

## ■新视窗·培育服务消费新增长点

生态为底、文化为脉,江西金溪县因地制宜培育特色康养旅游产品——

## 打开康养消费新空间

本报记者 杨颜菲 齐志明

初冬时节,乔治棕榈山庄举办的板栗节上,游客拿着竿子敲下板栗,现场炒制,体验感拉满;香谷小镇里,远道而来的消费者体验香薰疗养,身心放松;新塔园艺观光园内,顾客欣赏森林景观,品尝健康安全的森林食品……在江西金溪县,人们乐享自然风光与文化景观,消费热度不断攀升。

国务院办公厅《关于加快场景培育和开放推动新场景大规模应用的实施意见》提出,“加强商业、文化、旅游、体育、健康、交通等消费跨界融合”“打造一批带动面广、显示度高的消费新场景”。

康养产业是提供健康与养生服务的产业形态,涵盖健康文旅、养生保健、运动休闲、餐饮美食等多个领域,顺应了现代人追求健康生活方式的趋势。随着健康中国建设扎实推进,人们康养消费需求不断提升,各地因地制宜培育康养业态,优质的康养产品与服务不断涌现。

## 在古村落拥抱“诗和远方”

夜幕降临,金溪县合市镇游垫古村的灯光次第亮起。八处水塘倒映着岸边的老屋,古老的砖雕与流动的光影交织,一场“光影水秀”精彩上演。游客们沿着青石板路漫步,时而驻足拍照,时而聆听导游讲述古村600多年的历史。

古村落是金溪的“传家宝”,现有保存格局完整的古村落128个,其中中国传统村落57个,中国历史文化名镇名村7个。在推进生态康养工作中,金溪县全力打造“古村+山水林田湖稻”为一体的绿色康养、古村康养业态集群,建设了一批“生态为底、文化为脉”的康养体验目的地。

游垫古村是一个明朝古村落,三面环山,森林覆盖率达90%,富含负氧离子。该村立足资源优势,打造特色优质的康养旅游产品,满足人民日益增长的美好生活需要。

晨光熹微、空气清新,由游垫古村景区聘请的专业瑜伽教练带领游客在田园间练习瑜伽。“以前来过游垫村,古建筑和各类特色美食给我留下深刻印象。这次,我特意带家人一起来游玩。”来自上海浦东新区的退休教师张素红说。

“我们为古村设计了‘古村+生态+医疗’康养消费新模式,改造了村里的10余处闲置老宅,同时开设生态餐厅、手工作坊、古村民宿、理疗馆,形成完整的康养消费链条。”金溪县游垫古村景区负责人张桂发说。

“康养还能逛古村、品美食、学知识,这样的旅行太舒服了。”在浙江工作的李小琴说。不少游客像李小琴一样,选择“康养+度假”的模式——白天在理疗馆调理身体、到田间地头体验农耕,傍晚逛市集、看光影秀,晚上住古村民宿。

距离游垫古村20多公里开外的浒湾镇乔治棕榈山庄,草木碧绿、水波荡漾。前不久,乔治棕榈山庄推出涵盖亲子瑜伽、有机农场采摘、星空露营等项目的“家庭健康计划”。来自江西南昌的刘云程一家三口参与了山庄的“24小时健康挑战”:“孩子跟着教练学太极,妻子体验了芳香康养,我在森林步道完成了5公里徒步。这种全家参与的康养体验,比单纯旅游观光更有意义。”

念好“康养+旅游”这本经,老乡们的腰包更鼓了。金溪县文化广电旅游局党组书记、局长黄武清介绍,今年上半年,金溪县游客接待量和旅游综合收入分别增长10.3%、7.98%,一个个古村落也在传承中焕发新生机。

## 新产品、新业态、新场景不断涌现

《“健康中国2030”规划纲要》明确提出,积

“有些旅游团不收70岁以上的老人,有的旅游团日程安排太紧,老人跟不上节奏。”上海市民车卫讯今年70岁,谈起最近几次旅游经历,他颇有感触。

“旅游消费是服务消费,在提升服务水平方面有着巨大的潜力。”上海财经大学中国式现代化研究院特聘研究员、电子商务研究中心主任劳帼龄认为,“面对银发消费新需求,应该从提升生活品质的角度做旅游产品的差异化设计,用心研发服务产品”。

银发旅游产品涉及方方面面的细节,旅游景点的卫生间增加扶手等适老化改造;手机上的旅游小程序也要做适老化改造,字体大一些、醒目一些,增设一键客服等功能;老

极促进健康与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品融合。

我国具有超大规模市场优势。2024年我国居民人均可支配收入达41314元,居民健康消费占比不断上升。

康养产业需求多元化、服务专业化、结构多样化的特点,促进“康养+”疗养、民宿、食品等新产品、新业态、新场景不断涌现,成为提振消费的“新蓝海”。

“我找到了与众不同的香味!”近日,来自浙江温州的姜静雅来到金溪香谷小镇,江西黄岩香料有限公司董事长赵长缨拿出的黄香让姜静雅眼前一亮。

金溪是全国林下生物香料生产基地,香料香精企业已达80余家,产业主营业务收入突破百亿元大关。金溪将传统的香料香精产业与康养融合发展,带给游客更加舒适的健康体验。

漫步金溪香谷小镇,各式芳香植物映入眼帘,风景宜人,也香味四溢。金溪县以香精香料产业为依托,与江西中医药大学共建“金溪香疗研究院”,打造香疗体验中心,发展特色民宿、康疗理疗等新业态,将天然香料融入品茗、赏花、艾灸及辅助深度睡眠等环节,开辟芳香康养新路径。

“这款薰衣草精油有助于缓解焦虑、改善睡眠。”在香谷小镇芳香康养区,康养师郑丽明打开一瓶精油,让来自福建莆田的林喜娟女士闻香。

香谷小镇负责人舒婧介绍:“我们这里有茶香区、鉴香区、品香区、食香区四大主题区。在茶香区,可以配制不同的香药茶饮(如栀子花茶),兼具保健功效与独特风味。在品香区,游客可亲手调制香水,制作个性香囊、天然香皂、天然线香等香产品,还可以聆听芳香康养治疗课程。”

香料一直是美味佳肴的重要组成部分。在香谷小镇食香区,各类风味独特的芳香美食,让游客在旅游赏景的同时大饱口福。香谷小镇边开起了不少康养民宿,特色就是各种香。

“我们出台系列扶持政策,放大‘香谷小镇’等品牌效应,着力培育创建芳香康养星级民宿、民宿集聚区、民宿综合体,精心打造了南园小隐等13家特色星级民宿,融入康养元素,初步形成了三产融合、特色定位、错位发展的芳香康养民宿经济发展格局。”金溪县委常委、副县长王飞介绍,县里在部分旅游景区、各乡镇卫生院开设香疗体验区,近3年来,全县游客接待量与实现综合收入均呈现明显增长趋势。

## 将康养资源优势转化为发展优势

垂钓坐磐石,水清心亦闲。作为一项户外生态康养运动,垂钓受到不少人青睐。在金溪县润浩现代综合农业暨国际垂钓中心,一群垂钓爱好者正在岸边忙着上饵、抛竿、起鱼,尽享垂钓的惬意和乐趣。

“这里环境优美、风景宜人,和朋友相约体验垂钓的慢时光,是工作之余难得的享受。”家住金溪县秀谷镇学苑社区的许文骏说。

“以渔为媒、以赛促旅、体旅结合,我们通过‘生态+赛事+旅游’带动一、二、三产业联动发展,加速拓展以渔文化、鱼产业为主题的康养业态,将康养资源优势转化为发展优势。”金溪县农业农村局党组书记、局长胡阳说。

近年来,随着全民健身上升为国家战略,《全民健身条例》和《全民健身

## 身计划

(2021—

2025年)》深

入实施,人人参

与体育、人人热爱

健身的理念与实践

不断走深走实,既为推

进体育强国、健康中国

建设增添了新的动能,也

为运动康养发展带来新

空间。

顺应这一趋势,各地充分

发挥生态环境、资源禀赋、在地文

化等比较优势,集聚疗愈旅居、休

闲娱乐、健康管理等功能的重点项

目,有序开发运动康养产品,为人们

健康生活注入新活力。

“我们联合国家以及各省市的各级

垂钓协会,每年将组织市级以上垂钓赛

事超30场,其中国际赛事5场以上。”金

溪润浩现代综合农业暨国际垂钓中心项

目负责人余腾胜说,中心投运以来,每年

接待前来康养消费的人群达3万余人次,带

动周边60余名村民就业,餐饮、住宿、零售、

旅游等生意都越来越火。

金溪县还以体育赛事活动为引擎,推动

“体育+芳香康养+古村怀旧”的生态康养多

元态融合发展,打造了古韵竹桥、茶文化

园、润浩国际垂钓中心等一批集竞技、休闲、

娱乐、健身等为一体的“体育+”生态康养新地

标,让体育爱好者在享受运动快乐的同时,欣

赏生态美景,感受特色民俗,带动相关产业蓬

勃发展。

“我们将立足自身休闲康养资源的优

势,坚持一、二、三产业融合发展思路,继续

大力发展文旅康养、芳香康养、运动康养等

生态康养的多种业态,持续提升服务质量

和设施水平,推进康养产业高质量发展,以优

质供给更好满足人们健康与养生的消费需

求。”王飞说。

“我们出台系列扶持政策,放大‘香谷小

镇’等品牌效应,着力培育创建芳香康养星级

民宿、民宿集聚区、民宿综合体,精心打造了南

园小隐等13家特色星级民宿,融入康养元素,

初步形成了三产融合、特色定位、错位发展

的芳香康养民宿经济发展格局。”金溪县委常

委、副县长王飞介绍,县里在部分旅游区、各乡

镇卫生院开设香疗体验区,近3年来,全县游

客接待量与实现综合收入均呈现明显增长

趋势。

## 图①:海南省琼海市,游客在博鳌海

滨沐浴暖阳。

蒙钟德摄(人民视觉)

图②:四川省宣汉县月亮坪森林康

养旅游度假区内,游客在树冠云廊景

观道上观光游览。

张波摄(影像中国)

图③:陕西省镇坪县利用山水

资源禀赋,发展旅游康养产业。

游客在位于镇坪县境内的化龙

山上游玩。

新华社记者 邵瑞摄

图④:江西省金溪县琅

琊镇霞麓村老屋成片,静

谧祥和。

邓兴东摄

(影像中国)

版式设计

汪哲平

## 用细分产品满足银发群体旅游需求

本报记者 黄晓慧

“有些旅游团不收70岁以上的老人,有的旅游团日程安排太紧,老人跟不上节奏。”上海市民车卫讯今年70岁,谈起最近几次旅游经历,他颇有感触。

“旅游消费是服务消费,在提升服务水平方面有着巨大的潜力。”上海财

经大学中国式现代化研究院特聘研究员、电子商务研究中心主任劳帼龄认为,“面对银发消费新需求,应该从提升生活品质的角度做旅游产品的差异化设计,用心研发服务产品”。

银发旅游产品涉及方方面面的细节,旅

游景点的卫生间增加扶手等适老化改造;手

机上的旅游小程序也要做适老化改造,字体大一些、醒目一些,增设一键客服等功能;老

年人旅游时配备智能穿戴设备,做健康监测,子女家人能够远程实时看到老年人的健康状况反馈。

在劳帼龄看来,这些都是旅游产业链上

的新增长点,“银发旅游,只有从需求端发力,

对供给端提出改造提升的要求,大家在产

业链上相互配合,才能提升整个银发旅游产

品的品质。”

劳帼龄建议,银发旅游除了对消费者年

龄层的细分外,还可以加入特定主题的深度

游。“比如怀旧主题,曾是知青的老人回到当年插队的地方,故地重游,而不是简单地看山看水;很多老年人过去由于经济条件有限,没有好好办过婚礼,没有拍过婚纱照,可以为老年人设计旅行时拍一组金婚、银婚的婚纱照。”

此外,老年人普遍关注健康管理,专家建

议,为老年人设计的旅游产品可考虑附加康

养、体检等项目,旅行团配备专业的营养师、

保健医生,保健医生每天测量血压、观察变

化,餐饮上少糖少盐,更符合老年人的健康

需求。

## ■市场万花筒

## ■市场漫步

做好“新供给”这篇大文章,深化“体育+”融合发展,打造高质量赛事IP,营造吃、住、行、游、购、娱一体化消费场景,不断激发人们的消费意愿

11月9日晚,第十五届全国运动会将在广东奥林匹克体育中心拉开大幕。本届全运会期间,粤港澳三地精心设计“竞赛动线即文旅路线”,将19座办赛城市的体育场馆与文化旅游资源有机串联,构筑出一批文体旅融合的“天然风景”。广州“赛道+珠江夜游”,珠海“观赛+海岛游”等,推动体育赛事进景区、进街区、进商圈,培育融合发展新业态、新产品、新服务,带动住宿、餐饮、旅游等各行业增收,实现从赛事流量到经济增量的转化。

体育赛事进景区、进街区、进商圈,跟着赛事去旅行成为新风尚,“苏超”“浙BA”等赛事活动掀起消费热潮……如今,体育消费的热度从城市商圈蔓延到县域乡村,从传统场馆延伸到自然山水,既成为满足人民美好生活向往的鲜活注脚,更成为扩大内需、稳定增长的重要引擎。

体育消费的蓬勃态势,源于供需两端同频共振。以前,体育消费多聚焦于服装器材等实物购买,如今已迭代为“实物+服务”的多元图景:赛事观赏、健身培训、户外体验成为新增长点,飞盘、“新三板”、攀岩、越野跑等小众潮流运动走入大众视野。上半年限价以上的单位体育娱乐用品销售同比增长了22.2%,福建、四川、广西等7地监测的500余场重点赛事活动带动场均消费超3000万元。去年,户外运动线上消费总额超3000亿元,2024至2025冰雪季全国滑雪场场内消费金额达到786.13亿元。这种升级背后,是人们健康需求的缩影,也是供给侧不断优化的必然结果。