

健康 与 旅游

主 编 杨奇美

 哈尔滨工程大学出版社
Harbin Engineering University Press

健康与旅游

主编 杨奇美

内 容 简 介

本书是一本为数较少的研究旅游与健康融合之书,书中内容涵盖面较广、编排科学合理、体例清新简约,可供健康类和旅游类高校作为教材使用,也适合作为同领域内培训机构的教材,也可供高校研究机构学者、旅游和健康企业的经营管理者作为参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

健康与旅游/杨奇美主编. —哈尔滨:哈尔滨工程大学出版社,2018.8

ISBN 978-7-5661-2055-7

I. ①健… II. ①杨… III. ①旅游保健 IV.
①R161

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 161486 号

选题策划 薛 力

责任编辑 张忠远

封面设计 刘长友

出版发行 哈尔滨工程大学出版社

社 址 哈尔滨市南岗区南通大街 145 号

邮政编码 150001

发行电话 0451-82519328

传 真 0451-82519699

经 销 新华书店

印 刷 北京中石油彩色印刷有限责任公司

开 本 787 mm × 1 092 mm 1/16

印 张 12.5

字 数 222 千字

版 次 2018 年 8 月第 1 版

印 次 2018 年 8 月第 1 次印刷

定 价 40.00 元

<http://www.hrbeupress.com>

E-mail:heupress@hrbeu.edu.cn

前 言

近年来,党中央、国务院高度重视健康旅游等新兴产业的发展。2016年10月,党中央、国务院印发的《“健康中国2030”规划纲要》提出,要积极推进健康与旅游融合,催生健康新产业、新业态、新模式,制定健康旅游行业标准、规范,加快推进健康旅游产业的发展。随之,2017年5月18日,国家卫生计生委、国家发展改革委、财政部、国家旅游局、国家中医药局联合印发的《关于促进健康旅游发展的指导意见》提出,到2020年,建设一批各具特色的健康旅游基地,形成一批健康旅游特色品牌,推广一批适应不同区域特点的健康旅游发展模式和典型经验,打造一批国际健康旅游目的地。到2030年,基本建立比较完善的健康旅游服务体系,满足群众多层次、个性化的健康服务和旅游需求。2016年7月,国家旅游局、国家中医药管理局联合开展“国家中医药健康旅游示范区(基地、项目)”创建工作,计划用3年左右时间在全国建成10个国家中医药健康旅游示范区,100个国家中医药健康旅游示范基地,1000个国家中医药健康旅游示范项目。2018年3月13日,经过组织征集、材料核查、专家评审等环节,目前有73家单位被评为首批国家中医药健康旅游示范基地创建单位。从政策层面来看,健康旅游这一融合性产业受到前所未有的重视。

健康旅游是健康服务和旅游融合发展的新业态,发展健康旅游对扩内需、稳增长、促就业、惠民生、保健康,提升我国国际竞争力具有重要意义。健康旅游关联产业多、带动效应强,全球已有100多个国家(地区)开展健康旅游,超过50个国家(地区)已将健康旅游确定为支柱性产业。美国斯坦福大学发布的研究报告显示,全球医疗健康行业人数从2006年的2000万迅猛增长至2012年的4386万。到2020年全球医疗产业规模,预计将超过万亿美元。根据国外研究表明,健康旅游的附加值大于0.3,属于高附加值产业。我国健康旅游业的发展尚处于起步阶段,产业之间融合不够,高附加值服务较少,完整的产业链尚未形成。虽然各地开展了很多探索和创新工作,但在政策层面尚没有统一规划和顶层设计,也缺乏成熟的模式和经验,需要国家出台政策予以推动、规范和引导,确保健康旅游产业的有序发展。

对健康的追求是人类永恒的目标,人类开展旅游活动的最主要的动机之一是身体的健康及由此带来的心灵愉悦。追求健康、享受生活也成为现代旅游发展所追求的核心价值,大力发展健康旅游,是出于人民群众对健康和旅游的需求。这不仅是以人为本理念的体现,更是国民体质强健,民族蓬勃发展的重要促进因素。尽管国内健康产业和旅游产业都在健康旅游方面做出了尝试,理论研究也逐渐发展起来,但是针对健康旅游的系统性研究和构建理论体系的书籍却十分罕见,目前已出版的只有薛群慧、卢继东、杨书侠编著的《健康旅游概论》(2014年3月出版)。本书在继承前人研究的基础上,从健康旅游的内涵、特点、构成要素、健康与旅游的关系、旅游急救以及各类健康旅游项目入手,构建了适合于学生学习、机构培训和经营管理者通读的理论体系。因此在内容的选取和编写上,本书都遵循通俗易懂、简洁明快的原则,努力做到去繁化简、深入浅出。

本书由多年从事旅游和健康管理研究的数位资深教师共同努力完成。第一章和第六章由杨奇美老师执笔;第二章由王思思老师和杨奇美老师共同执笔;第三章和第五章由赵娟娟老师执笔;第四章由杜江月老师执笔;第七章由刘刚老师执笔;第八章由王思思老师执笔;第九章由芮秋琴老师执笔;第十章由梁娜老师执笔。全书由杨奇美老师负责统稿审核。

本书在编写过程中,得到许多专家、学者的指导,在此表示深深的谢意。一并感谢所有参与编写的老师,是你们辛勤付出,才有本书的面世之日。本书融入和汲取了国内外专家、学者的理论研究成果,在此我们向各位专家学者表示崇高的敬意和诚挚的感谢!由于健康旅游在国内研究起步较晚,理论和实践都需要不断总结,加上笔者知识结构局限,书中难免存在疏漏之处,真诚希望各位专家、学者批评指正,不吝赐教。

编 者

2018年3月

目 录

第1章 导论	1
1.1 健康旅游的内涵	1
1.2 健康旅游的发展概况	7
1.3 健康旅游的构成要素	9
第2章 健康与旅游	18
2.1 健康概述	18
2.2 旅游概述	45
第3章 森林旅游	60
3.1 森林旅游概述	60
3.2 森林旅游的健康功效	67
3.3 森林健康旅游产品	69
第4章 温泉疗养旅游	73
4.1 温泉健康旅游概述	73
4.2 温泉种类及健康功效	75
4.3 温泉健康旅游产品	80
4.4 温泉旅游产品设计的关键点	82
第5章 园艺养生旅游	85
5.1 园艺养生旅游概述	85
5.2 园艺养生旅游的健康功效	88
5.3 园艺养生旅游产品	92
第6章 海洋健康旅游	96
6.1 海洋健康旅游概述	96
6.2 海洋健康旅游效益	100

6.3 海洋健康旅游产品	102
第7章 中医健康旅游	119
7.1 中医健康旅游概述	119
7.2 中医健康旅游资源	122
7.3 中医健康旅游产品	124
第8章 医疗旅游	139
8.1 医疗旅游概述	139
8.2 医疗旅游健康效益	144
8.3 医疗旅游产品	144
第9章 养老旅游	155
9.1 养老旅游概述	155
9.2 养老旅游健康效益	159
9.3 养老旅游产品	163
第10章 旅游急救	170
10.1 旅游突发意外概述	170
10.2 旅游意外应急处理	173
10.3 旅游急救小知识	184
参考文献	187

第1章 导 论

人类对健康的追求是充分享受物质文明和精神文明成果的最高追求。而健康旅游正是在顺应了人们对更高品质生活追求的前提下产生的,它对人们生理和心理的康复效果越来越被广大的消费者认可,已成为旅游业未来发展的潮流,这一趋势也是人类社会发展的必然结果。

健康旅游是为促进人们身心健康而提供的旅游产品、服务和环境,是旅游产业与健康产业深度融合的产物。健康旅游是医疗和健康服务业发展的一个新方向,也是其与旅游业融合发展产生的一种新业态。充分认识发展大健康旅游的重要意义,积极开发大健康旅游产品,培育健康旅游新业态,营造健康旅游环境,更好地满足身心健康需求,提升全民族的身体素质和生活品质。

1.1 健康旅游的内涵

1.1.1 健康旅游的定义

旅游活动能够改善人们的身体健康状况已经得到世人的广泛认可,但目前尚未有能够得到一致认同的健康旅游的概念,相关词语有:健康旅游、康体旅游、保健旅游、健身旅游、休闲旅游等。代表性观点有以下几种:

(1)郭鲁芳认为健康旅游是一个综合性的概念,一切有益于现代人消除第三状态(亚健康状态)、增进身心健康的旅游活动都可归入健康旅游。

(2)罗明义认为康体旅游是指能够使旅游者身体素质得到不同程度改善的旅游活动。

(3)陶汉军认为保健旅游是以疗养或治疗疾病以及增进身体健康为主要目的的旅游。

(4)王兴斌认为健身康复型旅游是以康体健身、养生医疗为主要内容的旅

游活动。

(5)薛群慧等认为健康旅游是一种以生态环境为背景、休闲养生活动为主题的专项旅游产品,也是利用中医养生、现代医学、心理疏导以及各种有益于身心的艺术、运动、学习等方式开展旅游健身的活动。

(6)Mueller 和 Kaufmann 认为健康旅游是指人们以维持和促进健康为目的外出旅行和停留所引发的一切关系和现象的总和。

(7)卡斯帕尔认为健康旅游是“旅途中的所有环节、经历和居住地点都要有利于保持或者改善身心健康状态。游客要求住在特殊的酒店内,能够接受有关健康的专业咨询并吸收个性化服务。游客要求旅游地能够提供所有的改善身心的服务,包括健身、美容、营养、食疗、放松、陶冶性情及精神放松和调解等”。

上述关于健康旅游的概念具有较高的一致性,都是从旅游者的角度来诠释健康旅游的定义的,即认为有利于提高和改善旅游者身体健康状况的旅游活动均可作为健康旅游,但在一致的基础上可以把上述概念划分为两个类型:

(1)过程说。过程说认为只要是在旅游过程中能够提高和改善旅游者身体健康状况的活动均是健康旅游,强调提高和改善旅游者身体健康状况只是旅游活动的结果。

(2)目的说。目的说认为只有以提高和改善身体健康状况为目的进行的旅游活动才是健康旅游,强调进行具有上述目的的旅游活动才是健康旅游。

过程说是广义上的健康旅游的概念,有助于人们认识旅游活动有促进身体健康状况的改善的作用,有利于旅游管理部门的宣传和促销;而目的说是狭义上的健康旅游的概念,有助于旅游企业开发健康旅游产品、活动和项目。

而从宏观上看,健康旅游不应该只强调提高和改善旅游者的身心健康,还应该包含以下几点:

(1)旅游目的要健康,健康旅游活动的目的不应只是注重感观的享受,更应强调自身素质和文化内涵的提高。

(2)旅游过程中的旅游行为要健康,不应破坏自然环境和地方文化。

(3)旅游效果要健康,既能够改善旅游者的身心健康,又能够促进地区自然和社会的健康发展。

本书认为过程说提出的健康旅游的概念更能够说明健康旅游的本质,既不片面强调旅游的目的性,又能够体现健康旅游的特点;既不刻意扩大健康旅游的范畴,又明确了健康旅游与其他类型旅游活动的区别。即健康旅游是旅游过程中能够提高和改善旅游者身体健康状况的旅游活动。

1.1.2 健康旅游的特点

学术界对健康旅游的研究大都从旅游发展的某一角度来论述,如从生态旅游、养生旅游、森林旅游、温泉旅游、运动旅游等研究角度来界定健康旅游及其旅游产品。对健康内涵的认识也仅仅局限于该领域的研究范围,健康旅游研究领域的边界也不够清晰。但综合各家研究之长,健康旅游的特点可以归纳为生态性、复合性、康复性、文化性、技术性、高收益性六大特征。

1. 生态性

生态性是指生物同环境的统一。在宏观水平,生物的个体与群体对环境条件的依赖性 is 绝对的,健康旅游各项活动的开展必须依赖特定的生态环境条件。比如,森林旅游要依靠森林、湿地和野生动植物资源;滨海健康旅游需要借助阳光、海洋、沙滩等环境条件;温泉旅游需要地热资源作为前提条件等。健康活动的开展,对生态环境依赖性强,要求较高。它通常是利用自然环境对健康的有利因素,让人们回归自然,以达到安抚身心的目的。森林健康旅游、温泉健康旅游、运动游憩旅游等健康旅游对生态环境的依赖性,都体现了健康旅游生态性的特点。

2. 复合性

健康旅游是将养生、医学、运动、心理疏导、美容、体验等元素注入旅游“食、住、行、游、购、娱”六大要素的复合型旅游产品,健康旅游产品必须依靠景区、酒店、旅行社、疗养机构、医院、休闲农业、林业等机构共同协作才能运作。因此,健康旅游具有产品复合性、资源复合性的特点。首先,健康旅游产品的复合性主要表现在以下三种形态中:第一种类型是在原有旅游业态中增加健康元素、项目,形成健康旅游线路、景区、住宿等产品,是旅游业内部融合的结果,如温泉、SPA、运动、餐饮、推拿等多种产品、多项活动的组合,它集休闲、度假、康体于一体;第二种类型是健康旅游业与其他行业的融合,是健康旅游与医疗、体育、农业、林业、养老等行业融合的结果,出现了兼具多个行业特征的新型复合旅游业态;第三种类型是上述两种产品的综合体,健康旅游产品是第一种和第二种类型健康旅游产品的结合,兼有两种产品的特征,但并不是简单的相加,而是在这两种产品基础上集成创新的结果。其次,健康旅游资源是由多种资源、多类

服务、多项活动组合而成的结果,健康旅游是自然旅游资源和人文旅游资源结合的产物;也是旅游业和医疗资源、养老机构、休闲农业、文化产业等联动的结果。

3. 康复性

健康旅游能够使人们的亚健康状态得以改善,这已经被医学所证实。德国的克奈普治疗就是利用森林环境作为运动治疗的主要场所,它是运动治疗的五大支柱疗法之一。森林浴被认为是走进自然,降低压力使身心合一的有效方法之一。森林浴对人体的心理健康效应是森林环境保健因子(空气负离子、植物精气、森林景观、气候舒适度)与森林游憩活动共同作用的结果。温泉健康旅游也是依托温泉,通过温泉对健康的有利影响,加上养生保健的方法,以达到健康的目的。户外游憩也是利用各种自然资源条件达到锻炼身体、减轻心理压力的目的。旅游者就是通过健康旅游方式达到身心健康的目的。

科学研究表明,郊外散步、爬山、看风景等健康旅游活动是一种“自清”运动,能把堵塞的心理污染主动、积极的清除,提高人体免疫能力、抵抗能力和治愈能力,最终实现人体健康的目的。健康旅游能够改善人们的工作、生活质量,其最大功能是减轻人们的生活压力,使人们有机会放慢生活节奏,享受生活的乐趣,尽可能地接近自然,使内心安宁,从而提高工作效率。健康旅游不仅能促进游客在旅游过程中享受健康的旅游方式和环境,更能把健康理念植入到顾客的心里。健康身心正是旅游消费者享受旅游的本质追求。

4. 文化性

健康旅游具有浓厚的文化特征。健康旅游产品的创意设计素材、策划宣传推广手段、从业人员培训主题、健康环境营造等与养生文化、健康理念密切相关。就健康文化、中国养生文化而言,尽管它的研究对象是人体健康与长寿,但健康和长寿在人类社会中从来就不单单是人体本身的问题,而是与人们所处的社会生活及其自然环境有着千丝万缕的联系。所以,研究、探求健康和养生文化的基本特征,绝不能仅仅囿于人体生物模式之中,而必须结合社会文化、政治经济、哲学艺术等因素加以综合考察。健康旅游的文化性还体现在健康旅游产品和项目中都渗透着健康价值观、健康理念、健康环境等因素,进而强调从思维方式的层面唤起公众对健康的重视,从而影响其行为方式,达到改善公众健康的目的,并将这种健康素质提升的成果以文化形式固化并延续。

5. 技术性

健康旅游是一种人才密集、知识密集、技术密集、资金密集、风险密集、信息密集和产业密集的行业。是医药制造业、现代信息技术、公共软件服务与旅游业结合的产业。比如,通过医疗旅游,旅游者得到了医疗、保健服务,改善了健康状况;通过尖端体检旅游,旅游者预先知晓身体的现实情况,及时发现身体未来可能发生的问题,找到正确、预防性的诊疗方法,从而提高人们的健康水平;中医养生旅游,通过中医的诊疗技术,调理了旅游者的身体;进行森林浴、温泉健康旅游、户外游憩、园艺疗法等保健疗法,都需要养疗或医疗技术、保健手段,才能更好地使旅游者达到身心康复的目的。

6. 高收益性

健康旅游产品的价值分为主体价值和附加价值。其主体价值是指健康旅游的核心服务项目,如使旅游者获得健康的康复运动、生态养疗、休闲养生等;其附加值则是指健康旅游的辅助服务项目所带来的使旅游者获得额外满足的其他效用,如景区观光、购物、休闲与娱乐等活动。

健康旅游作为高收益产品,是投入产出比较高的旅游产品。通过增加健康技术含量、养生文化价值、高品质服务等,创造出的新价值比一般的旅游产品要高,所创造的价值就是满足旅游者更多、更高的健康旅游消费需求。一般而言,旅游者愿意支付等值的价格,从而为旅游企业带来高回报和高收益。健康旅游的重要组成部分——医疗旅游(将旅游和治病、疗养合为一体)已成为全球增长最快的一个新产业。目前,全球每年医疗旅游的游客数量大约为5 000万人次。据统计,一个医疗旅游者平均能带来1万美元的收益。2013年度全球的医疗健康旅游产业规模已经超过4 300亿美元,约占全球旅游产业经济总规模的14%,医疗健康旅游已被公认为是增长最快、附加值最高的新兴产业之一。

1.1.3 健康旅游的作用

西方国家很早就开始关注健康旅游。Taylor探索了旅游活动与健康的互动关系,Robyn Bushell对健康与旅游的关系表现出浓厚的兴趣,在健康与旅游环境设计、健康与活动组织等方面进行了研究。世界卫生组织(WHO)在南非实施“健康岛”研究项目,对健康旅游的实践进行深入讨论。世界旅游组织

(WTO)在《旅游业 21 世纪议程》中提出应该重视旅游构建健康生活的命题,倡导通过健康旅游减少旅游发展的负面影响、保护环境、使旅游可持续发展、让人们健康生活。随着人们生活水平的提高,旅游成为生活的必需,和强身健体结合起来提高人们身体素质,将更受人们的青睐。

1. 有利于国民素质提升

健康是最关键的国民素质,健康的国民素质是一个国家和民族兴旺发达的基石。随着社会、经济的快速发展,城市居民所面临的工作压力大、生活节奏快、营养不均衡、环境污染严重等问题,导致大量的城市居民身心疲劳、体质下降,长期处于亚健康状态。人们的身心健康成了关乎个人、家庭和国家的重大问题。健康的体质和健全的心智就成了人们追求的终极目标。健康旅游与服务在提高旅游者身体素质、减轻旅游者心理压力等方面,具有积极的促进作用。

2. 有利于生态旅游资源综合利用

在经济高速发展的今天,我们面临着人口老龄化、亚健康人群剧增、身心疾病增多等严峻挑战,迫切需要在合适的生态环境中,调整紧张的生活方式,培养新的休闲健康生活方式,进而改善身体状况,提高生活质量,更好地享受生活。从本质而言,开发健康旅游产品,在节能增效、环保方面比一般的旅游产品更具有优势。健康旅游能凸显生态环境对人体与心理健康的调节和改善作用,其产品可以对生态资源进行整合,使生态资源产生良好的经济效应、社会效应与生态效应。健康旅游将在生态旅游资源的综合利用方面开辟新的路径,因为健康旅游的开展可以促进资源的充分利用和共享。

3. 促进旅游业升级转型

国外研究表明,健康旅游具有很高的附加值,是一般服务项目收入的三倍以上,如医疗旅游是以医疗保健、康复、保养、休闲与养生为主题的旅游服务。据统计,全球医疗旅游市场约有 1 000 亿美元的规模。越来越多的人为了节省开支,选择到其他国家进行医疗保健、美容整形和牙科手术。因此,健康旅游具有就业容量大、创汇多、连带性强、环保等特点。近年来,作为一种健康旅游方式,已经展现出强大的市场潜力,成为继观光、休闲度假、体验旅游之后的一种全新旅游方式。

1.2 健康旅游的发展概况

世界卫生组织早在1947年就提出:健康不只是没有疾病,而是人们的身体、心理和社会适应力方面的良好状态。健康旅游则通过多种方式的放逸身心来达到心灵愉悦的目的,满足了人们对于身体和心灵健康的全方位需求。健康旅游主动顺应了人们旅游观念的改变和对健康的追求,拓展了旅游方式,丰富了旅游内涵。

1.2.1 国外健康旅游的发展概况

以旅游的方式促进健康其实不是一个新的概念。最早的健康旅游形式与温泉和河流相关,这些与温泉与河流相关的活动可以追溯到欧洲的新石器时代。古代,很多人会去附近的河流和温泉享受治疗和放松。不同国家的人都会在他们自己国家的一些著名的河流(如埃及的尼罗河、印度的恒河、中国的长江、约旦的约旦河)中沐浴,以洗涤和净化身体和心灵。中世纪,人们认为温泉和矿泉具有治疗疾病的作用。古罗马和英国人去英国的巴斯小镇泡温泉、矿泉以及喝一些泉水,他们相信这么做对健康有利,因此巴斯成为16世纪英国社会的养生度假区。16世纪,当Ponce de leon游历佛罗里达寻找年轻的源泉时,将健康旅游这个观念带入新世界。在18世纪和19世纪,在像巴登巴登这样的温泉小镇洗温泉浴在大西洋两岸都非常流行。

19世纪后期,城市中产阶级兴起,为了减少工业化带来的污染和拥挤对他们健康的不利影响,他们开始寻求海边或者山区的新鲜空气。1939年,美国一家名为“17.5美元一周,给你SPA和健康的隐居生活”(后发展为Rancho La Puerta)健康中心的开张,标志着健康旅游的新时代开始。到1958年,健康旅游生活观念向北扩展进入圣地亚哥地区,金门(Golden Door)诞生,它是一家以奢华的个人服务和成功的身心项目著称的奢华目的地SPA。20世纪早期,出现了健康农场(Health farms),强调塑形和健康饮食。

直到现代,SPA和度假区仍然吸引富人和名人,但由于交通和住宿变得更加便利,使得SPA、海滨度假区和矿泉吸引了日益壮大的大众旅游者(Babooock)。这些SPA和度假区的健康宗旨正好迎合了社会日益觉醒的健康

意识。

国外对健康旅游的研究发展很快,推出了很多内容丰富的健康旅游产品,打造了一批健康旅游胜地。一些经济发展水平较高及旅游业比较发达的国家,很早就关注健康旅游。比如古巴的圣克拉拉市利用其埃尔盖亚海滨浴场含有丰富的矿物质,为游客提供沐浴设施,包括温泉浴、泥潭疗养浴和按摩治疗,还有减缓神经紧张的治疗和体操治疗。为了吸引更多亚洲游客尤其是来自中国的游客,德国 2004 年主打“文化”和“健康”两张旅游主题牌,确定“精彩水世界——德国的海洋、河流和湖泊”为 2004 年健康旅游主题的重要元素。

在亚洲,健康旅游的发展情况从 2004 年 9 月 24 日一篇名为《亚太市场吹起养生旅游风》的报道中可见端倪。此文报道了 2004 年在泰国曼谷举行的亚太旅游交易会的有关情况,此次会议的主题之一为高揭健康疗养风(Medical and health tourism)。泰国、印度、新加坡与马来西亚几个主要的亚洲旅游大国都大举结合观光部与健康部,推出专业养生之旅,指出健康旅游融合专业医疗、保健、SPA 与度假于一身,必将成为新一波旅游体验。

1.2.2 国内健康旅游的发展概况

国内对健康旅游的关注可以以 2003 年“SARS”时间为标志。由于缺乏对旅游安全的研究,使得政府和业界仓促应战,花费了大量的财力和物力。中国因旅游安全研究的落后,付出了沉重的代价。据统计,花在“SARS”的专项资金达上百亿人民币。中国因旅游业的实践要求有与之相适应的旅游安全研究。“SARS”之后,国内开始关注健康旅游。如福建的武夷山提出“享受健康呼吸、享受健康饮食、享受健康运动、享受健康文化”为主要内容的健康旅游;湖南推出“十大健康旅游主题活动”;四川以九寨沟等旅游景点为基础,大力打造健康旅游;黑龙江省以“强身健体”为主题,推出系列“绿色健康游”路线;浙江省组织了“健康浙江万人游”活动;云南省推出“神奇迷人七彩云南,健康安全旅游地”的系列活动,实质上都是打“健康旅游”牌,并且收到了良好的效果。时任浙江省委书记的习近平在武义考察旅游业时指出,浙江发展生态旅游大有前途,特别是“非典”过后重新启动旅游市场时,要大力推荐生态健康旅游项目。2005 年 3 月 11 日的《中国经济时报》报道了云南保山市的健康旅游发展情况,并认为健康旅游将成为 21 世纪旅游业的主基调;云南省保山市将投资 100 亿元,用 3~5 年的时间,将保山打造为以生态 SPA 和户外运动为主的健康旅游胜地,使之成

为云南继昆明、西双版纳、大理、丽江之后的又一新兴旅游目的地。同年,国家旅游局将“十一”黄金周旅游目的地的目标制订为“健康、安全、秩序、质量”。

2005年1月,澳门进入建造健康城市实施阶段,当局承诺尽一切努力团结社会各界、改善社区环境、提高生活质量,致力将澳门发展成为美好、和谐的健康城市。

1.3 健康旅游的构成要素

1.3.1 健康旅游者

1. 健康旅游者的定义

“旅游者就是暂时离开常驻地,通过游览、消遣等活动,以获得精神上的愉快感受为主要目的的人”。从这一定义出发,根据健康旅游的本质,提出健康旅游者的定义:健康旅游者是指以维持和促进健康为目的,通过体检、医疗、康复、健康休闲和度假等活动以获得生理上、心理上健康的人们。

2. 健康旅游者的分类

根据年龄标准划分,健康旅游者可分为中青年健康旅游者和老年养生度假旅游者。

(1) 中青年健康旅游者(25~60岁)

中青年健康旅游者主要指在大都市(经济发达地区)的人均消费较高的人群,特别是都市白领阶层,他们对于走出办公室去享受大自然是极为推崇的。这些白领阶层受教育程度多在大专以上,对于健康休闲、度假的需求很高,将会成为生态健康旅游的主力军。

(2) 老年养生度假旅游者(60岁以上)

老年养生度假旅游者也称为银发族,他们身体大多有劳损、慢性疾病,所以对健康问题很重视,也是对养生、健康需求最强烈的群体。这些老年旅游者每年6~8月份到山清水秀的地方旅游,少则十天半月,多则一至两个月,而且往往是夫妻、亲戚、朋友结伴同行。

依据消费层次划分,健康旅游者可以划分为高端、中端、低端健康旅游者。

(1) 高端健康旅游者

国内高端消费人群拥有相当的财富、身份和地位,是处于财富金字塔上层的那部分人群,他们或拥有雄厚的经济资源,或占据独特的优势资源,不断创造更多的物质财富。作为社会上层,他们拥有特质化的价值取向,主要表现在对健康、人文内涵、生态环境、私密性、服务等方面的特别关注,是高端、豪华型健康旅游产品的消费人群。

(2) 中端健康旅游者

中端健康旅游者是一个新的阶层,其刚脱离为生存而奔走的状态,尽管手头有丰厚的可支配收入,但并没有达到富裕阶层的消费水平。他们对身份比较在乎和敏感,消费对中产阶级有超过物质满足的意义,他们更倾向于用消费加强身份和社会地位的归属感。同时由于部分人的身体出现了亚健康的状况,所以越来越多的中产阶级愿意为身心健康消费,加上他们对自己的生活品质也很重视,就成为中端健康旅游产品的重要消费群体。

(3) 低端健康旅游者

低端健康旅游者包括农民、农民工、下岗工人等,他们组成庞大而复杂的低端健康旅游的消费者,但某种意义上,他们又是国内主流消费群体。由于支付不起昂贵的费用,经常退而求其次,只消费低端产品。他们也有健康旅游的需求和期待,也想通过健康旅游项目调整失衡的身心,但往往对高昂的健康旅游消费望而却步,只能选择价格低廉的农家乐旅游或者不需要买门票的景区、景点去休闲、娱乐。他们的消费更多地想证明自身的重要性,很多旅游企业针对其需要提供低端健康旅游产品,却得到相当丰厚的回报。可见,他们是健康旅游不可小觑的消费大军。

根据旅游目的划分,可分为休闲度假型健康旅游者、康复疗养型健康旅游者、自我实现型健康旅游者。

(1) 休闲度假型健康旅游者

由于不健康的生活方式导致很多人处于亚健康状态,休闲度假旅游成为人们进行自我调节的重要手段,并逐渐成为健康旅游活动的主要形式。通过森林浴、温泉、户外游憩、滨海度假、养生文化休闲等来解除亚健康状态,已经成为旅游者的一种生活方式。如“滨海养生之都”墨西哥坎昆,它依托气候优势,发展滨海养生度假业,集气候养生、水疗养生、运动养生、海钓养生、海产食疗养生于一体。