高质量的旅游更需要高水平的服务队伍。这两方面湖南都处在劣势。

旅游教育的发展、人才的聚集、学术交流的增多,无形中会使当地旅游经济的发展更富活力<sup>[12]</sup>。所以人才是旅游发展的关键,中医药专项旅游要发展,必须要有一大批专业人才,要有一支包括地质和生态环境、历史文化、管理营销、旅游经济、园林建筑、中医药等方面的专业队伍,合理分工、优势互补,共同发展中医药专项旅游。

因此,一方面必须要对重视对中医药旅游专业人才的培养,可在湖南高校开设中医药旅游相关专业来进行教学与培训。另一方面可引进高素质高学历且具有丰富旅游经验的专业人员来进行管理和教学,完善能力导向的用人机制和绩效导向的考评体系,并在之中选出佼佼者,请他们去相关专业任教,任教方式以通过带领学生去中医药旅游景点进行实习的方式来掌握知识为主,杜绝理论脱离实际的倾向。各个中医药旅游景点也应积极配合,对学生实习敞开大门。

#### 参考文献(References)

- [1] 方成武, 杨洁, 杨晨, 等. 安徽中医药文化创意产业发展之思考[J]. 安徽中医学院学报, 2009, 28(5): 7-8  
Fang Cheng-wu, Yang Jie, Yang Chen, et al. Thinking of creative industry development of Anhui TCM culture[J]. Journal of Anhui TCM College, 2009, 28(5): 7-8
- [2] 张群, 张玉华. 中医药旅游开发探讨[J]. 商业现代化, 2006, (总 488): 272-273  
Zhang Qun, Zhang Yu-hua. Discussing of TCM journey development [J]. Commercial Modernization, 2006, (total 488): 272-273
- [3] 游昀. 论红色旅游资源的开发 - 以湖南第一师范青年毛泽东纪念馆为例[J]. 湖南第一师范学报, 2009, 9(4): 121-123  
You Yun. Red tourism and the development of tourism resources in Hunan First Normal University [J]. Journal of Hunan First Normal University, 2009, 9(4): 121-123
- [4] 彭蝶飞, 崔海波, 伍海琳, 等. 基于调查分析的南岳衡山生态旅游市场发展对策[J]. 经济地理, 2008, 28(2): 347-352  
Peng Die-fei, Cui Hai-bo, Wu Hai-lin, et al. Study on the development countersure of eco-tourism market of mountain heng based on a survey[J]. Economical Geography, 2008, 28(2): 347-352
- [5] 张文菊. 我国医疗旅游发展对策研究[M]. 西南大学硕士毕业论文, 2008  
Zhang Wen-ju. A research on medical tourism of China[M]. The Master Graduation Thesis of Southwest University, 2008
- [6] 袁新华. 面向泛珠三角区域合作的湖南旅游发展战略分析[J]. 旅游学刊, 2005, 20(14): 48-52  
Yuan Xin-hua. An analysis of Hunan development strategy towards Pan-Pearl river delta cooperation [J]. Journal of Tourism, 2005, 20(14): 48-52
- [7] 钟志平. 我国旅游商品市场诊断及旅游商品开发创新能力分析[J]. 湖南社会科学, 2003, (3): 105-107  
Zhong Zhi-ping. Diagnosing our country's travel commodity market and analysing tour commodity development innovation ability [J]. Hunan Social Science, 2003, (3): 105-107
- [8] 来逢波. 开发中药旅游商品市场的思路[J]. 经营与管理, 2006, (11): 14-16  
Lai Feng-bo. Thinking of tour commodity market for exploit TCM [J]. Management and Administration, 2006, (11): 14-16
- [9] 刘德喜. 发展 " 中医疗养游 " 之探讨[J]. 中医药学术发展大会论文集, 2006, 5(11): 36-39  
Liu De-xi. Discussion of the traditional Chinese medicine's recuperation in tour development[J]. TCM Academic development conference thesis, 2006, 5(11): 36-39
- [10] 晨露. 医疗旅游登陆山东出国看病更方便了 [J]. 当代健康报, 2004.11.18  
Chen Lu. It is convenience to go abroad see a doctor for medical tour landing Shandong[J]. News of contemporary healthy, 2004.11.18
- [11] 张群, 张玉华. 在养生中体验旅游 - 中医药旅游开发探讨[J]. 商业经济文萃, 2006, (4): 29-30  
Zhang Qun, Zhang Yu-hua. Experienced travel in keeping good health-discussing TCM journey exploiting [J]. Commercial Economics Review, 2006, (4): 29-30
- [12] 马勇. 在海南办一流旅游大学 培养旅游专业人才[J]. 南海网, <http://news.sohu.com/20100306/n270620304.shtml>, 2011.3.6  
Ma Yong. Running first-class tourism university in Hainan Cultivating tourism professional [J]. South China Sea Nets, <http://news.sohu.com/20100306/n270620304.shtml>, 2011.3.6, 2011.3.6