

# 基于大健康产业的健康地理学与 健康旅游发展研究

明庆忠 李 婷

**【摘 要】**大健康产业是为人类全面身心健康提供全程、全要素产品与服务的产业。健康与环境关系日趋密切,由此促使医学地理学转向为健康地理学,使以健康与休闲为目的的健康旅游业成为大健康产业的重要新型业态。基于大健康产业的健康地理学与健康旅游研究符合人类对身心健康的双重追求,必然会促进健康地理学与健康旅游的学科交叉融合发展、保障健康中国战略的逐步实施。研究表明,大健康产业有其内涵外延的扩大性、健康环境的自然与人文综合叠加性、健康市场的成长性、健康物产丰富性、产业融合与集群性等特征;大健康产业在政策扶持、经济驱动、环境压力、市场刚需等促进下得到迅猛发展,形成了几个明显的发展热点和重点;大健康产业发展促进了医学地理学的文化转向,使健康地理学与健康旅游与之相契合;健康旅游以大健康理念为基础,逐渐形成养生旅游、医疗旅游、中医药旅游等多形式的健康旅游业态。文章还提出了健康地理学研究是健康旅游的发展基础,其研究新转向将促进健康旅游与大健康产业的未来发展等观点。期望通过对健康地理学、健康旅游、大健康产业三者契合发展的研究,为保障健康、打造健康生活目的地做出贡献。

**【关键词】**健康地理学;大健康产业;健康旅游;文化转向;人地关系

**【作者简介】**明庆忠(1963-),男,湖北黄冈人,云南财经大学旅游文化产业研究院教授,博士生导师,主要从事区域旅游发展与管理研究(昆明 650221);李婷(1996-),女,四川南充人,云南师范大学旅游与地理科学学院硕士研究生,主要从事区域旅游规划与管理研究(昆明 650500)。

**【原文出处】**《学术探索》(昆明),2019.1.96~106

**【基金项目】**国家自然科学基金项目(41671147;41361037);云南省哲社基地重点项目(JD2014ZD10);云南省哲社重大招标项目(ZDZB201802)。

美国经济学家保罗·皮尔泽在《财富第五波》指出,“健康保健时代”已到来,大健康产业将成为IT产业后全球“财富第五波”。<sup>[1]</sup>我国在提出“健康中国”国家战略后,健康产业方兴未艾,各地政府与众企业积极响应国家与市场的号召。云南省委、省政府提出了打造世界一流“健康生活目的地”;山东全省新旧动能转换重大工程确定发展医养健康产业;在江苏泰州市委、市政府的推动下,“中医+健康”正成为泰州旅游新名片。众多行业巨擘也纷纷入局抢滩:万达宣布成立大健康集团,拟斥资1440亿元用轻资

产模式布局医疗;绿地控股发布康养产业战略规划,同时绿地康养产业集团揭牌;腾讯整合执业医师资源上线健康咨询业务,并布局14个医疗服务细分领域;百度自身开发百度医疗大脑、百度医生、拇指医生、百度健康等8个医疗板块;小米公司打造了监测身体健康的小米手环、小米体重计,探索大健康数据;马云斥资十亿打造“阿里健康”,为其“未来医院”添砖加瓦,他直言:“中国下一个首富,一定在大健康领域”。

健康地理学是健康产业的基础。健康地理学源

于医学地理学。1951年医学地理学首次被纳入地理学学科体系,其主要关注自然生态环境与人类身体健康之间的关系。<sup>[2]</sup>随着“新人文主义地理学”的兴起,医学地理学在人文地理学社会—文化转型大背景下,其研究逐渐聚焦于社会环境对人们身心健康状况(尤其是心理健康)的影响与保健、医疗相关场所的空间构建与布局,因而医学地理学向着更关注人的全面健康与保健的“健康地理学”发展。在大健康时代背景下,健康环境质量保障与日益增长的人民美好生活需要之间的供需矛盾日益显现,以健康与休闲为目的的健康旅游业也因此得到迅速发展。未来的“健康地理学”将以人类保护为核心、以人地关系为主线、以地理环境的属性研究为重点,探讨环境保护、社会经济发展和人类健康安全在整体上协调、和谐发展的机制与途径。<sup>[3]</sup>从学科体系构建上看,对健康地理学与健康旅游的研究将促进地理学与其他学科的交叉融合发展,丰富学科理论体系;从研究内容上看,该研究将引导地理学在社会服务、经济增长、国家安全等方向上发挥所长,契合学科发展要落实眼下的“三效(经济效益、社会效益、生态效益)合一”目标。因此,当前对健康地理学与健康旅游的研究兼具重要的理论价值与现实意义。

### 一、健康地理学、健康旅游研究的研究回顾

通过对CNKI检索到的不到200篇文献进行分析,我国健康地理学的研究进程大致可分为以下三个阶段。

第一阶段,依托地理学发展的医学地理学(2000年以前)。20世纪60年代以来是我国医学地理学发展最迅速的时期。这一时期医学是学科主力,应国家需求,地理学作为辅力联合医学重点研究疾病与环境因素的关系,其中以谭见安、葛森两位学者为主要研究代表。谭见安于1994年提出当代医学地理的主题为“健康、环境、发展”。葛森侧重研究人体生命现象与环境因素的关系,针对不同年龄阶段、不同性别的人们,通过研究其血沉参考值、全血比黏度参考值、血细胞比容参考值同地理因素的依赖关系,论证人体生命现象与海拔、纬度、年均相对湿度、年均气温、年降水量等地理因素密切相关。此外,倪进发等人针对安徽青阳县山区居民健康状况,运用地理流

行病学研究,探讨了花岗岩和石灰岩两种地质结构对居民健康的不同影响作用。<sup>[4]</sup>

第二阶段,侧重人文研究的健康地理学(2000至2010年)。此阶段,健康地理学的内涵不断更新,地理学学科特性逐渐得以体现,“健康”不再局限于生理健康,“地理”不再局限于自然环境。李群伟站在人文地理的角度,具体从环境污染、宗教信仰、民俗行为等方面探讨分析了影响人类健康的人文环境;<sup>[5]</sup>沙塔娜提指出亚健康状态的形成与心理、社会等因素密切相关;<sup>[6]</sup>余卓群从中国传统哲学的角度探讨了建筑地理环境和人类健康的关系。<sup>[7]</sup>这一阶段,地理信息技术的发展为健康地理学拓宽了研究方法与研究方向,王显红等人利用地理信息系统制定了环境健康评价方法,<sup>[8]</sup>徐淑雷基于GIS建立了应对环境污染的健康危害信息管理系统,<sup>[9]</sup>张喜旺基于GIS建立了农村公共卫生管理信息系统,<sup>[10]</sup>3S技术应用得到发展。

第三阶段,健康地理学与健康旅游的结合研究(2010年至今)。随着地理学与旅游学的学科融合,健康产业发展呼唤健康旅游的兴起。此阶段健康旅游相关研究逐渐增多,集中在旅游产品分类、旅游资源评价与开发、市场开发与分析、发展模式等四方面:①旅游产品分类研究,周晓琴等依据旅游者追求健康程度的差异和旅游产品能改善旅游者健康水平的差异,将山地健康旅游产品分为康体健身、休闲养心、保健疗养三大类。<sup>[11]</sup>②旅游资源评价与开发研究:陈建波等基于改进层次分析法,针对健康旅游资源特点构建其评价指标体系,<sup>[12]</sup>以重庆市主城区为例提出了山地城市健康旅游资源开发策略;<sup>[13]</sup>薛群慧对云南少数民族健康旅游资源及其开发现状进行分析,提出其资源开发战略。<sup>[14]</sup>③市场开发与分析研究,徐修远基于老年健康旅游产品供求现状,提出其市场开发和营销策略;<sup>[15]</sup>薛群慧在市场调研基础上对浙江健康旅游开发进行了SWOT分析。<sup>[16]</sup>④发展模式研究:李翠传以秦皇岛为例对健康旅游社区化发展的模式形态进行研究;<sup>[17]</sup>秦立公利用SPSS软件分析计算,提出了健康旅游业发展的“211”发展模式,即旅游业的健康化和健康业的旅游化、企业内部的阿米巴经营管理及企业外部的供应链管理。<sup>[18]</sup>

国外健康地理学研究起步较早、发展较快,比国

内健康地理学更早实现其文化转向,表现在更早侧重人文主义关怀。Holley指出卫生保健环境在地理分布上存在不平等现象,希望通过研究心理健康的地理差异对其保健资源分配产生影响;<sup>[19]</sup>Carolyn Gallaher基于社会政策和需求建设,针对用于评估低收入妇女健康需求的健康地理学提出批判性审视;<sup>[20]</sup>John M.Hunter指出快速工业化使波多黎各遭受广泛的、超过人类健康所必需的基础设施能力的污染破坏,<sup>[21]</sup>也更早注意到人文环境在健康地理学中的影响。进入21世纪以来,欧美国家将目光频繁聚焦于不平等的健康地理配置,即贫富、性别、文化差异在医疗保健配置上存在的不公正现象,目前研究热点还包括健康文化与医疗保健的新框架构建。<sup>[22]</sup>

## 二、大健康产业发展呼唤健康地理学和健康旅游研究

### (一)大健康产业及其主要特征

#### 1. 大健康产业内涵

##### (1) 大健康

健康指人群的体质健康、心理健康和社会和谐,即环境与人体处于生态“平衡”状态。<sup>[3]</sup>伴随着我国人口亚健康化、老龄化、生态环境恶化、工作和生活方式非常态化等许多社会问题,大健康理念应势而生。“大健康”是对生命全过程全方面呵护的一种全局健康理念,本质上是镶嵌于生活点点滴滴中的一种健康生活方式,旨在提高人们的身体素质与生活质量。它追求的不仅是个体身体健康,还包含精神、心理、社会、道德等多方面的健康;它提倡的不

仅是科学的健康生活,也是正确的健康消费;它不仅涉及各类与健康相关的信息、产品和服务,也涉及各类组织为了满足社会的健康需求所采取的行动、规划。

### (2) 大健康产业

健康产业是为人类身体健康提供产品与服务的产业,在适应时代需求变化的过程中不断发展,逐渐形成蕴含“大思维”的大健康产业——以医疗健康为核心,以恢复身体健康、调理心态健康为核心目标的一切产品和业态的组合,涉及医药产品、保健用品、医疗器械、休闲健身、健康管理等多个生产和服务领域,<sup>[23]</sup>是具有巨大市场潜力的新兴产业。2013年10月,国务院出台《关于促进健康服务业发展的若干意见》明确提出,到2020年健康服务业总规模预计将达到8万亿元以上(图1),开启我国大健康产业“掘金”时代;2016年国务院印发并实施的《“健康中国2030”规划纲要》(后文简称《纲要》)为“中国式大健康产业体系”带来了新的挑战与机遇,在市场、政策和投资的共同作用下,我国大健康产业将进入一个快速成长期。

### 2. 大健康产业的主要特征——“大”思维的体现

#### (1) 健康内涵外延的扩大性

传统健康观指“无病即健康”,而现代人的健康观已经转换为“整体健康”。世界卫生组织提出:“健康不仅是躯体没有疾病,还要具备心理健康、社会适应良好和有道德。”其中心理健康是健康的重要组成部分,我国每年约有100万人因抑郁症自杀,并且数

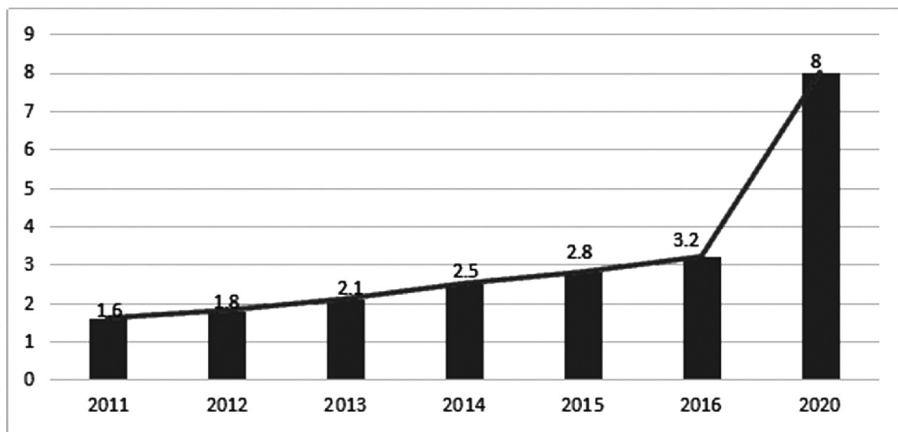


图1 大健康产业市场规模(万亿)变化趋势图

数据来源:公开数据整理。



量仍在不断地增长,因此健康不应只限于狭义健康观的躯体层面。在医疗技术不断优化的当今,也应同时大力开展心理健康教育和知识普及、强化心理健康服务行业的监管、增强心理健康服务业发展动力。此外,不合理、不科学的作息、消费、娱乐、工作等也对健康有所影响,健康的内涵与范围随着现代生活方式的多元化正在不断外延、扩展。

### (2)健康环境的自然与人文综合叠加性

针对近年来环境污染影响公众健康这一问题,《纲要》在8大篇章之一“建设健康环境”中指出,要将环境指标纳入健康中国建设主要指标中,建立健全环境与健康监测、调查和风险评估制度等,切实解决影响广大人民群众健康的突出环境问题。

环境可分为自然生态环境与人文社会环境。自然生态环境由地质、地貌、气候、水文、土壤、植被等自然事物构成,可按照时间演变顺序分为两大类:天然形成的原生环境,以及其受人为活动影响后被改造形成的次生自然环境。大部分原生环境中存在着对人体健康有利的许多因素,但也存在引发“地方病”的天然潜在性。<sup>[24]</sup>次生自然环境是人们在开发利用自然资源过程中,不断改造原生环境而形成的,但这种改造大多会对环境安全带来威胁和破坏。其中最普遍的破坏即环境污染,并且随着科学技术和工业的发展,环境中污染物的种类和数量还在与日俱增。<sup>[25]</sup>环境污染与生态失衡继而影响到人类的生活环境质量,被污染的空气、食物、饮用水等对人体健康产生多种危害。由此可见,自然生态环境与人类身体健康之间存在相互联系、相互协调、辩证统一

的关系。从人文社会环境来看,快速发展的经济社会虽然使人们的生活条件得到改善,但同时也给人们带来了心理压力与负担,快节奏的现代生活使人们为了生计疲于奔命,甚至丧命——在中国,每年“过劳死”的人数达60万人,其中25岁左右的年轻人占大多数。不论从身体健康还是从心理健康来看,人文社会环境对健康的影响都举足轻重,大到政治环境、经济环境,小到网络环境,无一不影响着人们的身心健康。故健康环境的范畴由自然环境与人文环境综合叠加而成,此为大健康产业之“大”健康环境。

### (3)健康市场的成长性

目前我国大健康产业可以分为五大领域:一是以医疗服务机构为主体的医疗产业;二是以药品、医疗器械与耗材为主体的医药产业;三是以保健食品、健康产品产销为主体的保健品产业;四是以健康检测评估、咨询服务、调理康复等为主体的健康管理服务产业;五是以养老市场为主的健康养老产业。<sup>[26]</sup>现阶段,我国大健康产业主要以医药产业和健康养老产业为主,市场占比分别达到50.05%、33.04%(图2)。

从医药产业和健康养老产业来看,我国有着庞大的消费群体:一是由于老龄社会的到来产生了大量养老服务需求,人口老龄化孕育了巨大的健康养老产业市场规模;二是由于我国人口基数庞大,受生活工作压力、不规律作息、环境污染等因素影响,慢性病患者与亚健康人群的规模在日趋增大,医药产业面向的市场群体巨大。此外,随着国人健康意识的不断提高,保健品需求量也呈现持续上升态势,目前国内健康市场正在不断成长、扩大。

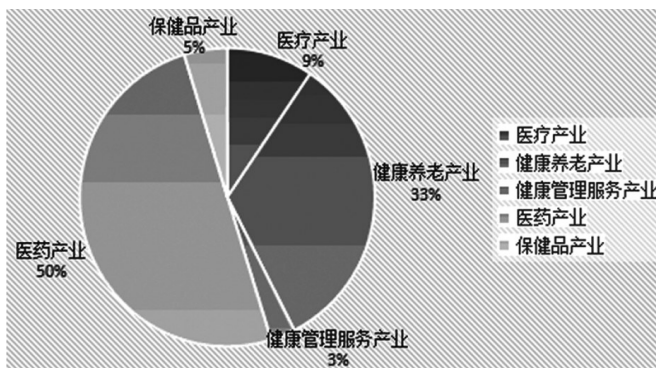


图2 2017年中国大健康产业细分市场占比情况

数据来源:公开资料整理。

#### (4) 健康产业的物产丰富性

以保健食品、药妆、功能性日用品产销为主体的保健品产业,与以药品、医疗器械、医疗耗材产销为主体的医药产业在获益的同时,也传承甚至丰富了我国保健医药类物产,弘扬了我国博大精深的中医药文化。以云南白药的“大健康”尝试为例,2004年云南白药推出云南白药牙膏,开始从中药衍生品向现代日化产品拓展,凭借牙膏产品成功跨界,仅2004年至2008年的5年间,云南白药牙膏销售总额就已突破11亿元。此外,还有家喻户晓的王老吉、东阿阿胶、同仁堂等品牌进军“大健康”产业,同样催生、创造出许多经济效益良好的保健、医药类产品,这些产品在产业融合的过程中又不断更新、创新,转型成为日化品逐渐融入人们的生活中。

#### (5) 健康产业的融合与集群性

大健康产业包容性强,是一个横贯一、二、三产业的融合性产业。从第一产业来看,农业产业向着现代化、健康化升级,同时健康产业的领域也开始向着绿色食品种植业拓展,走农业生产基地化的道路,二者正大步向着产业融合目标方向迈进。以云南省为例,云南大健康产业的发展离不开高原特色农业的物质基础,提出了打“绿色食品”牌,一方面,特色农业为绿色食品、保健食品产业提供优质、多样、特色保健品和健康消费品需要,满足人们吃安全、吃健康的基本生活需求;另一方面,也为生物医药业的发展提供了重要原材料。

从第二产业来看,医疗器械制造业、健康装备制造业、医药药品生产业、保健品加工业等与大健康产业联系紧密,其中医疗器械制造业的市场规模增长速度尤为突出。我国医疗器械市场规模从2001年的179亿元增长到2015年的3080亿元,年平均增长率在20%左右。据统计,2014年全球医疗器械和医药的消费比例约为0.7:1,而欧美日等发达国家已达到1.02:1,中国医疗器械市场总规模为2556亿元,医药市场总规模预计为13326亿元,医疗器械和医药的消费比例为0.19:1,远低于国际水平。

从第三产业来看大健康产业的融合则更加显著,健康医疗服务业、健康养老业、疗养康复业、养生健身业、健康管理业、健康保险业、健康旅游业等,无

一不是健康产业与第三产业紧密融合的有力证明。李克强曾提出,引导和支持大健康产业加快发展,尤其要促进与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品的五大大融合。

综上所述,大健康产业是一个关联度高、融合性强、延伸链长的产业集群,易形成具有集群价值的健康产业链。目前我国大健康产业融合主要围绕以下三点展开:一是“生”(生产),涵盖医药生产、医械制造以及中药材、原料的种植等方面;二是“疗”,涉及理疗、美体、美容、医疗康复等;三是“养”,包含营养保健、养生、养老、健康管理、健康保险、康养旅游等领域。未来通过与“互联网+”的融合,将催生更多健康新产业、新业态、新模式。

#### (二) 大健康产业发展动力与趋势

##### 1. 大健康产业发展动力

###### (1) 政策扶持

2016年是“十三五”规划的开局年,健康养老产业频获政策力挺;同年10月国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》,“健康中国”正式上升为国家战略,大健康产业成为继互联网产业之后中国经济的新引擎,利好政策不断。《纲要》是新中国成立以来首次在国家层面提出的健康领域中长期战略规划,明确了今后15年健康中国建设的总体战略。随后,政府发布了一系列相关政策:《促进民间投资健康发展若干政策措施》《关于推进老年宜居环境建设的指导意见》《关于开展健康城市健康村镇建设的指导意见》《关于开展国家中医药健康旅游示范区(基地、项目)创建工作的通知》《关于推进医疗卫生与养老服务相结合的指导意见》《关于加快推进健康与养老服务工程建设的通知》等,足以彰显政府对健康产业的大力扶持。

###### (2) 经济驱动

一方面,马斯洛需求层次理论认为,人们在满足了低级阶段的生理、安全需求后,会寻求更高级的自我实现、尊重需求与归属需求。当经济状况已经不需要担心最基础的生理、安全保障时,人们对健康的追求层次升级,这点可以从健康旅游业、保健品产业一日千里的发展和心理健康医疗逐渐受到重视方面得到证明;另一方面,健康产业横贯一、二、三产业的

融合性带来了巨大的社会效益与经济效益,预计到2020年,大健康产业规模会达到8万亿元以上,于是在利益驱动下的大健康产业发展势头如日中天。

### (3)环境压力

经济快速发展的后果之一就是环境污染与生态环境破坏,工业生产活动中产生各种有毒有害物质并排入环境,导致大气污染、土壤污染、水污染等,污染物通过空气流通和饮食用水等途径进入人体后,对人体健康产生危害。因此,环境污染与生态失衡使人类生活环境质量急剧恶化;同时,过快的生活节奏也让人们感受到来自社会生活环境的压力,疲惫不堪,从而寻求生理与心理的双重健康追求。因此,自然环境与社会环境的双重压力是促进健康产业发展的内在动力。

### (4)市场刚需

据相关资料,2015年我国老年人口已占比达10.5%,人口老龄化仍在加速。过去30年恶性肿瘤死亡率由75.6/10万上升至91.24/10万,其中与环境有关的肺癌、肝癌等死亡数明显上升。健康产业是刚需,而环境污染与人口老龄化问题则是促使健康产业发展的重要内在动力,再加上健康意识提升对扩大消费支出的作用:2014年,居民医疗保健类支出增长14.91%,高于8.01%的消费性支出增速、8.98%的可支配收入增速。因此,在人口、环境、健康意识、国家政策“四轮”驱动下,市场逐步扩大,健康产业发展升级。

## 2.中国大健康产业发展的重点趋势

我国大健康产业未来将呈现出针对老年市场、保健产业持续增长、健康服务拓展升级、生态养生健康消费、政企投资持续加码的重点发展趋势。

### (1)重点针对老年市场

我国老龄化人口的迅速增加,将催生老年康复护理、社区养老、健康保健、中医养生、养生养老地产等健康服务行业的迅速崛起。未来老年市场在大健康产业中的占比将不断扩大,市场规模呈上升态势。

### (2)保健产业持续增长

我国亚健康现象十分普遍,亚健康人口人数在不断增长中。以城市白领群体为例,亚健康人数占比98.8%,其中IT行业的从业人员健康状况最差。而

长期处于亚健康状态容易导致多种慢性病的出现。据统计,我国目前慢性病患者已超过2.6亿,由于慢性疾病在人群死因构成中占比86.6%,因此又被称为威胁中国人健康的“头号杀手”。针对慢性病问题,我国原卫生部部长陈竺指出:“营养治疗是关键”。可见,慢性病人数的增加将催生保健市场的扩大。

### (3)健康服务拓展升级

服务业拓展升级的首要驱动力来源于对更高质量与更高层次服务产品的需求升级,其面向的主要市场群体为中产阶级与精英人群,这部分群体不仅拥有十分可观、可供自由支配的剩余财富,而且对自身的健康管理非常重视。2000年以来,中国中产阶级的财富大幅增长330%;2015年已达7.3万亿美元,占全国财富的32%。当前我国中产阶级人数已增长至全球首位,高达1.09亿人。中产阶级人数及财富的快速增长促进了我国健康管理、健康咨询、健康保险等服务行业的崛起,并加快了健康产品和健康服务需求的拓展升级。

### (4)生态养生健康消费

随着居民受教育程度逐渐提高,消费观念也逐渐发生转变,在健康消费上体现得尤为突出。从局限于“有病治病”,转向为“无病防病”,反映出人们对自身健康水平的关注;从只关注身体生理健康,转向为更注重心理、精神、思想乃至道德和信仰多方面的健康,反映出人们对幸福生活的向往;从基本的饮食、作息等养生健康观念,转向为对养生环境的生态化要求,反映出人们对生命质量的追求。人们逐渐意识到环境因素对人体健康的重要影响,开始重视生命健康与生态环境相互协调的有机联系,生态养生将成为人们在健康消费中的新趋势。

### (5)政企投资持续加码

在“健康中国”上升为国家战略的大背景下,我国健康产业的发展前景欣欣向荣。未来随着健康产业带来的经济效益与社会效益不断增长,健康产品种类增多、健康企业拓展创新、健康产业融合发展,其涵盖领域与服务范围将不断扩大;与此同时,我国将继续紧密出台一系列扶持、促进健康产业发展的政策,政策投资持续加码,营造市场与政策相结合的“双轮驱动”格局。



### 三、健康地理学、健康旅游与大健康产业的契合

#### (一)健康地理学的产生和发展是医学地理学的文化转向

医学地理学是研究人群疾病和健康状况的地理分布与地理环境的关系,以及医疗保健机构和设施地域合理配置的学科。<sup>[26]</sup>其主要包括三方面的研究内容:①人群疾病和健康状况的地理分布模式;②人群疾病和健康状况与地理环境的关系及分布模式的形成原因;③医疗保健服务系统规划和空间合理配置。<sup>[27]</sup>医学地理学对查明和控制疾病流行,探索环境致病原因、选择疗养地、评价最适宜人类生命的环境条件等都有重要意义,其主要关注点在于自然生态环境与人类身体健康之间的关系。

而后随着生产力的发展与“新人本主义地理学”的兴起,在人文地理学社会—文化转型的大背景下,传统医学地理学同样也进行了文化转型,转向了文化内涵更深厚的健康地理学。健康地理学侧重研究地理环境与人体生态达到“平衡”状态的条件、“失衡”状态的原因、变化趋势及其空间模式,还有如何维持“平衡”的条件等内容。可以说,健康地理学是医学地理学的文化转向,属于自然地理学和人文地理学的交叉学科。

健康地理学跳出了医学地理学关于“健康”的概念,指出人的健康状态不仅包括躯体健康,心理健康也很重要;跳出了以“人”与“疾病”为研究中心的范围,将更多关注点放在“环境”上,尤其是社会环境,以及社会环境对人们生理与心理健康状况的影响,更全面地从多方面分析了环境因素对人类健康和疾

病的影响。相较于医学地理学,健康地理学的研究内容更广,具体包括以下内容:研究生活在不同自然地理环境的人群生理和健康状态;研究营养素和营养病的地理分布模式及其与自然环境和社会经济因素的关系;疗养地理研究,研究具有不同疗养能力的地理因素的地域分异与疗养区域选择;研究精神健康、行为环境与自然环境之间的关系等。

#### (二)健康地理学、健康旅游的产生和发展适应了大健康产业发展的需求

大健康产业的发展对健康与环境提出更高层次的要求,从而催生了重要新型业态——健康旅游,并引导了健康地理学的文化转向。健康地理学主要以地理环境与人体健康之间的联系为研究核心,与健康旅游两大形成要素(依托资源和客源市场)正好形成契合的供需关系:健康地理学研究必会涉及与健康相关的环境资源、物质或文化资源在地域分布上的差异性,而这正是健康旅游需要依托的旅游资源;对于具有客源市场(亚健康人群、老年人群、慢性病患者、心理健康危机人群)的健康旅游而言,如何依托不同区域的环境、物质和文化资源,顺应自然规律、因地制宜地对其进行利用、开发,以保障人体健康,也需要健康地理学针对健康与环境之间的联系进行解释、证实、研究,达到满足健康旅游市场需求的目标。同时,作为旅游产业和大健康产业融合形成的交叉产业,健康旅游方兴未艾的势头将丰富健康地理学的学科体系、促进大健康产业的实业发展,而健康地理学则通过为大健康产业提供理论研究基础促进其发展,三者之间的契合关系呈良性循环(图3)。

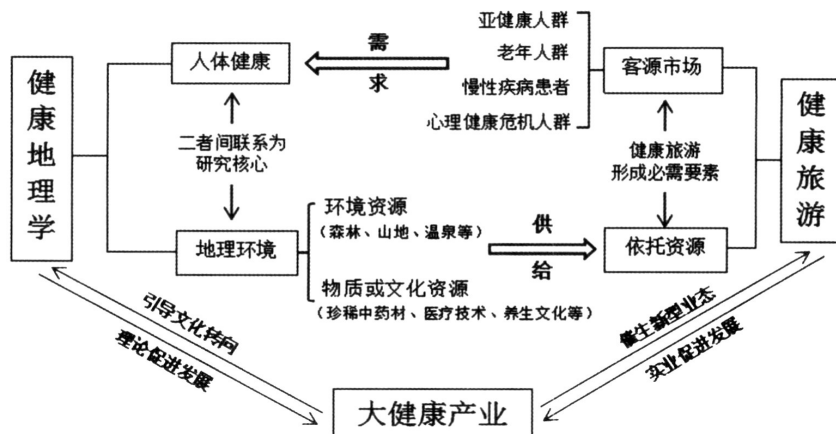


图3 健康地理学、大健康产业与健康旅游三者之间的需求契合关系

### (三)契合大健康产业和健康地理学的健康旅游发展

健康旅游是借助传统与非传统医学治疗的旅游服务,从而使旅游者身体得到健康、放松、工作压力能够缓解的一种旅游方式(Bushels, 2000)。健康旅游以大健康为基本理念,依托于生态环境、传统文化、特殊资源、现代科技,是以护养身心健康、提升生活质量、激发生命潜能为核心功能的系列旅游活动,旨在保障心理安适、改善身体机能、实现身心和谐。<sup>[28]</sup>

(1)健康旅游之养生旅游。养生旅游涉及多种养生产业类型,如水疗产业、温泉和矿泉产业、美容和抗衰老产业、补充/替代医学产业、预防和私人健康定制服务产业、养生生活房地产业、公司和职场养生产业、健康饮食产业、营养学和纤体产业、心理健康医疗业和健身产业等。在不同空间地域内,这些产业因地制宜地与旅游通过不同形式的结合逐渐形成表1中多种养生旅游模式。

(2)健康旅游之医疗旅游。近年来由医疗产业与旅游业融合发展的医疗旅游方兴未艾。据WTO预估,至2020年,医疗健康相关服务业将成为全球最大

产业,观光休闲旅游相关服务位于第二,两者共占全球GDP的22%。<sup>[29]</sup>从全球发展实践上来看,泰国、马来西亚和印度等国家率先对这个旅游新分支进行了积极的投资并支持其发展,如今已打造出具有区域特色的南亚、东南亚医疗旅游业以实践证明,目的地国家可以在低成本条件下生产和客源国同样质量的医疗产品,而且目的地国家具有高技能的劳动力、较低的资本成本,以及相较于客源国而言更低的旅游花费等优势。与其形成对比的是高端医疗旅游,如日本的癌症治疗、韩国的医美整形、美国的癌症治疗和生育辅助,所需医疗技术水平高、劳动力成本高、资本投资高。日、韩、美现已依托各自优势成为中国海外最大医疗旅游目的地,我国每年到韩国、日本、美国等国家接受美容、抗衰老、亚健康、体检等医疗服务的消费总额超过50亿美元。

在中国,医疗旅游目前获得大力政策扶持。2013年国务院发布《关于促进健康服务业发展的若干意见》中提出发展健康旅游,鼓励有条件的地区面向国际国内市场,整合当地优势医疗资源、中医药等特色养生保健资源、绿色生态旅游资源,发展养生、体育

表1 八种典型的养生旅游模式

| 养生旅游模式 | 典型案例       | 特色理念            | 旅游吸引物构成                                                              | 养生产业类型                          |
|--------|------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 组合式养生  | 泰式养生       | 身、心、灵三位一体       | 由心灵静修、生活瑜伽、自然愈合、艺术排毒、体重管理、健身方案定制、水疗护理等模块组成                           | 水疗产业、美容产业、营养学和纤体产业              |
| 温泉养生   | 日本温泉       | 医疗养生+娱乐休闲       | 别具一格的建筑风格、功能产品(医疗效果)、艺术装潢、经营理念、服务模式、工艺商品、文化活动等                       | 水疗产业、温泉和矿泉产业                    |
| 乡村田园养生 | 法国庄园       | 新型田园养生旅游形态      | 充分利用植物景观种植、乡村田野空间、户外活动和香氛理疗资源,营造出一片静谧祥和的田园乡村风光                       | 香草种植业与加工业、葡萄种植业与酿造业、文化创意产业      |
| 抗衰老养生  | 瑞士抗衰老养生新模式 | IT+健康+旅游        | 将医院、疗养、保健和度假四者相结合,提供专业的健康维护计划,将健康管理模式引入到养生休闲旅游开发之中                   | 抗衰老产业、养生生活房地产业、私人健康定制服务产业、保健品产业 |
| 养老养生   | 美国太阳城      | 居家式的自主养老方式      | 涵盖老年生活的衣食住行、医疗健康、心理关照等在内的全面需求,包括住宿、餐饮、娱乐活动等功能                        | 养生生活房地产业、心理健康医疗业、健身产业           |
| 美容养生   | 韩国美容整形     | 美容养生之全身健康管理     | 以全身健康为中心的服务产品体系,包括整形美容手术、全身肌肤管理、美体营养餐等                               | 美容和抗衰老产业、整形产业                   |
| 山地养生   | 阿尔卑斯山      | 休闲体验型旅游产品       | 运动类、温泉类、疗养类等多种休闲体验型旅游产品,与高山滑雪、山地自驾、森林雾浴、高山瑜伽等众多养生项目相结合               | 健身产业、温泉和矿泉产业                    |
| 文化养生   | 中国养生       | 养身养心、天人合一的全方位疗养 | 以高质量的自然环境、高水平的养生保健项目、人性化全程养生服务以及和谐的养生氛围为基础,以深厚的养生文化内涵为底蕴,融合先进的当代养生技术 | 文化产业、温泉和矿泉产业、中医药产业              |

根据相关资料整理。



和医疗健康旅游。<sup>[14]</sup>2014年8月《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》再一次把旅游业的发展提到更加重要的地位,强调要增强旅游发展动力、拓展旅游发展空间,明确提出“推进整形整容、内外科等优势医疗资源面向国内外提供医疗旅游服务”。中国的医疗旅游资源可以分为4类,具体包括:特殊气候条件、特色中药、传统中医医术及中医名家、现代高科技医疗技术的医疗旅游资源。以我国海南岛为例,舒适宜人的特殊气候条件与丰富的天然滨海、温泉、森林资源使其具有医疗与旅游的双重吸引力。随后在国家的政策扶持与海南省政府谋求发展的驱动下,2013年博鳌乐城国际医疗旅游先行区作为全国唯一一家国际医疗旅游先行区花落海南,先行区内将逐步放开对外资设立独资医疗机构的限制。未来海南岛通过医疗保健品牌的塑造,医疗产业与旅游产业互为依托、相互促进,将进一步加快其建设国际旅游岛的步伐。

(3)健康旅游之中医药旅游。相较于我国近年来如火如荼的出境医疗旅游市场,国内医疗旅游正面临着巨大的挑战。为应对这些挑战,国家正在大力推动中医药健康旅游发展。中医药既是我国的特色

医疗资源,也是特色旅游资源,具有独一无二的地域性特征。作为中国医疗旅游的先行,中医药健康旅游顺应不断变化的健康需求与旅游需求,正在蓬勃发展中。中医药旅游可具体细分为以下6种类型(见表2)。

#### 四、基于健康地理学“人地”关系对健康旅游的发展研究

(一)健康地理学研究是健康旅游的发展基础

自20世纪70年代起,传统医学地理学开始社会文化转型,逐渐形成如今的健康地理学。历经40余载,健康地理学的理论体系尚未达到系统化、科学化的水平,学者们对于其理论构建尚存在许多争议,目前大致能形成统一意见的有以下两点:第一,健康地理学重视“地点理论”,作为健康学与地理学的交叉学科,健康地理学与传统医学地理学的最大区别就是切实将地理学科“地”的特性放到了研究重点;第二,健康地理学在新人本主义和文化转型的背景下发展,逐渐与多学科理论融合,其中对其影响最深刻的为社会学和文化地理学,使其更具人本关怀,以“人”为中心去探讨社会环境特征对健康的影响。而健康旅游的发展驱动力同样离不开这两点:由于地

表2 六种中医药旅游类型

| 类型        | 理念                                                    | 主要形式                                                                 | 案例                  |
|-----------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------|
| 中医药生态养生旅游 | 利用绿色的自然生态环境去平衡身心生态环境,结合中医药养疗,达到养生目的                   | 森林浴养生法、雾浴养生法、温泉养生法、生态阳光浴法                                            | 安化县辰山绿谷养生基地         |
| 中医药游乐养生旅游 | 因地制宜地将中医药文化与当地的风景、历史或文化特色融合在一起                        | 以体验性强、参与性强、趣味性强的游戏或活动吸引游客,使游客主动参与到养生休闲活动中                            | 山东御华景宸中医药养生园        |
| 中医药文化观光旅游 | 在游览观光人文景观、自然景观的同时,增长知识,加深对中医药文化的了解                    | 中医药人文景观观光(名医故居、中医药古代建筑、著名中医店铺、中医博物馆等)和自然景观观光(中医药动植物观赏游、中医药药用植物园学习游等) | 永州异蛇生态文化产业园健康旅游示范基地 |
| 中医药医疗保健旅游 | 通过在旅游中对中医药医疗服务与保健品产品的消费,达到防治疾患、健身康体、延年益寿的目的           | 一是在旅游途中,体验中医药特色的保健方式,如针灸、推拿、按摩、足浴等;二是在旅游目的地购买当地的地道中药材、特色药物、中药饮片、中成药等 | 神龙养生保健旅游示范基地        |
| 中医美食保健旅游  | 药食同源是中医药理论中的一大特色,以中医五行养生学说为根基,可因地制宜结合当地特色中医药产品行食疗养生之法 | 引药入食,药食同源,打造各种养生汤品和药膳养生食疗,开设药膳餐厅,有针对性地推出不同功效的药膳食谱                    | 浏阳汉元养生示范基地          |
| 中医药美容养生旅游 | 将容颜与脏腑、经络、气血紧密联结,使精气畅通,动中求美,并与休闲养生旅游相结合               | 主要包括中药、食膳、针灸、推拿按摩、气功五大类中医美容法,此外还有淋巴排毒、肾脏调理等方法                        |                     |

根据相关资料整理。

域差异性产生的旅游吸引力,与人们对自身健康的关注以及对身心健康的追求过程。健康地理学理论体系为健康旅游提供着理论支持,二者之间的“人地”关系揭示了它们的共同目标:实现人类与环境的协调发展(图4)。

(二)健康地理学的研究新转向促进健康旅游、大健康产业的未来发展

第一,环境特征对健康影响的研究。可分为自然环境和社会环境对健康影响的研究,主要侧重研究后者,即社区与场所的社会环境及其产生的压力对人们生理与心理健康的影响。我国存在着多个长寿区,对长寿区的环境、经济、文化的研究,可以促进健康水平的提高;<sup>[30]</sup>并且,由于自身居住地的社会环境压力对居民产生“内推”作用,联合长寿康养地区高健康水平的“外拉”作用,可以有效带动长寿区健康旅游业的发展。

第二,对健康旅游的重视。国内现有关于健康旅游的学术成果主要集中在健康旅游概念的探析、

产品分类等方面,很多研究还未涉入,研究的方向和内容还很广阔。<sup>[31]</sup>旅游地理学对健康旅游的重视将促进健康旅游在学术上的研究进展,与旅游学、生态学、中医养生等多学科理论相结合将对健康旅游进行多层次、多角度、全方位的研究。

第三,新人本主义研究。关注保健、康养服务供给的空间分布是否与人们需求的空间分布相吻合的问题,对健康社会在空间上的公正性提出质疑。保健服务设施的空间配置是否合理、公正,将决定不同经济水平地区的健康、健康旅游能否获得公平、公正的政策扶持与设施配置,尤其对一些社会经济水平发展相对滞后但却拥有得天独厚的康养环境的贫困地区来说,尤为重要。

本文在综合吸取相关研究成果和思考的基础上提出了适应大健康产业发展的健康地理学与健康旅游发展的纲要性论述,希望对健康地理学与健康旅游的研究、发展能有所裨益,也希望打造更多的健康生活目的地。

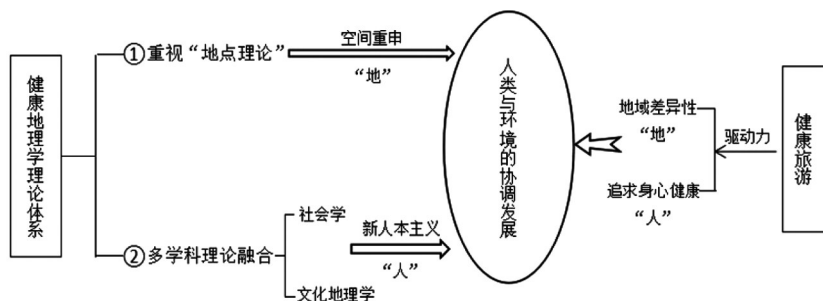


图4 健康地理学理论体系与健康旅游的“人地”联系图

#### 参考文献:

- [1]钱林霞.“长寿福地”香港与它的健康产业[J].新经济,2018,(1).
- [2]刘晓霞,邹小华,王兴中.国外健康地理学研究进展[J].人文地理,2012,27(3).
- [3]杨林生,王五一,等.环境地理与人类健康研究成果与展望[J].地理研究,2010,29(9).
- [4]倪进发,张在仁,等.安徽青阳县山区居民健康状况的地理流行病学调查[J].安徽医科大学学报,1990,(1).
- [5]李群伟.人文地理与人类健康[J].中国地方病防治杂志,2009,24(4).
- [6]沙塔娜提,孙红友,周铭心.环境地理因素与亚健康状态

的关系初探——西北燥证背景研究[J].新疆中医药,2006,(4).

- [7]余卓群.建筑地理环境与健康[A].中国民族建筑研究论文汇编[C].中国民族建筑研究会,2008.
- [8]王显红,田聪聪,周燕荣.地理信息系统与环境健康评价方法[J].中国卫生统计,2001,(3).
- [9]徐淑雷.基于GIS的环境污染对健康危害信息管理系统建立[D].华中科技大学,2006.
- [10]张喜旺.基于GIS的农村公共卫生管理信息系统研究[D].河南大学,2006.
- [11]周晓琴,明庆忠,陈建波.山地健康旅游产品体系研究[J].资源开发与市场,2017,33(6).
- [12]陈建波,明庆忠.基于改进层次分析法的健康旅游资源评价研究[J].地理与地理信息科学,2018,34(4).

[13]陈建波,明庆忠,娄思元,等.山地城市健康旅游资源及开发策略研究——以重庆市主城区为例[J].西南师范大学学报(自然科学版),2016,41(10).

[14]薛群慧,邓永进.论云南少数民族地区健康旅游资源开发战略[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2011,28(5).

[15]徐修远.浅析国内老年健康旅游市场的开发[J].旅游论坛,2010,3(5).

[16]薛群慧,邓永进,顾晓艳.健康旅游开发的若干思考——以浙江为例[J].经济问题探索,2011,(10).

[17]李翠传,孔岳雪,等.健康旅游社区化发展的模式形态研究——以秦皇岛为例[J].河北师范大学学报(自然科学版),2018,42(3).

[18]秦立公,吴娇,等.旅游健康业现状、需求及“211”发展模式研究[J].生态经济,2012,(2).

[19]H. L. Holley. Geography and mental health: A review[J]. Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology, 1998, 33(11).

[20]Carolyn Gallaher. Social policy and the construction of need: A critical examination of the geography of needs assessments for low-income women's health[J]. Geoforum, 1995, 26(3).

[21]John M. Hunter, Sonia I. Arbona. Paradise lost: An introduction to the geography of water pollution in Puerto Rico[J]. Social Science & Medicine, 1995, 40(10).

[22]Matthew D. Trujillo, Alonzo Plough. Building a culture of health: A new framework and measures for health and health care in America[J]. Social Science & Medicine, 2016, 165.

[23]张瑾.大健康产业发展现状与趋势分析[A].中国经济分析与展望(2017~2018)[C].2018.

[24]王文,王永生.矿产资源开发与生态环境保护探讨[J].中国人口·资源与环境,2003,(4).

[25]王如松.生态健康的科学内涵和系统调理方法[J].科技导报,2005,(3).

[26]吴玉,李维民.在医学地理学课程中开设GIS实验课的探讨[J].国外医学(医学地理分册),2008,29(4).

[27]王韬,王子谟,王晓萍.浅议中医院校中医本科专业的课程设置[J].中医药管理杂志,2008,16(12).

[28]杨红波.云南温泉康养旅游产品开发探析[J].经贸实践,2018,(13).

[29]孟晓伟,姚东明,胡振宇.中医药健康旅游发展现状与对策研究[J].江西中医药大学学报,2018,30(1).

[30]王五一.环境—健康—发展的平衡与调控——关于地理学创新的思考[A].中国地理学会2000—2002年综合学术年会论文集[C].中国地理学会,2002.

[31]单亚琴,姚国荣.国内健康旅游研究综述[J].牡丹江大学学报,2015,24(7).

## A Study on the Development of Health Geography and Health Tourism Based on Big Health Industry

Ming Qingzhong Li Ting

**Abstract:** Big-health industry provides all-round and all-factor products and services for human beings' overall health which includes physical and mental health. With the closer relationship between health and environment, medical geography has turned to health geography, making health tourism for health and leisure a new significant form of health industry. The researches of health geography and health tourism which are based on big-health industry conform to human beings' dual pursuit of physical and mental health, which will inevitably promote the academic cross-integration of health geography and health tourism, and ensure the gradual implementation of Healthy China Strategy. This study shows as follows: First, the big-health industry has its characteristics of expansion of connotation, integration of nature and humanity of healthy environment, growth of healthy market, abundance of healthy products, and industrial convergence and clustering. Second, promoted by policy support, economic drive, environmental pressure and market demand, big-health industry has developed rapidly with some obvious development trends. Third, the development of big-health industry promotes the cultural turn of medical geography, which makes health geography and health tourism fit in with big-health industry. Forth, based on the concept of big-health, health tourism gradually forms multiple kinds, including medical tourism, Chinese traditional medicine tourism, etc. The paper also points out that the study of health geography is the basis for the development of health tourism, and that its new research direction will promote the future development of health tourism and big-health industry. It is hoped that the research on the cooperative development of health geography, health tourism and big-health industry in this paper could contribute to ensuring health and creating healthy life destination.

**Key words:** healthy geography; big-health industry; healthy tourism; cultural turn; man-land relationship