

青岛市康养旅游产业创新发展多维分析 与启示

郑玮

(青岛港湾职业技术学院海事学院, 山东 青岛 266404)

摘要: 康养旅游属于现代旅游业的新型业态。追求健康养生的旅游体验已经成为当今旅游者的真实需求。青岛市康养旅游产业在空间资源分布上, 呈沿海一线为主, 内陆为辅格局; 在产业战略选择上, 以市场为主, 多种类型并举; 在产品维度上, 以滨海、森林、温泉康养为主, 多种类型产品综合发展; 在品牌塑造上, 以复合品牌宣传为主。青岛市康养旅游产业创新发展应坚持协调发展, 拓展康养旅游消费空间; 扩展市场主体, 积极培育本土企业; 打造特色康养旅游产品体系; 加强品牌建设, 拓宽营销渠道等。

关键词: 康养旅游; 青岛市; 多维分析

中图分类号: F590 **文献标识码:** A

0 引言

在实施健康中国大战略政策下, 康养旅游产业作为旅游新业态得到快速发展。康养旅游产业作为交叉融合型产业, 其包含养老服务业、旅游业、医疗保健业、休闲业、房地产业以及文化产业等多个产业, 已逐渐成为我国国民经济新的增长点和活力源泉。随着《“健康中国 2030”规划纲要》的出台, 人们对健康和养生的认知和了解日益深入也愈加重视。党的二十大报告强调推进健康中国建设, 深入开展健康中国行动和爱国卫生运动, 倡导文明健康生活方式。康养旅游产业作为旅游界新业态, 符合当今人们对于旅游需求从求快到求质的转变。青岛市作为旅游经济发展的中心城市、著名的滨海度假旅游城市, 应积极迎合旅游新业态发展。本文从多维视角全面分析青岛市康养旅游产业创新发展态势与特征, 探索适合本地区实际情况的康养旅游发展之路, 促进

青岛市旅游产业转型升级和高质量发展。

1 国内外康养旅游产业相关研究

1.1 国外康养旅游产业相关研究

国外有关康养旅游产业的研究涉及不同角度。Mueller H 等人 (2001) 首次在欧洲旅游进程中提出健康一词被广泛关注, 并提出当前健康产业涉及的康养项目供应需求不断增加, 而其健康服务质量越来越成为健康产业生态竞争的核心因素。因此, 质量管理起着重要的作用^[1]。Lanz Kaufmann 提出康养旅游是基于当前游客需求不断提升的一种新旅游方式, 为了维护和改善健康状况采用天然疗法等方式来寻求新的旅游体验^[2]。Éva Csirmaz 等人 (2015) 认为健康旅游产业在旅游行业中力量越来越大并呈现不断持续发展的趋势, 并对国际和国内有关健康旅游的发展趋势进行了深度研究, 规划建设国际健康旅游市场

收稿日期: 2022-12-15

作者简介: 郑玮, 女, 硕士, 讲师。

基金项目: 2021 年度青岛市社会科学规划研究项目: “青岛市康养旅游产业创新发展测度及提升策略研究” (QDSKL2101333); 校级人文社科项目: “优质旅游视角下邮轮旅游产品发展路径探析” (QDGW2019S02)

的蓝图^[3]。

1.2 国内康养旅游产业相关研究

国内有关康养旅游产业的研究也涉及不同角度。张霄(2016)指出具有养老、医疗、养生、文化、体育、旅游等多方产业结合的康养旅游产业在中国得到快速发展,加上中国老龄化程度不断增加,康养旅游产业将成为旅游新兴产业^[4]。周永(2018)指出康养旅游产业作为现代服务业的重要组成部分已经逐步发展成为新兴的战略性支柱产业,康养旅游产业不再只是将原来传统的养老产业作为发展根本,而是呈现与其他产业积极融合发展的趋势^[5]。潘雅芳等(2021)在分析后疫情时代康养旅游产业发展机会与风险时,提出康养旅游在产品开发、基地建设、标准推行等方面适合当今新情景下的发展之路^[6]。

综上,国内研究呈现出研究内容逐渐细化和深入的特征,反映出相关研究的广阔前景,但仍缺乏从多维角度全面审视区域性康养旅游产业的综合研究。同时,已有成果多局限于理论、内涵的解读,缺少对具体地区实践进程研究和探讨。因此,本文以青岛市为案例,对当前康养旅游产业进行深度剖析,同时对于该地区发展中具有特色经验的成功案例进行提炼,以期进一步促进青岛市康养旅游产业的发展。

2 研究对象与数据来源

2.1 研究对象

青岛作为国家级历史文化名城,因清新的空气、优美的环境、旖旎壮美的海滨风景线被誉为中国最宜居城市。青岛的沙滩、海岛、湿地、温泉、中医药资源都是发展康养旅游的重要养生康疗资源。加上天然的地理位置、优越的海洋岸线和景观资源、浓厚的历史文化底蕴、丰富的海洋康养资源,青岛打造康养旅游产业具有先天的资源优势。本文以青岛市的康养旅游产业作为研究对象,从空间维度、战略维度、品牌维度、产品维度系统地探索青岛市康养旅游产业发展的实践经验,提炼适合青岛市康养旅游产业的特色发展路径。

2.2 数据来源

本文数据主要从以下几个渠道获取:一是检索中国知网等中文数据库上有关青岛市各区县康养旅游的期刊论文、硕博学位论文、会议报纸等文献;二是使用百度等搜索引擎检索青岛市各区

县康养旅游发展的新闻报道、会议介绍、宣传资料等;三是全面收集青岛市知名康养旅游企业(集团)、试验区(示范区)等宣传资料;四是查询青岛市各区县政府网站的政府文件、年度政府工作报告以及搜索各区县政府网站涉及康养旅游或大健康产业的政策、文件、规划等资料。通过梳理二手资料,全面了解青岛市各区县的康养旅游产业发展的历史沿革、资源禀赋、产业布局、产品类型、发展态势及现状特征。

3 青岛市康养旅游产业多维分析

3.1 空间维度:呈现沿海一线为主,内陆为辅格局

如表1所示,青岛市康养旅游产业的空间布局大致分布在以市南区、崂山区、西海岸新区等为主的沿海一线区域和以胶州市、莱西市等为主的内陆区域,各个区域均有自己康养旅游特色并已形成独特品牌。

以市南区、崂山区、西海岸新区等为主的沿海一线康养旅游度假区包括滨海风景区、崂山湾国际生态健康城、即墨玫瑰小镇以及青岛市重点打造的海水热疗滨海度假酒店集群,包含唐岛湾、红树林、龙湾等海水热疗康养度假酒店集群和即墨区海洋温泉酒店集群,共同打造国际知名的海洋康养旅游度假中心。

以胶州市、莱西市等为主的内陆多形态康养旅游度假区则包括以大泽山为主的森林康养旅游、琅琊台四时养生系列文化旅游项目、桃李春风文化健康产业园等多种类型康养项目,着力打造医养健康胜地。

表1 青岛市康养旅游的空间格局分布

区域	地理范围	产品分类	典型案例
市南区、崂山区、西海岸新区、即墨区	青岛沿海一线,包括青岛市滨海风景区、崂山湾、鳌山湾、灵山湾等	滨海休闲养生	崂山湾国际生态健康城、即墨区海洋温泉酒店、即墨玫瑰小镇、华侨城欢乐莲山国际康养度假区、凤凰岛旅游度假区
胶州市、西海岸新区	胶州湾一带、琅琊台	高端医疗旅游、中医药特色康养项目	藏马山康养旅游项目、琅琊台四时养生系列文化旅游项目、桃李春风文化健康产业园
莱西市、崂山区、西海岸新区	大泽山、珠山山脉、崂山山脉	森林康养旅游	崂山国家森林公园、珠山国家森林公园、大泽山风景区

3.2 战略维度：以市场为主，多种类型并举发展模式

如表2所示，青岛市大部分康养旅游产业采用市场驱动型集聚发展模式，以康养旅游客源市场为中心，通过资本要素聚集方式来发展康养旅游集群、综合体、示范区、康养旅游小镇等。如海水热疗滨海度假酒店集群、即墨玫瑰小镇等。这类产业发展模式资金来源快，经济效益驱动快，对于企业发展有较高吸引度，但同时也存在资源开发乱投入等现象。

对于具有自然生态资源优势但经济发展程度不高的区域一般选择资源驱动型集聚发展模式，围绕康养旅游资源富集的区域布局发展康养旅游全产业链，以构筑多方位的康养旅游产业生态系统。比如崂山国家森林公园、珠山国家森林公园等，以森林康养旅游形态带动其他附属康养旅游项目发展，从而形成多业态康养旅游。这类产业发展模式具有较强资源保护性的特质，为自然资源保护发展提供较好的平台；同时政府相关政策支持力度大，受众面积较广，品牌影响力较高；但同时也存在资金来源少，相关康养旅游配套设施不全等问题，导致康养旅游产业特征不明显。

同时，青岛市也存在实施行政驱动型集聚发展模式，通过行政划拨式国有企业重组打造地区大型康养旅游企业集团，发挥龙头企业的标杆引领和辐射带动效应。例如青岛旅游集团下属青岛旅游集团温泉度假酒店就是一家集温泉洗浴、休闲度假、养生保健、康体娱乐于一体，以打造“温泉时尚健康人生”为个性化康养旅游项目的大型康养旅游企业。这类产业发展模式具有较强资金保障，政策支持力度大，具有先前开发优质项目条件，同时也存在市场敏感度不高、依赖国有资本较为严重等现象。

表2 青岛市康养旅游产业战略发展模式分布

发展模式	发展特点	典型案例
市场驱动型	资本要素集聚、市场接受程度高	海水热疗滨海度假酒店群、即墨玫瑰小镇
资源驱动型	资源保护为主、良好政策支持、受众面广、品牌影响力大、市场活力较弱	崂山国家森林公园、珠山国家森林公园、大泽山名胜风景区
行政驱动型	较强资金保障、政策支持力度大、市场敏感度较弱	青岛旅游集团温泉度假酒店

3.3 产品维度：以滨海、森林、温泉康养为主，多种类型综合发展

如表3所示，青岛市基于丰富的康养旅游资源，立足自身资源禀赋，运用新技术、新载体、新形式、新功能、新平台等创新要素，以创新康养旅游产品为重点，构建具有竞争优势的康养旅游特色产品体系，已初步形成滨海康养、森林康养、温泉康养为主的康养旅游产品，同时医疗康养、休闲康养等产品形式也不断发展。青岛市作为著名的海滨城市，拥有丰富的海洋旅游资源。其中以滨海游为主的海洋旅游资源开发处于全国前列，如汇泉海水浴场、石老人海水浴场以及被誉为“亚洲第一滩”的金沙滩风景区等。其中海水冲洗、海水游泳、海水冲浪等多种旅游体验方式为康养旅游产品提供了优质的自然条件。

青岛市拥有较多山林资源，包括崂山、大小珠山、藏马山、琅琊台、大泽山等丰富的山林山地资源。当地政府积极融合传统民俗文化特色，开发一批高端康养度假产品，升级一批精品休闲旅游项目，并全面提升配套设施建设水平和旅游服务品质，争取打造国内知名山地山村休闲度假旅游聚集区；同时强化城市天然氧吧功能，科学合理布局生态公益林和商品经济林，制定山林生态系统综合保护方案，进一步完善森林生态结构，加大相关配套设施建设力度，强化森林康养旅游功能，合理配置不同特色、不同类型的生态健康产品，满足多元化的森林康养旅游市场需求。通过举办高品质森林文化旅游活动，让广大人民群众共享森林文化旅游发展成果，打造具有青岛特色的森林文化旅游品牌。

青岛市位于蕴藏丰富地热资源的胶东半岛区域，因断裂交汇形成特殊的地质板块构造易形成天然温泉。在即墨区域拥有独一无二的海水溴盐温泉。该温泉含有丰富的钙、锰、锶、镁、锂等几十种对人体健康有益的微量元素，为青岛市开发温泉康养旅游提供了良好的自然条件。

除了以上几种主要康养旅游产品，青岛市还积极开发推动中医药传承创新发展，鼓励和支持中医药特色康养项目的开发推广，持续推进康复大学、崂山湾国际生态健康城、桃李春风文化健康产业园等医疗康养旅游产品。同时，也积极开发即墨玫瑰小镇、华侨城欢乐莲山国际康养度假区等休闲康养旅游产品。

表3 青岛市康养旅游产品类型分布

地区	产品类型	典型产品
市南区、崂山区、黄岛区	滨海康养旅游	汇泉海水浴场、石老人海水浴场、金沙滩风景区
崂山区、黄岛区、平度市	森林康养旅游	崂山、大小珠山、藏马山、琅琊台、大泽山
即墨区	温泉康养旅游	即墨温泉小镇
崂山区、胶州市	医疗康养旅游	崂山湾国际生态健康城、桃李春风文化健康产业园
即墨区	休闲康养旅游	即墨玫瑰小镇、华侨城欢乐莲山国际康养度假区

3.4 品牌维度：复合品牌宣传为主

青岛市康养旅游品牌战略以“仙境海岸”品牌为引领，在大品牌下分出各具特色小品牌，统一对外宣传。“仙境海岸”旅游目的地品牌主要内容是以“道法自然”“天人合一”“养生养心”等健康文化性质为主体概念，依托当地丰富的海洋旅游资源和独特的道教文化，营造沐浴阳光、畅游大海、品尝海鲜、愉悦身心、逍遥自在、闲时安逸的“人间仙境”旅游休闲度假氛围，展现出青岛地区独特的滨海康养旅游和历史文化的内涵和韵味。同时，在“仙境海岸”旅游目的地品牌运作下，繁衍出“红瓦绿树，碧海蓝天”滨海休闲康养旅游品牌、“天上人间，海上崂山”以崂山为主的森林康养旅游品牌、“中国海洋温泉小镇”即墨海洋温泉康养旅游品牌、“登上琅琊台，好运自然来”琅琊台四时养生康养旅游品牌等，从而形成在大品牌主导下小品牌各自发展的复合品牌宣传推广为主的品牌塑造模式。

4 青岛市康养旅游产业创新发展的多维作用机制分析

青岛市康养旅游产业基本形成了以沿海一线为主、内陆为辅的空间维度分布格局，以市场为主、多种类型并举发展模式的战略维度，以滨海、森林、温泉康养为主，多种类型共同发展的产品维度，以复合品牌宣传为主的品牌维度。从空间维度、战略维度、产品维度、品牌维度四个方面分析青岛市康养旅游产业创新发展规律，可以发

现四者相辅相成、交互影响，共同促进了青岛市康养旅游产业创新发展。首先，空间维度影响了战略维度、产品维度、品牌维度选择和发展。地理位置决定了其产业发展方向、产品创新及营销模式，从本质上规划了区域内康养旅游产业发展格局和形式。战略维度决定了产品维度形成类型以及发展动向，产业发展方向决定产品创新结构过程，二者相辅相成，共同作用于整体康养旅游产业发展框架。品牌维度和产品维度相辅相成、交互影响。产品塑造品牌，而品牌营销产品。品牌维度是战略维度的支撑，保障战略维度的合理发展。空间维度、战略维度、产品维度、品牌维度四个发展维度的交互作用，形成了一个网络动态平衡关系（图1），持续推动青岛市康养旅游产业创新发展螺旋式上升。

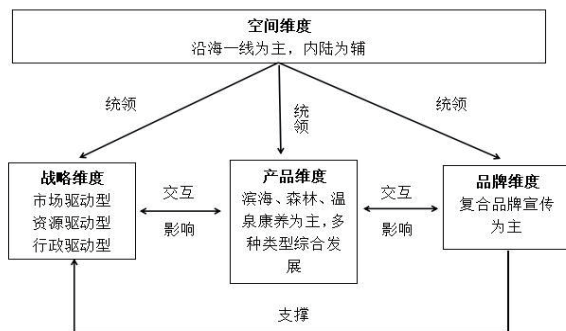


图1 青岛市康养旅游产业创新发展多维作用机制分析图

在空间上，整体以沿海一线为主康养旅游产业较多，并发展成熟，在国内外具有较高品牌影响力；内陆区域康养旅游产业主要以医疗、森林等新型康养旅游项目为主，具有多种类型并行发展的趋势。这为康养旅游产业战略选择、产品类型、品牌宣传提供了一定基础条件。在战略上，大部分康养旅游产业以资本运作为主，同时辅助资源型、行政主体型产业发展模式，各产业发展模式均有各自特点。以市场运作为主的产业模式为产品类型发展提供活力和方向，同时多样化产品为以市场为主运行的产业发展提供了动力。在品牌上，青岛市康养旅游产业在其大品牌下运作发展，形成了较强影响力和品牌知名度，同时繁衍出各自小品牌形成独特号召力。既有大品牌推广力，又不失小品牌吸引力，为康养旅游产品推陈出新提供一定保障，同时产品附和品牌发展进行精细化创新。四是在产品上，青岛市除了以滨海康养、森林康养、温泉康养为主体康养旅游项

目,同时还有其他新型康养旅游项目在全面开花。这为打造完整康养旅游产品体系提供了基础,为后续引进新的康养旅游项目提供了平台,为品牌宣传的丰富性提供了资源基础。

5 青岛市康养旅游产业创新发展多维研究启示

5.1 坚持协调发展,拓展康养旅游消费空间

重点发展滨海康养旅游、森林康养旅游、温泉康养旅游等多元文旅业态,打造复合型产品体系,丰富消费层次和内容。构建“纵横交错”的旅游发展网络,以推动城乡一体化发展为契机,打造城-区-县-乡纵向区域发展体系;以“仙境海岸”品牌为引领,打造滨海沿线和胶东半岛群横向区域发展体系,不断拓展旅游消费空间。

5.2 扩展市场主体,积极培育本土企业

树立平台思维,依靠资本力量,坚持培育和引进并重的原则,支持康养旅游企业做大做强,壮大支撑市场长期运行的主体力量。整合配置优势资源,加大对本土重点康养旅游企业的扶持力度,支持有条件的旅游企业进行股份制改革,步入证券化轨道,依靠金融及社会资本力量做大做强。鼓励康养旅游企业立足市场需求,以内容建设为核心加大研发投入力度,打造高品质旅游产品,积极参与市场竞争。坚持创新驱动战略,推动技术要素向中小微企业转移。建设康养旅游产业创客示范基地,探索开展旅游创客服务行动。聚焦企业发展需要,在数字转型、智能升级、科创融合等领域提供专业化服务指导,孵化培育一批以创新创造为核心竞争力的本土旅游企业,打造现代化高品质旅游产业集群。

5.3 打造特色康养旅游产品体系,充分挖掘全市康养旅游资源

推动滨海康养、森林康养、温泉康养创新发展,鼓励和支持具有文化特色康养项目的开发推广,持续推进青岛海泉湾康养旅游基地和灵山岛森林康养旅游基地首批康养旅游示范基地的建成,同时积极扶持以崂山湾国际生态健康城、桃李春风文化健康产业园等为主的医疗康养旅游和以即墨玫瑰小镇、华侨城欢乐莲山国际康养度假区等为主的休闲康养旅游项目大力发展,力争创建省级文旅康养融合发展示范区,着力打造国际康养旅游度假胜地。

5.4 加强品牌建设,拓宽营销渠道

加强对旅游市场和游客心理的分析研判,全面对标国内外重点康养旅游城市品牌,推出符合康养旅游品牌特色的推广文案和视觉形象。推动康养旅游品牌进机关、进企业、进社区,鼓励社会各界依托康养旅游特色品牌进行宣传推广。探索开展康养旅游品牌宣传效果监测工作,从品牌辨识度、传播热度、游客评价等方面进行系统测评,优化调整品牌营销策略和宣传手段,持续提升国际化旅游目的地城市形象。对客源渠道、产品渠道、宣传渠道等进行整合重构,引进国内外媒体资源,联合景区、酒店(民宿)、旅行社、OTA平台共同组建高层次营销联盟,建立“资源整合、统筹管理、多方联动”的整体营销机制。把握新媒体、自媒体时代的信息传播特点,整合联盟成员单位宣传营销资源,深入推进联合宣传推广工作。探索建立新媒体传播监测机制,及时发现宣传热点,提升宣传效率。

参考文献:

- [1]Hansruedi Mueller,Eveline Lanz Kaufmann. Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry[J]. Journal of Vacation Marketing . 2001.
- [2]Lanz — Kaufmann, E. Wellness tourism: Decision principles for investments and quality improvements [M]. In series Berne studies on leisure and tourism. Bern. 2002.
- [3]Éva Csirmaz , K á roly Pető. International Trends in Recreational and Wellness Tourism[J]. Procedia Economics and Finance, 2015, Vol.32, pp.755–762 Elsevier.
- [4]张霄. 康养产业:全民关注的新兴产业[J]. 当代县域经济, 2016, (12):61–62.
- [5]周永. 康养产业融合的内在机理分析[J]. 中国商论, 2018, (26):160–161.
- [6]潘雅芳,王玲. 后疫情时期我国康养旅游发展的机遇及建议[J]. 浙江树人大学学报(人文社会科学), 2020, 20(03):1–5+13.

Multi-dimensional Analysis and Enlightenment on Innovation and Development of Health Tourism Industry in Qingdao

ZHENG Wei

(Maritime Department, Qingdao Harbour Vocational and Technical College, Qingdao 266404, China)

Abstract: Health tourism is a new form of modern tourism. The pursuit of health and wellness tourism experience has become the real demand of today's tourists. This paper analyzes the development law of Qingdao's health tourism industry from four dimensions of space, strategy, product and brand. The results show that the distribution of spatial resources is mainly along the coastal line and supplemented by inland. In the choice of industrial strategy, the market is the main, multiple types of simultaneous development model; In terms of product dimension, coastal, forest and hot spring health care are the main products, with comprehensive development of various types of products; In brand building, to compound brand publicity. Therefore, adhere to the coordinated development, expand the health tourism consumption space; Expand market entities and actively cultivate local enterprises; To build a system of characteristic health tourism products; Strengthening brand construction, expanding marketing channels and so on Qingdao health tourism industry innovation development enlightenment.

Key words: health tourism; Qingdao ; multidimensional analysis

(上接 42 页)

Research on the Three-dimensional View of COSCO Shipping Culture Communication

LIU Xia

(Center of Science and Innovation, Qingdao Ocean Shipping Mariners College, Qingdao 266427, China)

Abstract: Deepening the reform of state-owned enterprises, promoting high-quality development, telling good corporate stories, and shaping the brand of state-owned enterprises are the inevitable requirements for the development and growth of state-owned enterprises. With the Guidance on Strengthening the Brand Building of Central Enterprises as a reference, this paper focuses on three dimensions, namely value dimension, content dimension and path dimension, and systematically studies and answers three important questions: "Why to tell a good enterprise story", "what kind of enterprise story to tell" and "how to tell a good enterprise story". Through the research, we hope to strengthen the innovation of communication means and discourse methods, tell the story of COSCO Shipping well, and continue to make new exploration and greater contribution to improve the social visibility and public reputation of the group.

Keywords: COSCO Shipping culture; value; content; the path