



盛世华研

www.china-zhiku.com

2019-2025 年中国中医养生保健行业 蓝海战略研究报告

可落地执行的实战解决方案

让每个人都能成为
战略专家
管理专家
行业专家
.....

深圳市盛世华研企业管理有限公司

Shenzhen Shengshihuayan Business Management Co., Ltd.

报告目录

第一章 企业蓝海战略概述	5
第一节 研究报告简介	5
第二节 中医养生保健行业蓝海战略研究原则与方法	5
一、研究原则	5
二、研究方法	6
第三节 研究企业蓝海战略的意义	8
第二章 市场调研：2018-2019 年中国中医养生保健行业市场深度调研	9
第一节 中医养生保健概述	9
第二节 我国中医养生保健行业政策环境分析	9
一、中医养生保健产业受到国家政策支持	9
二、2018 年国家中医药管理局发布《中医养生保健服务规范（试行）》	10
三、中医养生保健机构迎来大变化	19
四、国家中医药管理局全国排查养生保健服务乱象	20
第三节 中医药养生保健市场分析	23
一、养生保健市场分析	23
三、中医中药保健品市场前景分析	24
四、中国药膳产品将走向国际市场	25
四、中医保健产业的未来发展	26
第四节 养生保健市场供需分析	27
一、健康养生需求拉动未来新商机	27
二、社会中存在巨大的中医养生需求	29
三、亚健康催生巨大中医养生需求	29
四、中医养生服务需求水涨船高	30
五、保健行业保健品的市场需求分析	30
六、老龄化催热中国养生保健产业	30
第五节 中医药养生保健市场存在的问题及建议	33
一、中医养生存在问题	33
二、养生保健市场亟待规范	33
三、中医药保健产业规范与支持分析	34
四、发展中医药保健产业的建议	35
第六节 案例：黑龙江省中医养生产业发展的问题探讨	35
一、黑龙江省中医养生产业发展中的问题分析	36
（一）中医养生产业链尚未形成	36
（二）中医技术含量不高、服务人才良莠不齐	37
（三）缺少中医养生品牌战略	37
二、促进黑龙江省中医养生产业发展的主要措施	37
（一）促进黑龙江省中医养生产业链形成	37
（二）加强中医养生产业的市场监管	38
（三）培养专业的中医养生人才	38
（四）实施差异化的中医养生品牌战略	38
第七节 2019-2025 年我国中医养生保健行业发展前景预测	39

一、中医养生保健行业发展驱动因素	39
二、养生保健前景广阔	39
三、健康养生保健行业迎来发展春天	40
四、中医药养生保健服务前景可期	41
第八节 2019-2025 年我国中医养生保健行业发展趋势预测	42
一、健康养生产业未来的发展特点	43
二、养生的发展趋势	44
三、养生馆未来发展趋势	45
四、保健产业发展趋势	45
五、健康产业发展趋势	46
六、健康管理发展趋势	47
第三章 企业蓝海战略的基本类型与选择	48
第一节 中国企业蓝海战略分析框架	48
一、中国企业蓝海战略分析框架	48
（一）企业成功关键因素分析模块	49
（二）经典四步行动模块	51
二、蓝海战略对中国企业的启示	53
第二节 市场空隙与蓝海战略	53
一、学会寻找市场空隙	54
二、产品需求的制约因素	54
三、新增投资的制约因素	55
四、市场空隙理论对于现代企业发展具有实践指导意义。	55
第三节 寻找规律性地开创蓝海的六大客户价值创新路径	56
一、寻找替代产业和他择产业间的空隙	57
二、跨越战略集团的思维模式	57
三、跨越买方链	58
四、跨越针对客户的功能性或情感性诉求	58
五、跨越互补性产品和服务项目	58
六、跨越时间	58
第四节 案例：“非顾客”战略	59
一、何为非顾客	59
二、“非顾客” VS “顾客”	60
三、非顾客会给企业带来三个更深远的影响	61
四、“非顾客”的三个层次	62
五、如何转化“非顾客”？	63
第五节 案例：“小米”的蓝海战略	66
一、“小米”：让企业家惊艳的品牌	66
二、“小米”自媒体矩阵策略的启迪	67
三、饥饿期待中，“小米”顺势送达	69
第六节 想开辟蓝海市场需先避免六大红海陷	70
一、取悦现有顾客	70
二、将开创市场战略等同于细分市场战略	71
三、将技术创新混同于开创市场战略	71
四、将创造性破坏等同于开创新市场	72

五、将开创新市场等同于差异化策略	72
六、将开创新市场等同于低成本战略	73
第四章 2019-2025 年中国中医养生保健企业蓝海战略探讨与建议	74
第一节 2019-2025 年中国中医养生保健企业蓝海战略应用建议	74
一、选择：是继续在红海中挣扎还是在蓝海中遨游	74
二、分析：绘制企业和对手的战略布局图是实现蓝海战略的基础	74
三、创造：增加买方价值是实现蓝海战略的关键	74
四、实现：忠实地将制定的战略落实到位	75
五、制定蓝海战略赢得消费者青睐	75
六、执行蓝海战略实现新的发展	75
第二节 2019-2025 年中国中医养生保健企业应用蓝海战略具体策略探讨	76
一、推陈出新 寻求未知市场	76
二、从替代性行业中发现蓝海	76
三、从不同战略类型中去发现蓝海	76
四、从客户链中去发现蓝海	76
五、从互补性产品或服务中发现蓝海	77
六、从客户的功能性和情感性诉求中发现蓝海	77
七、从未来着眼发现蓝海	77
第三节 案例借鉴：我国企业蓝海战略的路径选择	77
一、提供一揽子解决方案	77
二、寻找各层次产品之间市场空白	78
三、改变原有定式思维	78
四、开发并满足细微的人性化需求	78
五、低成本创造差异化	78
第四节 挖掘广告策略中的“蓝海战略”	79
一、广告策略中的跨界营销	79
二、广告策略中的互动营销	80
三、广告策略中的无线营销	80
四、广告策略中的情感营销	81
第五章 盛世华研总结	82
第一节 企业失败的原因及提高胜率的策略	82
一、企业失败的原因	82
二、提高胜率的策略	83
第二节 盛世华研独创五大决策研究体系	84
一、基于“产业”的研究与决策体系	84
二、基于“周期”的研究与决策体系	84
三、基于“人性”的研究与决策体系	84
四、基于“变化”的研究与决策体系	85
五、基于“趋势”的研究与决策体系	85
六、小结	85
第三节 致读者：商业自是有胜算	86

第一章 企业蓝海战略概述

经济全球化和信息技术的蓬勃发展使得原有市场边界不断减少和消失，在中国很多产业之中，供给的增长超过需求的增长速度，企业普遍面临产品同质化、价格战、利润率降低、市场萎缩等问题和挑战，企业外部经营环境更加复杂。面对前所未有的机遇和挑战，能否创造无竞争的市场空间将是中国企业制胜生存的关键所在，蓝海战略可以有效帮助中国企业打开无竞争市场空间

第一节 研究报告简介

企业要想在瞬息万变的市场竞争环境中立于不败之地，更好的生存与发展，就必须尽可能全面准确地了解与本行业有关的信息，从而做出最科学有效的决策。行业研究和战略研究是揭示行业发展的重要工具，通过深度的行业研究和战略研究报告，及时了解行业动态、未来发展趋势，及全面系统、实用高效的战略，对企业的经营、发展与壮大，起着越来越重要而关键的作用。

本中医养生保健行业蓝海战略研究报告在大量周密的市场调研基础上，依据中国国家统计局、国家海关总署、相关行业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量数据，综合采用桌面研究法、行业访谈研究法、市场调查研究法等多种研究方法，结合盛世华研监测数据及知识体系，在对我国中医养生保健业市场发展进行深入的调研和分析的基础上，对中医养生保健行业蓝海战略进行了全面系统的梳理，并提炼出一套可落地执行的实战解决方案，为中医养生保健行业企业经营者及投资该领域的投资者提供重要的决策参考依据，为企业未来蓝海战略提供可参考的路径与方向。

相信通过本报告对中医养生保健行业蓝海战略研究报告全面深入的研究和梳理，您对行业及蓝海战略的了解和把控将上升到一个新的高度，这将为您经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

与此同时，报告中还具有丰富的理论基础、研究体系、知识体系、决策体系以及方法论等丰富内容，让您在了解行业的同时，也掌握研究的方法和技巧。

第二节 中医养生保健行业蓝海战略研究原则与方法

一、研究原则

1、真实原则

只有真实的信息资料才能做出正确的判断，真实是研究分析的第一要素，因此我们在做研究中，需要辩证的去对待信息，需要大致判断信息来源的可靠性与真实性，尤其是对于过多的二手信息，我们需要筛选和确认其信息的真实性。

2、全面原则

行业研究需要坚持全面原则，所谓的全面指信息搜集的全面性、分析过程与方法的全面性、思考的内容的全面性等等，只有做到全面思考与分析才能做出有价值的结论。

3、客观原则

能够客观与准确的描述行业发展的过去、现在与未来并不易，但做研究需要谨记研究的客观是基础，是能够为投资者做决策的前提条件。

4、逻辑原则

条理与逻辑清晰是行业研究的灵魂，没有逻辑的研究最多只能说是一堆资料的堆砌，毫无价值。只有在大的逻辑框架下，提供客观真实全面的观点支撑，才算是一个好的行业研究报告。

5、思辨原则

行业研究要在各种可能性中选择未来必然性的结果，且在不断被验证中，是一个很有挑战的工作，行业研究的成果要经得起推敲。世界是可知的，所有结果，都是人的行为产生的，数据也是结果，要把人的研究，特别顺着产业从下游向上游逻辑顺序。

二、研究方法

本中医养生保健行业研究报告综合采用历史资料研究法、调查研究法、归纳与演绎法、比较研究法、倒推法和穷举法、数理统计法等多种研究方法，结合盛世华研监测数据及知识体系，对中医养生保健行业进行深入研究。

本报告主要研究方法有：

1、历史资料研究法

历史资料研究法是通过已有资料的深入研究，寻找事实和一般规律，然后根据这些信息去描述、分析和解释过去的过程，同时揭示当前的状况，并依照这种一般规律对未来进行预测。这种方法的优点是省时、省力并节省费用；缺点是只能被动地囿于现有资料，不能主动地去提出问题并解决问题。只要是追溯事物发展轨迹，探究发展轨迹中某些规律性的东西，就不可避免地需要采用历史资料研究法。各个行业都在不断地发展，如果从一个行业的发展历程来认识它，更有助于较为全面深刻地认识和理解该行业，并把握它的发展脉搏。

2、调查研究法

调查研究法是一项非常古老的研究技术，也是科学研究中一个常用的方法，在描述性、解释性和探索性的研究中都可以运用调查研究的方法。它一般通过抽样调查、实地调研、深度访谈等形式，通过对调查对象的问卷调查、访查、访谈获得资讯，并对此进行研究。调查研究是收集第一手资料用以描述一个难以直接观察的群体的最佳方法。当然，也可以利用他人收集的调查数据进行分析，即所谓的二手资料分析方法，这样可以节约费用。这种方法的优点是可以获得最新的资料和信息，并且研究者可以主动提出问题并获得解释，适合对一些相对复杂的问题进行研究时采用。缺点是这种方法的成功与否取决于研究者和访问者的技巧和经验。

3、归纳与演绎法

归纳法是从个别出发以达到一般性，从一系列特定的观察中发现一种模式，在一定程度上代表所有给定事件的秩序。值得注意的是，这种模式的发现并不能解释为什么这个模式会存在。演绎法是从一般到个别，从逻辑或者理论上预期的模式到观察检验预期的模式是否确实存在。演绎法是先推论后观察，归纳法则是从观察开始。

在演绎法中，研究的角度就是用经验去检验每一个推论，看看哪一个在现实(研究)中言之有理，从而获得理论的验证。而在归纳法中，研究的角度则是通过经验和观察试图得到某种模式或理论。由此可见，逻辑完整性和经验实证性两者都不可或缺。一方面只有逻辑并不够；另一方面，只有经验观察和资料搜集也不能提供理论或解释。

4、比较研究方法。每个行业、每个公司都有人的行为产生，没有普适的法则套用，通过比较研究方法，发现差别、解释差别过程中对已经发生的现象合理的解释。同时研究影响结果的因素和作用机制，探寻哪些因素在发生变化，从而实现了对未来的预测。

5、倒推法和穷举法结合。首先假设有N种可能的结果，假设A结果发生，倒退A结果发生会有哪些具备条件，如果目前条件不具备，即可排除A结果。通过不断筛选，得出最大可能性的判断。同时，正推穷尽法和二叉树三叉树结合，与倒推法配合。

第三节 研究企业蓝海战略的意义

一个企业如果想要永远立于不败之地，它必须有自己持久的竞争优势和清晰的经营发展战略。企业战略是企业根据其外部环境和内部资源和能力状况，为求得生存和长期稳定的发展，为不断的获得竞争优势，对企业发展的目标、达成目标的途径和手段的总体谋划和参考；企业战略是为了获得持久优势而对外部机会和威胁以及内部优势和劣势的积极反应。

蓝海战略是企业经营发展战略中重要而必不可少的主要战略之一，企业必须高度重视！

除了有清晰的企业经营发展战略外，决定企业经营成败的一个极其重要的问题，还要看企业经营发展战略的选择是否科学，是否合理。或者说，企业能否实现高效经营的目标，关键就在于对经营发展战略的选择，如果经营发展战略选择失误，那么企业的整个经营活动就必然会满盘皆输。所以企业经营发展战略实际上是决定企业经营活动的一个极其关键的和重要的因素。企业必须高度重视。

通过对蓝海战略的研究，将为企业建立以市场为导向的经营发展模式提供指导，让企业的经营发展战略更科学、合理、可行，减少失误带来的损失，有利于提高企业的整体水平和竞争能力。

第二章 市场调研：2018-2019 年中国中医养生保健行业市场深度调研

市场及竞争环境是制定企业蓝海战略的基础

市场及竞争环境分析包括行业现状分析、市场需求分析、市场增长速度、客户群分析、竞争态势分析、技术发展、影响因素、发展趋势分析、政策环境分析等各方面。

第一节 中医养生保健概述

中医养生是中医学的重要组成部分，它以古代哲学思想为指导，自然科学为主体，多学科知识相交融，是中华民族认识生命、维护健康、战胜疾病的智慧结晶和文化瑰宝。伴随着社会的发展，人民生活水平的提高，当今人们的健康理念已彻底更新，对养生的需求日益强烈，更对中医养生寄托了期盼。

第二节 我国中医养生保健行业政策环境分析

一、中医养生保健产业受到国家政策支持

● 2013 年，国务院发布《关于促进健康服务业发展的若干意见》，号召用市场化的手段解决健康服务的供给不足问题，并提出到 2020 年，要基本建立覆盖全生命周期、内涵丰富、结构合理的健康服务业体系。

● 此外，国务院等机构陆续颁布了《医疗机构管理条例》、《健康体检管理暂行规定》等来完善医疗健康法律，为健康管理提供法律保障，这使得健康管理行业面临着极好的发展机会。

随着国家对医疗体制改革的鼓励和支持、社会资本进入医疗健康行业的政策利好、专业健康管理服务消费市场的巨大增长潜力等因素使专业健康管理服务产业成为投资机构竞逐的重点行业，其中体检中心、体外诊断、微量元素检测、生殖健康、中医养生、月子中心和康复中心成为最具投资潜力的领域。

此外，商业模式创新与技术创新是专业健康管理未来发展的重要驱动力，其中体检主导模式、

中药调理模式、资源整合模式、私人医生模式、技术服务模式、综合信息平台模式是现阶段最适合中国国情与民众需求的商业模式创新。同时，物联网技术的出现也为专业健康管理服务的发展开拓出一个新的发展方向 and 巨大的市场需求空间。

健康管理正处于市场培育阶段，市场认知度低，一些健康管理理念还不能被公众普遍接受，行业总体来说盈利水平较低，但健康体检等细分领域盈利状况较佳。随着人们对健康管理认识的不断深入，将翘起一块巨大的市场。健康管理门槛适中，对资金、技术无严苛要求企业应当尽早布局。

目前，我国的养身健康企业大都还比较弱小。从全国范围来看，跨区域品牌较少，连锁品牌比例仅为 7.8%，显示出健康养生行业成熟度还有待提升，发展潜力较大。作为健康产业的重要组成部分，健康养生的产业链很长，在医药、养老、体育、美容、旅游、地产等领域都有发展空间，完全有可能在服务老百姓生活的同时，培养出几个有实力的大企业。

二、2018 年国家中医药管理局发布《中医养生保健服务规范（试行）》

2018 年，国家中医药管理局办公室发布关于公开征求《中医养生保健服务规范（试行）》（征求意见稿）意见的通知，通知如下：

根据《中华人民共和国中医药法》第四十四条规定，为促进和规范中医养生保健服务发展，国家中医药管理局在深入调研、广泛听取意见和建议、对重点问题反复深入研究基础上，起草完成《中医养生保健服务规范（试行）》（征求意见稿）。现向社会公开征求意见。公众可通过以下途径和方式提出反馈意见：

一、电子邮件：gkzqyj@126.com

二、通信北京市东城区工体西路 1 号，国家中医药管理局医政司中西医结合与民族医药处，邮政编码：100027。请在信封上注明“中医养生保健服务规范征求意见”字样。

三、传真：010-59957694

意见反馈截止时间为 2018 年 7 月 15 日。

附件一：

中医养生保健服务规范（试行）

（征求意见稿）

第一章 总 则

第一条 为促进和规范中医养生保健服务发展，根据《中华人民共和国中医药法》有关规定，制定本规范。

第二条 中医养生保健服务，是指在治未病理念主导和中医药理论指导下，运用中医药技术方法，开展的保养身心、预防疾病、改善体质、增进健康的活动，包括非医疗机构和医疗机构提供的相关服务。

第三条 本规范仅适用于非医疗机构及其人员提供的中医养生保健服务。

医疗机构提供的中医养生保健服务，按照《中医医院“治未病”科建设与管理指南》等规定执行。

第四条 本规范所称中医养生保健机构，是指社会非医疗性中医养生保健机构。

第二章 服务内容及要求

第五条 中医养生保健服务内容包括中医健康状态辨识与评估、中医健康咨询指导、中医健康干预调理、中医健康教育等。

（一）中医健康状态辨识与评估是指在中医理论指导下，通过中医健康检查项目对服务对象的健康状态进行辨识评估。

中医健康状态辨识与评估类服务应当由具备中医医师资格人员开展，或者在具备中医医师资格人员的指导下开展。

（二）中医健康咨询指导是指为服务对象提供健康咨询服务，制定个性化健康调养方案，指导服务对象进行健康干预等。

（三）中医健康干预调理是指根据服务对象的调养方案，为服务对象提供独具中医特色的健康干预调理服务。对服务对象进行健康干预调理时可以使用按摩、刮痧、拔罐、艾灸、砭术、熏洗等中医药技术方法及以中医理论为指导的其他养生保健技术方法。

(四) 中医健康教育包括向服务对象介绍中医养生保健的基本理念和常用方法，宣传常见疾病的中医养生保健知识，开展太极拳、八段锦等中医传统运动示范指导等。

第六条 中医养生保健机构及其人员不得从事以下活动：

(一) 从事医疗活动；

(二) 使用针刺、瘢痕灸、发泡灸、牵引、扳法、中医微创类技术、中药灌洗肠以及其他具有创伤性、侵入性或者危险性的技术方法；

(三) 开具药品处方；

(四) 宣传治疗作用；

(五) 给服务对象口服不符合《既是食品又是药品的物品名单》《可用于保健食品的物品名单》规定的中药饮片或者《保健食品禁用物品名单》规定禁用的中药饮片；

(六) 开展医疗气功活动；

(七) 从事药品、医疗器械销售等活动；

(八) 以中医药预防、保健、养生、健康咨询等为名或者假借中医药理论和术语开展虚假宣传，欺诈消费者，牟取不正当利益。

第七条 中医养生保健机构应当针对不同服务对象制定服务方案及流程，建立项目技术目录，并加强服务质量管理。中医养生保健服务人员应当按照服务方案、流程及相关技术规范开展服务。

第八条 中医养生保健机构应当为服务对象建立健康服务档案，开展中医健康干预调理效果的追踪与评估，逐步改善服务方案，优化服务流程，提高服务能力。

第九条 中医养生保健机构应当建立健全工作制度和各级各类人员岗位职责，制定各类应急预案，对设备及产品实行溯源管理。

第十条 中医养生保健机构应当按要求提供中医养生保健服务有关统计信息，并确保数据的真实性、准确性、完整性和及时性。

第十一条 鼓励中医养生保健机构围绕服务对象的健康需求，提供融中医健康监测、咨询评估、养生调理、跟踪管理于一体，高水平、个性化、便捷化的中医养生保健服务。

第十二条 鼓励中医医师在完成所在医疗机构工作任务的前提下，在中医养生保健机构提供保健咨询和调理等服务。医疗机构不得因中医医师在中医养生保健机构提供保健咨询和调理等服务而影响其职称晋升及其他福利待遇等。

中医养生保健机构宣传资料中涉及中医医师所在医疗机构相关信息的，应当事先征得中医医师所在医疗机构同意。

第三章 服务人员

第十三条 中医养生保健服务人员应当具有中医养生保健类相关专业背景或者取得保健调理师等中医养生保健类职业资格或者接受过较为系统的中医养生保健专业培训，遵守卫生健康和中医药相关法律法规，遵守职业道德。

患有传染性疾病、精神疾病等不适宜从事中医养生保健服务工作的人员，不得提供中医养生保健服务。

第十四条 中医养生保健服务人员应当具备以下基本知识和技能：

- （一）掌握中医基本理论，能够运用中医药基本理论指导开展中医养生保健服务。
- （二）掌握中医养生保健技术的基础理论、基本知识及操作规范、操作流程、禁忌症、技术风险防控方法措施等；
- （三）掌握与中医养生保健服务相关的卫生消毒知识和方法措施；
- （四）掌握卫生健康、中医药等相关法律法规基本知识；
- （五）具备良好的职业道德、服务理念和行为规范。

第十五条 国务院中医药主管部门发布中医养生保健服务人员基本知识和技能规范要求。

第十六条 鼓励中医养生保健机构建立健全人员培训制度，制定人员培训规划，培育职业素质，规范服务行为，提高服务质量，提升服务水平，保障服务安全。

鼓励与有条件的高等院校、职业技术学校、医疗机构、职业培训机构等合作，进行系统的人员培训。

第十七条 鼓励符合条件的教育机构开设中医养生保健相关专业，培养中医养生保健服务专业人才。

第四章 服务场所

第十八条 中医养生保健服务场所应当保持室内清洁，空气流通，符合环保、消防的相关规定。

服务环境参照《公共场所卫生管理条例》《室内空气质量标准》《声环境质量标准》等有关规定执行。

第十九条 中医养生保健服务场所面积应当满足服务项目、设备与功能需要，并按照功能与用途，对区域进行合理划分。咨询指导类和操作类服务区域应当独立设置，操作类服务区域应当能够有效保护服务对象的隐私。

第二十条 中医养生保健服务场所应当配备与所提供的服务项目相适应的设备设施，可包括中医健康状态辨识与评估设备、中医健康干预设备及器具、健康管理设备等。

第二十一条 开展中医养生保健操作类服务的，应当配备满足服务项目所需要的消毒设备设施，或者委托有资质的消毒供应机构提供相关服务。

中医养生保健服务用品用具参照医疗机构消毒技术规范等规定执行。

第二十二条 中医养生保健服务场所注重体现中医药文化特色，突出对中医药健康养生知识的宣传展示。

第二十三条 《营业执照》等经营凭证、服务项目收费标准、中医养生保健服务人员的相关资格证明、监管部门投诉电话等应当置于服务场所的醒目位置。

第五章 服务创新

第二十四条 支持社会力量举办规范的中医养生保健机构，鼓励集团化发展或连锁化经营。

第二十五条 鼓励中医养生保健机构加强中医养生保健服务信息化建设，逐步实现中医养生保健服务信息化管理。鼓励应用互联网等信息技术拓展中医养生保健服务空间和内容，探索线上线下一体化中医养生保健服务模式。

中医养生保健机构应当加强对服务对象相关健康信息的管理，严格执行公民信息安全的有关法律法规，保护服务对象的信息安全。

第二十六条 鼓励研发中医养生保健服务设备、产品，鼓励运用现代信息技术开发智能化中医健康服务产品。

第二十七条 鼓励中医医疗机构发挥自身技术、人才等资源优势，为中医养生保健机构规范发展提供技术支撑。

第二十八条 鼓励中医养生保健服务与文化、旅游、体育、养老、休闲等其他产业融合并协同发展。

第二十九条 鼓励开发中医养生保健类商业健康保险产品，探索融健康文化、健康管理、健康保险为一体的中医健康保障模式。

第六章 行业自律

第三十条 鼓励中医养生保健行业社会组织在中医养生保健服务质量、服务费用、服务内容、培训指导、信誉维护等方面发挥自律作用，建立中医养生保健机构及其人员诚信经营和不良执业记录制度。

第三十一条 支持中医养生保健行业社会组织研究制定中医养生保健服务技术规范 and 标准，推动中医养生保健服务标准化建设。

第三十二条 充分发挥中医养生保健行业社会组织服务功能，发挥桥梁与纽带作用，畅通政策信息渠道，及时反映行业意见、建议及诉求。

第三十三条 中医养生保健服务的监督以负面清单管理为主，发挥社会力量监督作用，推进第三方认证管理，逐步建立机构自治、行业自律、行政监管、社会监督的综合监管体系。

第七章 附 则

第三十四条 适合中医养生保健机构使用的中医养生保健常用技术目录附后。

第三十五条 本规范由国务院中医药主管部门负责解释。

第三十六条 本规范自 2018 年 月 日起施行。

《中医养生保健服务规范（试行）》

（征求意见稿）起草说明

一、起草背景

《中医药法》第四十四条规定“国家发展中医养生保健服务，支持社会力量举办规范的中医养生保健机构。中医养生保健服务规范、标准由国务院中医药主管部门制定。”为促进和规范中医养生保健服务发展，国家中医药管理局组织起草了《中医养生保健服务规范》（以下简称《规范》）。

二、起草过程

一是对《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》《“健康中国 2030”规划纲要》《中医药发展战略规划纲要（2016—2030 年）》《中医药健康服务发展规划（2015—2020 年）》《国家中医药管理局关于促进中医养生保健服务发展的指导意见》和《中医师在养生保健机构提供保健咨询和调理等服务的暂行规定》等文件提出的中医养生保健服务有关要求进行了系统整理和分析，确定了《规范》的重点内容及调研关键问题。二是对 2007 年中医治未病健康工程实施以来关于中医养生保健服务的一系列技术性指南、规范等进行了梳理，为文件起草准备了丰富的专业素材。三是深入实地调研，就重点和关键问题现场听取各级卫生计生中医药管理部门、卫生监督机构、政策研究专家、法律专家、医疗机构、中医养生保健行业组织、中医养生保健机构等不同层面人员的意见及建议。四是广泛征求全国各省级中医药管理部门、局机关各司办及中华中医药学会等相关行业组织意见及建议，并就一些重点和关键问题当面听取各相关部门和法律专家意见。五是赴全国人大常委会法工委就《规范》定位、内涵等问题进行了充分探讨，得到明确指导性意见。在充分采纳相关意见基础上，形成《规范》。

三、总体思路

（一）贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，坚持以人民健康为中心，服务健康中国战略，规范中医养生保健服务行为，提升服务质量，维护人民健康权益，满足人民日益增长的健康

需要。

（二）明确《规范》的定位。对象上，定位在非医疗机构及其人员提供的中医养生保健服务，医疗机构提供的中医养生保健服务，按照《中医医院“治未病”科建设与管理指南》等规定执行；内容上，“服务”定位在“中医养生保健服务业”，对“服务”的管理规范涉及提供服务的场所、人员及使用的技术方法等。

（三）落实“放管服”要求，处理好规范与促进的关系。既有规范化、专业化要求，又充分体现“鼓励、支持、促进”。规范化、专业化要求的目的是预防和控制风险、保障健康服务安全，更好地促进中医养生保健服务业健康可持续发展。

（四）坚持从实际出发，充分考虑中医养生保健机构和从业人员现状，注重合理性、实用性和可操作性，遵循中医药发展规律，充分体现中医药特点。

四、主要内容

《规范》分为总则、服务内容及要求、服务人员、服务场所、服务创新、行业自律、附则等七个章节。

（一）总则：主要包括《规范》制定的依据、适用范围等。

（二）服务内容及要求：一方面，根据目前各地中医养生保健服务内容和技术的梳理总结，明确了中医养生保健机构可以提供的服务项目和具体要求等；另一方面，依据《关于打击非法行医专项行动中有关中医监督问题的批复》，明确了中医养生保健服务项目负面清单。同时，强调了中医养生保健机构要建立健全规章制度，加强服务质量管理。

（三）服务人员：从人员基本素质和专业技能入手，提出了中医养生保健服务人员的基本知识和技能要求，并鼓励开展院校专业教育和职业技能培训。

（四）服务场所：从中医养生保健服务的经营场所入手，提出服务环境、服务区域划分、设施设备、文化建设等基本要求。

（五）服务创新：一方面，鼓励中医养生保健机构规范化、规模化发展，丰富服务内涵，创新服务模式，推进产业提档升级；另一方面，鼓励医疗机构利用自身技术人才等资源优势为中医养生保健机构规范发展提供技术支撑。

(六) 行业自律：一方面支持建立中医养生保健服务行业组织，强调充分发挥行业社会组织自律作用和服务功能；另一方面，推动负面清单管理作为中医养生保健服务市场管理的主要方式。

(七) 附则：主要包括《规范》的解释权、实施时间等内容。

五、重点问题说明

(一) 关于《规范》的定位问题。目前，医疗机构提供的中医养生保健服务相对安全规范，而社会非医疗机构提供的中医养生保健服务存在的问题较多。《中医药法》第 44 条提出由国务院中医药主管部门制定中医养生保健服务规范、标准，是以问题为导向，主要针对非医疗机构提供的中医养生保健服务而言。“服务”的定位指“中医养生保健服务业”，对“服务”的管理规范涉及提供服务的场所、人员及使用的技术方法等。

(二) 与《关于促进中医养生保健服务发展的指导意见》的关系。2016 年 1 月国家中医药管理局印发了《关于促进中医养生保健服务发展的指导意见》，围绕中医养生保健服务提供的要素提出了发展目标和具体策略措施，作为部门引导性文件，体现了对中医养生保健服务行业的鼓励、支持、促进和规范。《规范》在《指导意见》基础上，以“服务”为核心，结合已积累的有关工作经验，对既往已明确或有共识的要求进行了集中梳理，围绕中医养生保健服务提供的要素进行了明确规定和细化。《指导意见》侧重宏观指导，《规范》重在具体化、可操作、能监管。

(三) 关于中医养生保健服务人员资质问题。《规范》起草和调研过程中，大多数卫生计生和中医药管理部门负责同志、行业专家及中医养生保健机构代表反映，中医养生保健服务涉及人身健康和生命安全，建议在《规范》中明确规定中医养生保健服务人员的资质要求。由于目前无上位法行政许可依据，《规范》从人员基本素质和专业技能入手，提出了中医养生保健服务人员的基本要求，未对其准入性资质规定。

(四) 关于医疗活动与养生保健服务界定问题。由于部分中医技术的双重属性，致医疗与养生保健有时无法明确界定。考虑《关于打击非法行医专项行动中有关中医监督问题的批复》明确提出了非医疗机构及其人员服务项目的负面清单，文件实施后各地反映良好、普遍认同。因此，我们以此文件作为界定医疗活动与养生保健服务及监督执法的依据，并强调了机构自治、行业自律等要求。

(五) 关于中医健康状态辨识与评估类服务应由中医医师或在中医医师指导下开展问题。体质辨识等中医健康状态辨识与评估类服务作为中医健康体检项目，专业性强，需要全面系统地掌握中医药理论、知识和技能方能开展，从保障消费者安全角度考虑，我们提出此类服务应由中医医师开展或者在具备中医医师资格人员的指导下开展。

（六）关于促进中医养生保健服务行业发展问题。近年来中医养生保健服务业发展迅速，对促进就业、拉动消费意义重大，《规范》要贯彻落实新发展理念，充分调动社会力量的积极性和创造性，释放中医养生保健服务潜力，引导中医养生保健服务市场良性发展。因此，我们将服务创新发展有关内容在《规范》中单列，充分体现国家对中医养生保健服务的“鼓励、支持、促进”。

（七）关于中医养生保健技术规范问题。在《规范》起草过程中，专家一致认为，中医养生保健技术规范应当作为中医养生保健服务的技术类标准另行制定发布。国家中医药管理局以安全性、非侵入性、非创伤性为基本准则，委托有关行业社会组织筛选了 5 大类 23 项适合中医养生保健机构使用的中医养生保健常用技术，拟与《规范》同时发布。

三、中医养生保健机构迎来大变化

2018 年，国家中医药管理局办公室发布“关于公开征求《中医养生保健服务规范（试行）》（征求意见稿）意见的通知”（以下简称《意见稿》），向全社会公开征求意见。意见反馈截止时间为 2018 年 7 月 15 日，《中医养生保健服务规范（试行）》即将正式出台。这个《意见稿》规范和福利并存，对于中医养生市场进行了更加明确和具体的规定。

中医养生保健机构可以开展这四大类服务

一、中医养生保健机构可以开展这四大类服务

《征求意见稿》第五条规定了中医养生保健机构的四大类服务内容，指出对服务对象进行健康干预调理时可以使用按摩、刮痧、拔罐、艾灸、砭术、熏洗等中医药技术方法及以中医理论为指导的其他养生保健技术方法。

二、严禁中医养生保健机构开展 8 类活动

关于医疗活动与养生保健服务界定问题，由于部分中医技术的双重属性，所以医疗与养生保健有时无法明确界定。但中医医疗保健机构始终属于非医疗机构，中医医疗机构所能开展的一些活动，中医医疗保健机构是不可以开展的。

三、鼓励中医养生保健机构连锁化经营

支持社会力量举办规范的中医养生保健机构，鼓励集团化发展或连锁化经营。

鼓励中医养生保健机构加强中医养生保健服务信息化建设，逐步实现中医养生保健服务信息化

管理。鼓励应用互联网等信息技术拓展中医养生保健服务空间和内容，探索线上线下一体化中医养生保健服务模式。

鼓励中医养生保健服务与文化、旅游、体育、养老、休闲等其他产业融合并协同发展。

随着政策的落地，市场上将会有一批中医养生保健连锁机构出现，线上咨询线下服务等模式将大范围展开，中医养生市场进入到一个崭新的发展空间。

四、多点执业又开一窗，允许中医医师在中医养生保健机构服务

鼓励中医医师在完成所在医疗机构工作任务的前提下，在中医养生保健机构提供保健咨询和调理等服务。

医疗机构不得因中医医师在中医养生保健机构提供保健咨询和调理等服务而影响其职称晋升及其他福利待遇等。

中医养生保健机构宣传资料中涉及中医医师所在医疗机构相关信息的，应当事先征得中医医师所在医疗机构同意。

随着《意见稿》落地后，中医养生市场将会更加规范和严格，同时，中医养生机构也迎来了更多更广的发展空间和资源。在“大健康”理念下，中医药服务被高度重视和大力推广，监管机制日趋严谨，鼓励措施也将纷至沓来，中医药市场将面临新的整顿和发展。

四、国家中医药管理局全国排查养生保健服务乱象

2018 年 12 月 27 日，国家中医药管理局就落实党中央国务院领导指示批示精神，整治打着中医旗号的养生保健服务乱象，保障群众健康进行专题研究。

中医养生保健服务乱象严重损害中医药形象

会议认为，当前，中医药事业发展正处于天时、地利、人和的大好时机，中医药在健康中国建设和深化医改中发挥着越来越重要作用，中医药也深得人民群众喜爱，群众信中医、爱中医、用中医氛围越来越浓厚。

但是目前社会上中医养生保健服务鱼目混珠、服务能力参差不齐、产品宣传不科学不规范不合法等现象，给人民群众健康带来了危害，也影响了中医药事业健康发展。

为此国家中医药管理局高度重视，采取有效措施，联合有关部门，对群众反映强烈、社会有危害的案件依法进行了惩戒处理，取得了一定成效，但近期又发现一些机构存在问题，对此会议进行了研究部署。

全面排查：针对发布中医医疗广告、培训、保健服务及产品等

会议强调，要站在传承发展中医药事业的高度，站在为人民群众健康高度负责的态度，梳理排查这些乱象，采取切实有力措施，打击假借中医药旗号进行虚假宣传和售卖虚假产品的行为，保障人民群众健康。

会议要求，各级中医药主管部门要针对发布中医医疗广告、培训、保健服务及产品等问题开展全面排查和梳理，要会同相关部门对发现的违法违规行为从严从速处理，绝不允许任何机构、人员借中医药之名行违法违规之实，危害人民群众生命安全，损害中医药形象。

看来，一场针对中医养生保健服务的全国大排查活动要开始了。

通过会议内容可以感受到，这场排查活动不仅仅是针对社会上的中医养生保健机构，而是针对所有发布中医医疗广告、培训、保健服务及产品等问题展开排查。

无论是医疗机构、诊所还是中医养生保健机构，只要有服务能力、产品宣传不科学不规范不合法等现象，都是被打击的对象。

中医养生保健机构“有章可循”

当然，最集中排查的应该就是中医养生保健机构了。中医养生保健机构到底如何做才是在合法合规范围内呢？

2018 年 6 月份，国家就对此发布了“关于公开征求《中医养生保健服务规范(试行)》(征求意见稿)意见的通知”，向全社会公开征求意见，目前征求意见阶段已经结束。

该规范所称中医养生保健机构，是指社会非医疗性中医养生保健机构。

虽然还未公布正式文件，但这则《征求意见稿》里的规定，如果中医养生保健机构可以严格遵

守，就应该没有问题了。

1、中医养生保健机构可以开展这四大类服务

对服务对象进行健康干预调理时可以使用按摩、刮痧、拔罐、艾灸、砭术、熏洗等中医药技术方法及以中医理论为指导的其他养生保健技术方法。

中医健康状态辨识与评估应当由具备中医医师资格人员开展，或者在具备中医医师资格人员的指导下开展。

中医健康咨询指导为服务对象提供健康咨询服务，制定个性化健康调养方案，指导服务对象进行健康干预等。

中医健康干预调理对服务对象进行健康干预调理时可以使用按摩、刮痧、拔罐、艾灸、砭术、熏洗等中医药技术方法及以中医理论为指导的其他养生保健技术方法。

中医健康教育包括向服务对象介绍中医养生保健的基本理念和常用方法，宣传常见疾病的中医养生保健知识，开展太极拳、八段锦等中医传统运动示范指导等。

2、严禁中医养生保健机构开展 8 类活动

中医养生保健机构及其人员不得从事以下活动：

(一)从事医疗活动；

(二)使用针刺、瘢痕灸、发泡灸、牵引、扳法、中医微创类技术、中药灌洗肠以及其他具有创伤性、侵入性或者危险性的技术方法；

(三)开具药品处方；

(四)宣传治疗作用；

(五)给服务对象口服不符合《既是食品又是药品的物品名单》《可用于保健食品的物品名单》规定的中药饮片或者《保健食品禁用物品名单》规定禁用的中药饮片；

(六)开展医疗气功活动；

(七)从事药品、医疗器械销售等活动;

(八)以中医药预防、保健、养生、健康咨询等为名或者假借中医药理论和术语开展虚假宣传, 欺诈消费者, 牟取不正当利益。

2017 年 8 月 6 日, 国务院总理李克强签署国务院令, 公布《无证无照经营查处办法》(以下简称《办法》), 自 2017 年 10 月 1 日起施行。

随着 2017 年 7 月 1 日《中医药法》的实施和 10 月 1 日国务院令《无证无照经营查处办法》的施行。医疗卫生和养生保健行业从业人员规范化管理开始进一步加强, 达到专业水平和相关从业资质是规范化发展的基本要求。持证上岗准入制的执行力度将越来越强, 中医养生保健从业者须通过参加正规的培训取得相应的职业资格证书, 这将是进入中医养生保健行业的最权威资质和上岗凭证。

第三节 中医药养生保健市场分析

一、养生保健市场分析

自从改革开放以来我国养生保健业发展非常迅速, 特别是近几年, 养生的招牌随处可见。上世纪 80 年代养生保健行业主要以足疗保健的形式出现, 到 90 年代人们开始关注食用保健方法, 但规模普遍较小服务比较单一, 2000 年之后, 现代休闲养生和保健服务理念开始融入现代养生保健业。

1、人们的保健养生意识逐年增长

养生保健在中国有着悠久的历史 and 深厚的文化积淀, 特别是改革开放以来随着我国经济持续稳定的快速发展人民生活水平大幅提高, 带动了养生保健行业的快速发展, 成为服务行业的重要组成部分, 在提高人们的生活质量发挥了重要作用。很多城市人口在不同场所都有过保健按摩经历。

2、行业规模稳步上升

养生保健服务业已成为新兴的一个朝阳产业正处于快速发展的上升态势, 据初步统计目前全国保健企业至少在 10 万家以上, 吸纳的就业人员 1000 多万, 而且市场规模扩大的空间依然很大。各地养生保健业的发展对繁荣地方经济、丰富人民文化生活和改善当地人民的生活质量起着重要的推动作用。

3、连锁经营步伐明显加快

目前，集休闲、娱乐、餐饮、保健、健身和美容等多功能为一体的养生保健企业在我国急剧增加，经营规模不断扩大，现代服务经营理念得到了丰富与发展，养生保健连锁企业也开始出现。据统计，在养生保健企业 30 强中，有 10 家采取了连锁经营的方式，品牌连锁经营企业门店共有 437 家。传统品牌逐步形成，市场份额逐步扩大，被行业内认知度逐步增加。

4、多元化发展格局初步形成

近年来，我国养生保健服务业的经营业态、服务功能、营业网都发生了很大的变化，出现了三大转变：一是经营业态由过去的单一的大众浴室向浴场、桑拿、保健中心、休闲馆等多种业态转变。目击，养生保健企业通过延伸产业链，将休闲娱乐、餐饮住宿、美容保健集于一体，成为多功能的服务场所，并带动了化妆品、纺织品、啤酒及饮料等相关产业的发展。三是所有制形式由过去单一的私有制向股份制、股份合作制、外资经营等多种形式转变。养生保健企业大多为自主经营。形成了营业网点多、服务功能多、经济成分多、消费层次多、经营业态多的特征。特别是近几年，一些国外养生保健服务项目陆续进入我国，使我国养生保健市场形成了多元化、多层次的消费格局。

5、服务性质的保健养生从理论和方法上有待提高

由于经济利益的驱使，很多洗浴、餐饮、美容、保健品等行业打着醒目的养生招牌，很多是不错的，但有些是挂羊头卖狗肉，有待规范和提高。

三、中医中药保健品市场前景分析

1、传统养生理论为基础的中医药保健产品市场份额将会明显增长

中医理论、食疗理论和传统的养生理论源远流长，是我国发展保健产业得天独厚的优势。随着政府有关部门对养生文化、中医“治未病”等有关知识的普及，中国的养生文化被越来越多的人认同和接受，更加深入人心。同时，在东南亚地区，包括日本、韩国、泰国、新加坡等国对中医养生都有非常高的认同感，为保健产品市场的扩大提供了很大的空间。用现代科学和传统的养生理论研究，挖掘新资源、新原料、新方法、新工艺，开发拥有自主知识产权的保健产品是中国保健品企业发展之路。

2、建立产、学、研相结合的保健产品技术创新体系将成为一种趋势

随着《食品安全法》的实施，企业间的竞争由以营销模式为主的竞争逐步转变为产品质量、品牌、营销模式的综合竞争，品牌在市场竞争的引导作用日益凸显。要提高产品市场占有率，唯一的办法就是拥有占有市场主导地位的品牌，而提高产品的质量是实现品牌战略的关键。所以中医药保健企业与高等院校、科研机构相结合进行技术创新将成为一种趋势。

3、相关配套法规的完善更利于中药保健品发展

新的《中华人民共和国食品安全法》已颁布实施，新制订的《保健食品监督管理条例》及新修订的《保健食品注册管理办法》也将陆续出台，相关行业规范、技术标准要求趋严，将进一步强化行业准入门槛及退出机制。一些没有保健食品批文而以普通食品形式销售的“中药保健品”将进一步规范。同时，知识产权保护、技术标准等相关法规也会建立并逐步完善。

四、中国药膳产品将走向国际市场

具有鲜明中医药特色的药膳食疗，拥有走向国际市场的良好机遇，相关产业显现巨大的潜在优势。国家有关方面需进一步规范药膳行业标准，推动药膳产品成品化，把这一产业做大做强。

上溯中国几千年前的“药食同源”和延续至今的食疗养生经验，都是中医药乃至中华文化的重要组成部分。1985年，药膳被纳入中医研究范畴，并确立一门新学科——中国药膳学。随着社会发展，人们对“治未病”和健康食物越来越重视，对药膳食疗也提出更高要求。目前，药膳食疗产品的开发集中在抗衰老、抗血管硬化、降脂减肥、美容、益智、补钙等方面。中医学界人士对于药膳食疗的研究日益深入。以往，我国主要研究单味药食疗，如研究香菇的调节血脂作用，葛根葛花的保健功能等。如今，药效研究指标由单一指标向复合指标发展。新兴的计算机自动控制、图像分析处理等技术也开始应用，并衍生出药膳食疗资源学、药理学、毒理学、制剂学等多个新兴学科。

药膳食疗在国际研究领域和国际市场上也越来越热。日本在单味药膳食疗的有效成分、方剂学、药膳食疗资源的引种和药材提取等方面的研究取得了重要进展，为日本产品占领世界药膳食疗市场打下了良好基础。近年来，西方国家一些医药学术机构也开始重视药膳食疗研究。目前我国亟待规范药膳行业的标准。保健品市场鱼龙混杂，影响了药膳食疗的声誉，其根本原因在于缺乏规范化、法制化的管理。药膳产品的行业标准应包括原材料、烹调加工程序、产品配方、适应症的标准与规范等。目前我国对药膳的运用仍然是以家庭自制自食，或餐厅现吃现做的加工消费方式为主。当然，也出现了诸如虫草鸭子罐头、淮药午餐肉罐头等成品化的药膳食品，但是仍然不够。因此需要大力推动药膳产品的成品化，以方便流通，扩大影响，更好地发挥药膳的作用。同时，还要弘扬药膳文化中“食育”思想，帮助国民养成良好的饮食习惯。

四、中医保健产业的未来发展

经过 20 多年的历程，群众对保健产品的消费心理和行为逐渐趋向理性化。消费者更加重视保健产品的安全性、功效性。随着法律、法规的逐步完善，国家监管越来越严格。未来保健产品市场逐步扩大的同时，市场竞争将更加激烈。竞争既有国内企业和国外企业的竞争，也有相同功能类型的保健产品的竞争。总的发展趋势有以下几个方面。

1. 中医药保健产业将成为我国经济新增长点。

随着经济和社会的不断发展，人民的生活质量不断提高，保健意识增强，对保健品的需求不断增加。科学技术的发展为保健产品满足不同人群多样化需求提供了保证。有关资料表明，欧美国家的消费者平均用于保健品的花费占总支出 2% 以上，而中国只占 0.07%。中国人的保健产品的消费平均每年 31 元，是美国的 1/17，日本的 1/12。

中国保健产品的市场潜力巨大。近 20 年来，美国的保健品销量增长了 36 倍，日本增长了 32 倍，欧共体各国每年以 17% 的速度增长。改革开放以来，我国城乡保健品消费支出的增长速度远远高出发达国家平均 13% 的增长率，保健产业将成为我国经济新增长点和战略产业。保健产业发展空间巨大。基于中草药原料生产的保健食品将成为本行业中极具活力的产业领域。

2. 落实新医改方案将促进保健产业发展。

《中共中央、国务院关于深化医药卫生体制改革的意见》和《国务院印发关于医药卫生体制改革近期重点实施方案（2009—2011 年）》发布是我国卫生发展中具有里程碑意义的一件大事。《意见》和《实施方案》着眼于实现人人享有基本医疗卫生服务的目标，着力于解决群众反映强烈的“看病难、看病贵”问题。保健产业的发展将大大节约整个社会的医疗费用和成本，国家发展保健产业有利于医药卫生体制改革总目标的实现。

3. 传统养生理论为基础的中医药保健产品市场份额将会明显增长。

中医理论、食疗理论和传统的养生理论源远流长，是我国发展保健产业得天独厚的优势。随着政府有关部门对养生文化、中医“治未病”等有关知识的普及，中国的养生文化被越来越多的人认同和接受，更加深入人心。同时，在东南亚地区，包括日本、韩国、泰国、新加坡等国对中医养生都有非常高的认同感，为保健产品市场的扩大提供了很大的空间。用现代科学和传统的养生理论研究，挖掘新资源、新原料、新方法、新工艺，开发拥有自主知识产权的保健产品是中国保健品企业发展之路。

4. 建立产、学、研相结合的保健产品技术创新体系将成为一种趋势。

随着《食品安全法》的实施，企业间的竞争由以营销模式为主的竞争逐步转变为产品质量、品牌、营销模式的综合竞争，品牌在市场竞争的引导作用日益凸显。要提高产品市场占有率，唯一的办法就是拥有占有市场主导地位的品牌，而提高产品的质量是实现品牌战略的关键。所以中医药保健企业与高等院校、科研机构相结合进行技术创新将成为一种趋势。

5. 保健产品的功能定位将更清晰、市场细分更加明确。

随着科技的发展和消费者消费行为的成熟，市场对保健产品的需求更加多样化，那些功能定位更加清新的产品，将越来越受欢迎。

6. 中医药保健产业将随着中医药文化深入人心而更加发展壮大。

信息化社会对健康产品营销的个性化服务提出了更高要求，使得中医药健康服务更能充分发挥作用。有专家指出，借重文化传播，将中医药保健消费打造成为健康新时尚，是做活中药保健品市场的利器。

7. 相关配套法规的完善更利于中药保健品发展。

新的《中华人民共和国食品安全法》已颁布实施，新制订的《保健食品监督管理条例》及新修订的《保健食品注册管理办法》也将陆续出台，相关行业规范、技术标准要求趋严，将进一步强化行业准入门槛及退出机制。一些没有保健食品批文而以普通食品形式销售的“中药保健品”将进一步规范。同时，知识产权保护、技术标准等相关法规也会建立并逐步完善。

第四节 养生保健市场供需分析

一、健康养生需求拉动未来新商机

近年，随着健康养生概念的推广，各种健康养生家电产品逐步进入市场，给人们带来了更多的养生选择。“健康”概念，在家电产品上划分，从两个方面体现：一类是保持健康的产品，其核心是为消费者提供了一种新的健康饮食新型现代烹饪工具。一类是去除对健康有害的产品。

所谓能够保持健康的产品，指那些能够更好地促进身体健康的产品。如豆浆机、紫砂煲等。而

去除对健康有害的产品，如空气净化器、净水器等。

健康养生电器产品消费者的年龄层次比较有点。这种需求可以划分为中青年消费者的健康需求和中老年消费者的健康需求两种，后者是主体，他们的消费购买能力强，具体表现形式是养生方面的需求，其产品包括豆浆机、榨汁机、米糊机、电压力锅、紫砂煲等等。

去除对健康有害的产品包括空气净化器、加湿器、净水设备等。随着人们环保健康意识不断增强，杀灭病菌、净化环境成为人们关注的焦点。从长远发展来看，我们认为净水设备、空气处理设备、个人护理套装、医疗保健产品、健身器材更有长远的生命力。小家电批发

应该说，目前行业有很多企业所做的研发和生产的产品，都是在围绕健康养生这个消费核心价值展开的。比如厨房小家电市场近年推出的电蒸锅，烹饪过程中保留了食物的营养；米糊机的功能价值提升为五谷养生，都是在为消费者提供了一种新的健康饮食新工具。

因此，定位于养生电器产品研发的企业，与消费者的长期需求非常吻合，是企业本身发展的延续，未来将有良好的市场发展根基。健康养生电器市场，也将成为今后家电行业若干年内经久不衰的商业机遇。企业要想发展，就要从满足消费者需求上做文章，从稳健发展中寻找自己的出路。

市场中，已经有很多产品在商机市场呈现了“小荷才露尖尖角”的“钱景”。比如空气净化器作为家居健康类家电产品，2007 年销售量达到 400 多万台，比 2006 年增长四分之一。2008 年，持续增长，态势良好。今后几年增长最快的健康养生电器产品中，空气净化器当属其一。

有些产品可以清晰地看出未来前景，还有一些产品处于不明朗状态中，必须下力气去挖掘它。

1、消费环境的拉动很重要

电磁炉能够最终迎来火爆与豆浆机的文化宣传并行最终迎来黄金发展期，这最终都是符合中国的文化特点的。新商机养生电器只有符合传统的文化，符合国人的消费习惯，才有发展前景。

2、对价格敏感度不高，更重视实际效果

从近两年的数据看，健康养生类产品零售额增幅都高于零售量增幅，说明产品档次向上提升，说明这类消费者对价格的敏感度并不高，他们更重视的是产品能带来的实际效果；

3、推广演示，口碑传播很重要

一个好的商机产品，需要厂商用好的方法去推广，才能变成真正的效益。因此，健康养生电器

生产企业也要从市场的实际出发，让此类产品真正为行业的发展做出贡献，推广演示、口碑传播是推动新商机产品转化成现实利润的催化剂。

二、社会中存在巨大的中医养生需求

从古至今中医养生虽深入人心，绵延不断，但却从未像今这样受人广泛地关注与需求，也是中医药事业的发展难得的机遇与挑战。

在医学发达的当代社会，人们由于受到生活及工作地压力越来越大，疾病的发生率也逐渐呈上升趋势。据相关权威统计表明，从 2000 年至今的 10 年时间，国内糖尿病患者增长近 2 倍，患者已达 9400 人；全面降低患者心血管疾病风险，也成了防治的重点；此外，人群总人数的 70%，急需重视。

在不排斥现代医学治疗保健的前提下，到传统的中医养生文化中寻找办法，已成为相当数量人群的自愿选择。而正是因为这种选择在正确的养生指导下收到了一定的实效，才使得中医养生在市场中得以生存，赢得更多人的信任。尽管当前养生市场存在一定的虚假现象，但是并不影响人民群众对几千年养生文化的信任。清者自清，正人先正己。尊重人民的判断力，支持行业主管部门的管理，相信市场优胜劣汰的客观规律，是事业生存与发展的保障。

三、亚健康催生巨大中医养生需求

处于亚健康状态的患者年龄多在 18 至 45 岁之间，其中城市白领、尤其是女性占多数。这个年龄段的人因为面临高考升学、商务应酬、企业经营、人际交往、职位竞争等社会活动，长期处于紧张的环境压力中，而又不能科学地自我调适和自我保护，就进入亚健康状态。在此背景下，中医养生越来越受到人们的青睐，但对于中医这种养生的方法，很多人都会有一个错误的观念，那就是认为说中医可以治疗亚健康，而事实上不能的。中医讲究的是治未病，也就是说是用来预防疾病的，对于亚健康也一样。现代生活工作压力的变大，使得很多人都处于亚健康的状态，对于他们来说，预防亚健康非常的重要。

养生是中医治未病的重要内容。唐代大医家孙思邈比较科学地将疾病分为“未病”、“欲病”、“已病”三个层次，“上医医未病之病，中医医欲病之病，下医医已病之病”，反复告诫人们要“消未起之患，治病之疾，医之于无事之前”。《医学入门》认为：“与其病后善服药，莫若病前善自防。”由此看出，“治未病”比亚健康的概念还要超前；“治未病”就是健康状态下要懂得未雨绸缪，“亚健康”一般指尽管用仪器检查正常，但实际上已处于健康与疾病的临界点，所以，应运用中医养生的方法预防亚健康。

养生是通过养精神、调饮食、练形体、慎房事、适寒温等各种方法，保持身心健康，防止各种疾病发生发展。避免人体出现临界状态。

四、中医养生服务需求水涨船高

随着亚健康症状频频侵袭都市人群，各种中医养生服务需求“水涨船高”。现代生活节奏日渐加快，亚健康人群逐年增多。日前，一项相关调查显示：“北上广”约有 70% 至 80% 的“上班族”患有肩周炎、颈椎炎，以“治未病”为目的、不用打针吃药的中医养生，开始受到市民青睐。

中医养生机构如雨后春笋般冒出，对改善市民亚健康有所贡献，但也存在不小隐忧。许多非医学专业出身的人士通过简单培训，掌握初步技术就开展中医养生；更有甚者，在部分只顾牟利的美容机构内，从业人员连基础的培训也没进行，便草草上岗。不规范的中医养生操作，很可能导致后患无穷。

作为中医领域的一个专业，中医养生绝不仅是简单的按摩、推拿、拔火罐而已。只有具备一定的中医理论基础，懂得中医辨证施治的方法，养生方可发挥作用，否则便会适得其反。

五、保健行业保健品的市场需求分析

近年来，由于饮食过度和过量的脂肪摄入，肥胖症、非胰岛素依赖型糖尿病、高血压、冠心病及癌症等慢性病在我国逐年上升。有利于预防和改善这些疾病的功能型保健品受到了中老年消费者的欢迎。随着“老龄化社会”的到来，“银发族”对保健品的需求尤为旺盛，购买力亦非常强。加上处于家庭、事业双重压力下的中年人，更是一个庞大的消费市场。

另一类不可忽视的保健品是维生素、矿物质等营养补充元素。据统计，我国 85 万所中、小学校中的 1.76 亿在校学生中，其蛋白质、钙、锌、维生素 A、维生素 B2 摄取普遍不足，缺铁性贫血比例高达 30%-40%。婴幼儿家长们在营养保健品上的投资也在其中。近年来，美容保健品大有后来居上的势头，已成为拉动保健品成长的一个新的增长点。

六、老龄化催热中国养生保健产业

健康长寿是人类追求的永恒主题。近年来，人们追求健康的意识显著提高，开始关注养生，了解养生，各级政府也相应出台了一系列政策，营造良好的环境氛围，投资养生产业的企业也如雨后春笋般层出不穷，如太极文化养生、歌舞运动养生、美食文化养生、温泉度假养生、绿色生态养生、中医中药养生等项目。

当然这与接踵而来的中国老龄化密不可分。有数据显示，截至 2011 年底，中国 60 岁及以上老

年人口已达 1.85 亿人，占总人口的 13.7%。预计到 2013 年底，中国老年人口总数将超过 2 亿。

人口老龄化已然来临，相应的需求也将呈现持续上升的趋势，房地产等投资领域风险高企，投资者开始转移投资重点。养老休闲产业成为投资热点主要原因在于未来发展潜力巨大，潜在消费者众多。

养生休闲产业投资低收效快

有专家指出：为什么许多民营企业在经营其他行业取得成功后要迅速转向休闲保健产业？因为养生保健产业投资小、市场大，消费人群易于锁定，资金回笼比较快，对解决失业和就业问题，增加国家税收立竿见影。例如郭氏富侨集团 1998 年创建时，仅仅是投资 4 万元，在重庆郊外的一个小店。如今，已经发展到直营店、加盟店 500 多家，年产值超过 7 亿元，成为中国养生保健产业的大型企业。

休闲保健产业成为中国服务业的重要支柱。据统计，全国已有养生保健企业 100 余万家，相关产品企业 500 余万家，年产值超过 3000 亿人民币。新兴养生保健产业民营资本投资比例高达 90% 以上。

在现阶段打好保健产业牌，大力发展保健产业，促进消费，拉动内需，将是构建和谐社会的一举多得的明智之举。从目前我国的生产力水平看，养生显然已成为我们这个时代的特征之一，也是社会文化活动的重要组成部分。养生保健形式众多，成为人们放松身心的主要方式，也为吃、住、玩的综合经营提供了重要手段，是消费经济新的着陆点和生长点。

养生保健所带动的各类生产和服务活动，也成为经济繁荣的重要因素。城市经济的良性循环，在一定程度上依赖于养生保健产业，经济模式在向休闲转变。标志生活质量的各项指标，大部分内容也同休闲养生有关，对于拉动经济繁荣具有重要作用。

养生保健的发展要义

薛胜文指出：“养老休闲产业目前发展的并不完善，以养老地产为例，因其前期投资大，配套设施建设要求高，而中低收入人群支付能力有限，因此在盈利模式等方面还有待探索。除此之外，养老产业还面临的问题有对消费群体缺乏了解，市场调查不够完善，产品难以满足主要消费群体需要，导致企业当前效益不好，缺乏持续投资的动力等。需要政府加强引导，企业落到实处，提供合适的产品和优质的服务。”

按照联合国千年养生计划和中国国民休闲战略的相关要求和内容，立足各地得天独厚的地域文

化，独特的自然风光和相关的养生资源，根据休闲养生产业不断增长的内在需求，最大可能地满足人们休闲养生需要，全面推动养生产业的发展，为此，有专家经调研后给出建设性方案：

1、加大养生需求的养成，借鉴国内外发达理论作为我们的理论依据，充分的认识度假休闲养生产业的内涵。

2、结合实际，做好休闲养生产业发展的规划，在规划指导下，打造切实可行的市场需求的养生产品。

3、精细化管理，休闲养生产业是一个新兴产业，人文产业也是一个高附加值产业，产业发展要求高，难度大，必须采取精细化管理才有生命力和前途。

4、扩大产品营销，好的产品，要有畅销有效的营销方式，特别是休闲养生市场需求迅速增大，做好营销既满足市场需求，又获得丰厚的经济效益。

5、产品发展趋势，根据目前情况的调研了解和整合，休闲养生产品的发展趋向于传统文化养生、旅游度假养生、运动抗体养生，绿色生态养生，医学保健养生，心理咨询养生，药膳美食养生以及休闲养生的保健品设施设备等，以上各具特色的产品，将落地于休闲养生城市基地、会所、场馆。

国外尤其是发达经济体，其人口老龄化现象产生的较早，因此在养老休闲产业建设方面积累一定的经验，产业链发展比较完善，产品丰富，服务周到，能够较好地满足需求，但是人工成本较高，部分机构也存在一定的压力。对国内同行而言，应该学习其人性化服务、管理理念，同时在产品设计、营销等方面要贴近消费者。

“养老保健产业很大程度上是立足当地，服务当地居民，因此地方政府应该起到积极的引导作用，对影响深远的项目应该做好前期规划，在招商引资时企业的资质和实力要有很好的了解和考察，避免烂尾项目或者工程。企业要想名利双收，就应该将工作做细致，从年龄段、地理区域、收入层次、购买对象以及消费者个性需求入手，满足顾客需求，这样才能提升竞争力。”薛胜文表示。

第五节 中医药养生保健市场存在的问题及建议

一、中医养生存在问题

1、从业人员鱼龙混杂

在目前的中医养生产业中，并没有将中医养生的从业人员与原本的美容师进行区分，导致中医养生行业鱼龙混杂、服务质量参差不齐。

2、准入门槛低

目前中医养生领域市场进入门槛非常低，而且市场管理的定位也非常模糊，衡量合格与否的标准是只需要达到相关的卫生标准就可以。

目前我国一直没有出台相关法律法规对养生行业的服务标准等给予约束，相关部门各行其是，始终缺乏有效的监管手段。

早在 2005 年，卫生部和国家中医药管理局曾联合发出禁令，非医疗机构不得用“中医”二字开展推拿、按摩、刮痧、拔罐等医疗活动。而一些养生行业的专业人士则认为，禁令出台后既未写明相应的处罚规定，也没有出台相关细则，在执行上产生难度，再加上长期以来一直没有行业标准，才造成了目前“无法规范”的问题。

这个问题需要有关方面为中医养生行业制定出详细的行业标准，设定和规范准入门槛和考核指标，加强对培训机构的管理，这不仅有助于对目前的中医养生项目和技术进行梳理，也是对有资质从业人员的肯定，为中医养生的后续发展集聚人才。

二、养生保健市场亟待规范

随着我国经济的发展和国人健康意识的不断提升，养生保健行业在近年内以 30% 以上的增长速度高速发展，但长久以来，行业内存在的诸多问题也不断被人诟病，随着近来波及全国的“高含量亚硝酸盐问题血燕”的爆出，养生保健行业的虚假宣传，良莠不齐的弊端再次引起广泛关注。

为追求高额利润，许多养生保健品营销公司，精心包装所谓的产品概念和财富故事，吸引会员进行直销和会销，游走在法律边缘地带，近年来无极限、天狮、蚂蚁胶囊等涉嫌非法传销的事件层出不穷，前仆后继。

与此同时，随着经济社会的发展，资讯的发达和健康知识的普及，养生保健市场消费者的消费观念也日趋理性，健康养生，科学养生，理性养生的观念已逐步深入人心，从长远看，过去那种夸大功效、忽悠故事、质量不过关、售后服务无保证、片面追求短期效益的企业和产品，将越来越难以获得生存和发展的空间。

消费者乱买是因为他们不明就里，这需要有公信力的专家、机构、企业来引导，使用户真正能放心买，找到真正适合自己的产品，得到可保证、可监控的良好服务，造就一个长久可持续，良性循环发展的产业，这需要相关部门，行业从业者，大家一起来净化这个环境。”

三、中医药保健产业规范与支持分析

1、中医保健服务体系尚未完全形成

表现在服务网络不健全，服务水平参差不齐；相关政策和制度不完善；中医保健人才缺乏；提供的服务与群众需求存在差距等方面。

2、中医药保健产业需进一步规范与支持

表现在企业资产和销售规模较小，新产品缺乏；中药保健品夸大其词宣传；中医药保健食品既非“营养素补充剂类保健食品”，也非现代医学概念下的 27 种“特定功能”保健食品，难以归类和用现代语言阐述功效是中医药类保健品面临的问题之一。

3、原因分析

一是观念上重治疗、轻预防。二是人们对卫生保健的需求很大程度上取决于社会经济的发展，目前我国的经济基础尚薄弱，卫生保健很长一段时期还将停留在初级阶段。三是政策扶持和支持较少。近几年国家中医药管理局开展中医“治未病”健康工程，给予了大量投入和扶持。但从保健产业整体来看，和国外和国内其他企业相比，我国保健产业发展得到的政策支持较少，竞争上处于不平等的境地。四是法律法规尚不完善。我国保健品法律法规标准不统一，导致执行艰难，多头管理，部门间权力失衡，不利于行业健康发展。保健品产业缺乏应有的法律地位，法律法规缺失、监督缺位的现象比较严重，影响了企业生产的积极性和消费者购买的积极性，导致投机分子有空可

钻，严重影响了整个行业的公信力。五是中医药文化的全体认同还需加强。六是相关的科研支撑不足。

四、发展中医药保健产业的建议

1、发展中医保健服务的建议

实施中医“三进(进农村、进社区、进家庭)”工程;鼓励各级中医医疗机构开展中医保健服务;培训中医保健人才;通过科普宣传提高人们对中医药文化和中医保健的认识;积极引导国内和国际民营资本投资中医保健服务业;建立和完善配套政策,提供科研支撑。

2、发展中医药保健产业的建议

由国家有关部门制定中医药保健产业发展战略,将其列入产业结构调整指导目录,并纳入国家行业统计目录;加强中药保健品的市场监管;在技术、税收、金融政策上给予支持;完善促进中医药保健产业发展的法律法规和标准体系,尽快出台《保健器械管理办法》、《中医药保健服务业管理办法》;发挥行业协会在促进和规范中医药保健产业健康发展中的重要作用,加强行业自律,国家授权或委托行业协会参与基础标准、质量技术指标、标准测定方法和协会标准的制定,推动行业和国家标准的出台,同时进行行业统计、分析、发布行业信息,为政府制定产业政策、发展战略提供参考等。

第六节 案例：黑龙江省中医养生产业发展的问题探讨

2017-12-25

摘要：中医在养生方面具有独特的优势，民众对健康管理的需求和国家对中医养生产业的重视，使黑龙江省中医养生产业面对良好的发展机遇。虽然黑龙江省具有独特的资源优势发展中医养生产业，但当前仍存在中医养生产业链尚未形成、中医技术含量不高、服务人才良莠不齐、缺少中医养生品牌战略等问题。因此，分析其原因，并提出了加强产学研合作、发挥政府的主导作用加大监管力度、培养专业的中医养生人才和实施差异化品牌战略等措施，以构建在全国有影响力的中医养生产业模式。

关键词：中医，养生产业，产业链，养生人才，品牌战略

基金项目：2015 年黑龙江中医药大学科研基金资助项目(201519)；2017 年度黑龙江省经济社会发展重点研究课题(17008)阶段性研究成果

引言

随着经济发展,人口老龄化、慢性病的不断增长以及公众健康理念的不断深化,中医养生产业依靠中医药的整体观念、辨证论治、强调防重于治的特点应运而生。它是以中医养生理论和中医文化为指导、健康长寿为目标、中医养生产品和服务为支撑、中医养生资源的开发和中医养生市场的运营为主体的人文生态型产业。中医养生产业充分利用生命科学与现代科技成果,由最初的针灸、刮痧、按摩、推拿等行业已扩展出美容、减肥、食疗,足疗等行业,符合人们对健康需求的趋势,逐渐成为时尚养生产业的重要组成部分。中医养生产业包括中医医疗机构和社会机构、中医养生文化、中医养生旅游、中医养生食疗、中医养生人才培养、中医运动养生、中医保健产品以及多种中医保健服务的提供等,属于第三产业范畴,是多个具有高附加值的现代服务行业的集聚。

近年来,国家高度重视中医养生产业的发展,相继出台了《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》(国发[2013]40号)、《国务院办公厅关于印发中医药健康服务发展规划(2015—2020年)的通知》(国办发[2015]32号)等政策和措施,支持、规范和促进中医养生产业的发展。黑龙江省也出台了《黑龙江省人民政府关于扶持和促进中医药事业发展的实施意见》(黑政发[2011]46号)、《黑龙江省促进健康服务业发展的若干措施》(黑发改社会[2014]431号)、《黑龙江省人民政府办公厅关于促进中医药健康服务发展的实施意见》(黑政办发[2016]5号)等政策。这些政策和措施加快推进了黑龙江省中医养生产业的发展,为其发展提供了良好的机遇和环境。但目前黑龙江省中医养生产业的发展仍存在问题,应分析其产生的原因并给出具体的解决措施。

一、黑龙江省中医养生产业发展中的问题分析

黑龙江省中医养生资源丰富,具有深厚的中医文化底蕴和雄厚的中医药科技实力。在黑龙江独特的地理、气候、历史、文化等因素交融下,逐渐形成了龙江医派,是全国仅有的两个被国家中医药管理局确定的以地域命名的中医药学术流派之一。黑龙江省虽具备发展中医养生产业的丰厚资源和优势,但从目前来看,黑龙江省的中医养生产业还存在很多问题需要亟待解决,以促进其更快、更健康的发展。

(一) 中医养生产业链尚未形成

产业链指从初始资源到最终消费的过程中客观形成的前后顺序关联的、有序的经济活动的集合。中医养生产业链包括中药材种植、加工和销售,产业技术研发部门,通过中医理念对健康的管理服务,推拿、按摩等配套服务。黑龙江省的中医养生产业链比较零散,中医科研部门与提供中医养生服务的机构缺少密切合作,道地药材的特色在养生服务中未被充分发挥。总体而言,产业链条上的各个节点各自独立,没有有效联系在一起产生合力,形成产业优势。

（二）中医技术含量不高、服务人才良莠不齐

黑龙江省中医养生市场上服务种类繁多，基本都以“天人合一”、“辨证论治”、“未病先防”等中医理论为指导，凸显了独特的中医文化。但实际操作过程中很多养生并未真正融入中医技术，使中医养生流于形式，严重损害消费者利益，导致消费者对中医养生保健效用的不信任。另外，很多中医养生的从业人员没有经过专业、系统的中医院校培养，只是在养生机构内稍加培训就上岗服务，仅持有一些基本证件，如健康证、卫生知识培训证等，且缺乏统一的专业标准，多数服务人员没有专业的中医知识，文化程度也参差不齐，导致中医养生产业中很难真正融入中医技术，只是打着中医养生保健的旗号，更有一些所谓的中医达人、养生大师被揭穿，造成整个行业声誉度下降，产生不良影响。

（三）缺少中医养生品牌战略

随着人们养生意识的提高，黑龙江省中医养生产业发展较为迅速，出现一批依靠科技进步提高竞争力的中医养生企业。但由于缺少品牌战略，并没有形成持久的核心竞争优势，同行业的其他企业通过模仿等方式很快也具备了同样的优势，导致整个行业出现严重的同质化，缺少脱颖而出的差异化中医养生品牌。黑龙江省独特的自然资源、龙江医派等中医技术资源和文化资源未被充分挖掘形成黑龙江省独特的中医养生产业品牌优势，资源整合不够，亟待培养出有影响力的、具有地方特色的优势品牌。

二、促进黑龙江省中医养生产业发展的主要措施

（一）促进黑龙江省中医养生产业链形成

整合省内中医养生资源，发挥科研机构、高校在中医养生产业产学研结合中的源头作用，鼓励科研机构加大应用性研究，如研发含有中医药科技成分的保健品等，加强校企合作转化技术成果，提高转化效率，形成产学研创新联盟，为中医养生提供科学技术支持。黑龙江省作为“北药”的主要产区之一，人参、板蓝根、月见草、刺五加、防风等数十种药用植物都是适合省内种植的经济型中草药，应依托省内科研机构的指导开展规范化种植，保证药效的稳定性，促进“北药”的开发和加工，提高产业化能力，为整个中医养生产业的发展提供保障。应发挥中医技术在中医养生服务中的重要作用，鼓励高校和科研机构的中医专家参与进来，挖掘黑龙江省中医养生的历史文化资源，宣传中医养生文化，突出黑龙江地域和黑土文化特色，并结合现代社会生活的特点，通过高科技的力量让中医养生变得更时尚，不仅让民众意识到中医在治未病和养生保健方面的作用，同时也使民众接受中医养生的方式更便捷，加快中医养生产业的发展。

（二）加强中医养生产业的市场监管

在黑龙江省中医养生产业的发展过程中，政府要发挥主导作用，通过广泛、积极宣传中医养生文化，发挥民众的热情优势，形成浓烈的中医养生氛围。同时，要加强对媒体宣传的监督和管理，删除虚假信息，净化中医养生环境。要制定鼓励中医养生产业发展的政策，对新兴产业给予融资、经济环境方面的支持，为其快速健康发展创造良好的政策环境。应利用法律法规、规章制度等手段对市场进行有效监管，加强中医养生产业及其相关产业的资格认证和产品监督，不断完善中医养生产业的资质条件和准入标准，在技术上符合条件、达到相应标准的才能开展中医养生服务，从源头上防止伪科学的流弊渗透到民众日常生活中。对中医养生的从业人员资质要严格把控，由国家相关部门制定统一标准，不符合标准的不能从事中医养生服务，尤其在中医技术含量高的养生服务中，要将各项规范指标落实到位，这样才能保证中医养生的服务质量和效果，提高人们对中医养生保健的信任度。

（三）培养专业的中医养生人才

目前，黑龙江省中医养生产业的从业者中只有较少一部分毕业于高等中医院校，接受过良好的中医专业教育，还有一部分通过后期的函授课程、职业教育等方式掌握了技能，也有一些只是通过养生机构的内部培训就上岗工作。由此可见，黑龙江省中医养生产业的发展需要大量具备中医养生专业技能的人才，也需要懂得市场运作的人才。虽然省内高校培养了大批中医人才，但大多从事医疗服务，很少从事中医养生。因此，省内高校在课程改革中要加大中医养生专业课程的设置，也可以专门设置中医养生专业，并在毕业时为学生联系实践基地。要加强实践能力等综合素质的培养。还可以通过社会培训机构对具有管理、营销、经济等综合技能的人才普及基本的中医养生专业知识，这样这些懂得市场运作的人才在中医养生产业中才能发挥更大的作用。总之，必须通过多种方式逐步建立起专业的中医养生产业人才队伍，为黑龙江省中医养生产业的发展输送大量优质人力资源。

（四）实施差异化的中医养生品牌战略

黑龙江省中医养生产业要发挥自身特色，根据黑龙江省寒地黑土的自然条件和中医文化的地域特色等优势，实施独特的品牌特色，走差异化的道路，才能使黑龙江省中医养生产业在激烈的市场竞争中拥有竞争优势，实现可持续发展。在实施差异化的品牌战略过程中，要结合自身优势进行品牌定位，同时做好品牌宣传推广工作，利用各种媒体以及丰富多彩的活动加强宣传，打造龙江中医养生品牌。抓住当前发展中医药旅游的机遇，宣传中医养生，促进产业链中的相关行业发展。黑龙江省中医养生产业链中的各个节点企业也应根据龙江养生品牌的特色，制定各自的营销战略，突出黑龙江省的独特优势，这样才能形成合力，促进黑龙江省中医养生产业集群的发展。总体来说，黑龙江省中医养生产业的发展是一项系统工程，需要立足当前情况，以黑龙江省丰富的历史文化资源

为依托，以市场需求为导向，结合当地优势自然资源和人文资源，形成有竞争力的差异化品牌战略，努力打造在全国有影响力的龙江中医养生产业模式。

第七节 2019-2025 年我国中医养生保健行业发展前景预测

一、中医养生保健行业发展驱动因素

作为中国经济的新亮点，大健康产业是具有巨大市场潜力的新兴产业。

我国健康养生市场还处于初级阶段，市场前景十分广阔。中国健康产业在未来五年将扩大 10 倍，中国保健养生市场每年蕴含高达 15000 亿元的市场份额，平均每位城市常住居民年均花费超过 1000 元用于健康养生。从产业发展趋势看，支撑大健康产业高速运行的引擎有三个：

第一，人口老龄化与环境污染提高了居民的保健、医疗潜在需求；

第二，居民健康意识提升扩大了医疗保健支出；

第三，政策推进健康中国建设。

这三大利好因素预计在未来仍将继续发酵，从而推动大健康产业的持续发展。而且，越来越多的年轻人开始关注养生，18 岁至 35 岁群体占据了八成。

二、养生保健前景广阔

养生产业是近年来崛起的新兴产业，是目前世界上最具生命力的行业之一。养生的理念可覆盖到影视、网络、书籍、绘画等众多领域；从实业角度上来说，养生的理念也可以进入食品、保健品、药品、生活用品、旅游产品的开发制造等多种行业。因此，涵盖了如此多行业、领域的养生健康产业一旦形成，其带动效应更是惊人。

虽然养生是长久以来中国人推崇的生活方式，也是构成中国传统文化的核心内容之一。可是，在进入高科技、信息化的时代后，医疗水平飞速提高，都市病、疑难病的发病率却未见大幅降低，还有很多人备受亚健康困扰。一度受到冷落的传统养生理念因此悄然复兴，乃至在最近几年成为社会热点和流行文化。

我国养生健康产业，包括保健产业、医药产业及与健康相关的产业，仅占中国国民生产总值的4%—5%，低于许多发展中国家。而在发达国家，这一比例普遍超过15%。如果按这个比例核算，中国养生保健产业未来的市场容量最保守估计也将有6000亿元—8000亿元的市场潜力。

三、健康养生保健行业迎来发展春天

世界卫生组织一项全球性调查结果表明，全世界真正健康的人仅占5%，经医生检查、诊断有病的人占20%，75%的人处于亚健康状态。亚健康人群的增多和老龄化社会的到来，使健康养生产业逐步兴起、备受关注。而伴随着《“健康中国2030”规划纲要》的印发，“健康中国”上升为国家战略。业内人士表示，不论是大众需求还是政策导向，都传递出一个信号：健康养生保健行业迎来发展春天！

健康养生产业发展空间大：

健康养生产业是具有巨大市场潜力的新兴产业，包括医疗产品、保健用品、营养食品、休闲健身等多个与人类健康密切相关的生产和服务领域，辐射面广、吸纳就业人数多，具有拉动内需增长和保障改善民生的重要功能。美国经济学家保罗·皮尔泽认为：“健康产业的加速发展势头不可阻挡，很快将替代IT产业成为推动世界经济增长的新引擎。”

在专家看来，好多人思想上还没有认识到这个产业的重要性。有些人甚至错误地认为，现在提健康养生产业为时过早。其实不然。关注健康养生就是关注生活品质。健康养生产业发展起来以后，可以形成产业链，带动地区发展，一些乡村休闲养生游、绿色健康食品的开发还能带动一方经济。

避免无序开发很关键

工业、农业、医疗、卫生、生态、环保、旅游、地产、农村和城市发展等各个领域，无一不与人们身心健康息息相关。健康养生产业关联度之广、产业链条之长，对于加快一个地方经济转型升级、促进经济社会持续健康发展举足轻重。人常说，万事开头难。发展健康养生产业，要从“起步”抓起，其关键是抓好顶层设计，避免无序开发，力促健康发展。

专家说道：“起步之初，就应立足实际，以人们的需求为导向，高起点大手笔谋划文化旅游产业等与健康养生产业同步发展，促进养老服务业与健康、休闲等产业融合发展。引导消费向智能、绿色、健康、安全方向转变，以消费升级带动相关产业的快速发展。在经济发达的、有区位优势的市场县，可以根据具体情况设计差异化、独特性、有较强吸引力的健康养生旅游产品，将其作为产业转型的一个方向。政府应该出台相关政策、统一规划，防止出现无序开发、一哄而上的现象。”

要做足优势特色文章

在众多养生建议中，受大众推崇的当属“管住嘴、迈开腿”。如今，许多人对自己的食材精挑细选，每天还计步锻炼。人们的新需求给健康服务产业和健身休闲运动产业提供了广阔的发展空间。健康体检、体质监测、健身咨询、绿色保健食品、休闲运动、户外运动、互联网+健身等新业态、新模式正在塑造和改变着人们的生活方式，也给大众创业、万众创新提供了新的探索方向。

一定要因时而动，顺应需求。专家认为，可根据地方特色，发挥诸如中药材优势、自然风光优势等，促进健康养生与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品相融合，催生健康养生新产业。笔者了解到，就有不少网络平台，就推出了“医疗+保险”、“旅游+健康”等产品。不妨引进融合高端健康服务、康复疗养、休闲度假、绿色人居于一体的大型生态健康养生城项目，打造模式多样、特色鲜明的健康养生园区、中药文化养生庄园等，推进健康养生产业提质升级。

现在大众养生的时代已经来临，为人们提供健康生活解决方案，就是健康养生产业较大的商机。《“健康中国 2030”规划纲要》的发展目标是，到 2030 年我国健康服务业的总规模要达到 16 万亿元。这个目标决定了健康养生产业将是一个散发着青春气息、饱含绿色、孕育生机的白金产业，对于这个行业的蓝海时代，我们拭目以待。

四、中医药养生保健服务前景可期

中共中央、国务院颁布了《“健康中国 2030”规划纲要》明确提出，要大力发展中医养生保健治未病服务，鼓励社会力量举办规范的养生保健机构，加快养生保健服务发展。在日前举办的第二届润美世界中医养生大会上，与会专家表示，在近年来一系列支持政策的助推下，中医药养生保健服务前景可期。

“中医药是我国的国粹，中医药养生保健是中医药理论和实践的重要组成部分。中医药的发展历程和现代医药有所不同，其从开始就注重养生保健和食疗的结合，然后才发展到药物。可以说，中医药的养生保健是具有理论和实践基础的。这也是我国政府大力支持中医药养生保健发展的重要原因。”中国中医科学院中药研究所首席研究员叶祖光说。

中国医药保健品进出口商会秘书长谈圣采表示，近些年基于中医药发展起来的养生理论和实践风靡世界，中医药养生保健服务在世界范围内同样越来越受欢迎。

来自加蓬共和国、现在南京中医药大学交流的中非传统医药学顾问郭末博士表示，中医药养生

保健服务在非洲同样前景可期。这主要是因为非洲人口众多、病种多，且很多国家比较富裕，有能力消费中医药保健服务，对中医药养生保健服务的认可度也越来越高。

“尽管在国际和国内都已经呈现出蓬勃发展趋势，但从产业发展阶段来说，我国的营养保健产业（包括中医药保健品产业）仍处于起步阶段，普及率不及 10%，远远低于美国的 70%；人均消费不足 20 美元，也远远低于美国的 101 美元。”谈圣采认为，随着常见病、慢性病等发病率的上升以及老龄化的加剧，未来我国中医药养生保健服务业发展空间巨大。

“需要特别强调的是，中医药养生健康服务及其产品的推广，都不能脱离中医药理论的指导。如中医理论的阴阳平衡及中药配方的‘君臣佐使’原则，既是我国中医药保健服务的理论指导，也是区别于西医药的重要特色优势。中药长于炮制，西药长于萃取和合成，如果不能发挥方药的整体特长，仅仅凭借单独的一味中药去跟某种西药比较药效，往往没有优势。但是如果利用‘君臣佐使’的原则发挥每一味药材的优势，系统地配方，则可以从全局的角度，为患者提供整体、系统的治疗和保健，其效果和优势往往很明显。”山东润美生物科技有限公司董事长舒新斌主张，应用中医保健的理论和知识，致力于以药食同源、复方配伍的特色定位中医养生保健产品的研发和生产。

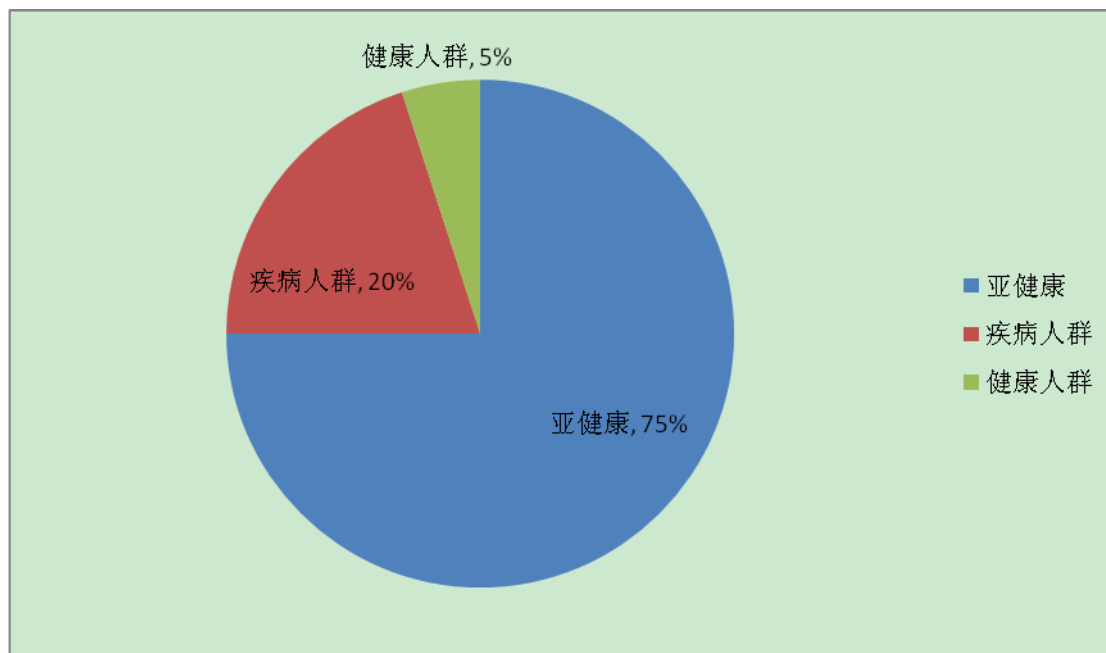
大会邀请了中国中医科学院、南京中医药大学、北京鼓楼中医医院等专家以及中医保健品产业的投资商、国内外渠道商、原料供应商等多方人士参会。会上还举行了润美中医药健康旅游示范基地的相关信息发布仪式。

第八节 2019-2025 年我国中医养生保健行业发展趋势预测

中华养生文化，历史源远流长，内容博大精深。中国历史上诸子百家、历代宫廷养生之道更显古老而神秘，堪称东方养生智慧之精华，更是世界健康文明的宝贵财富。

当今社会经济飞速发展，现代人的物质生活水平达到了前所未有的高峰期，而人们的健康状况却在不断下降，各种“富贵病”、“过劳死”的事例经常在我们身边发生，亚健康人数在持续增多。

图表：全球人类健康调查



据世界卫生组织全球性调查：75%的人群呈亚健康状态、疾病人群占 20%、健康人群占 5%；这组数据告诉我们：如何改善人类亚健康已是全球人最关注的问题。

近些年来，西方的健康方法 SPA 风靡全球，备受人们青睐。数年来人们为寻找各种安全、有效、自然的健康方法在不懈的努力。目前，世界医学的发展趋势已渐渐由疾病医学模式转向健康医学模式。而极具中国文化特色的中医养生——东方人的健康方法，契合了中医“治未病”的健康思想，由于具有安全性、有效性、经济方便等优势，越来越受到众多追求健康的人士的喜爱。香港盛凯元养生产业国际集团秉承人类健康需求，其下属机构中华医学保健国际研究院深圳分院，组织几十位著名中医养生专家经过多年临床研究和实践探索，研制出以中医理论为基础、彰显中国养生文化色彩、独创以熏蒸、温熙、贴敷、膳食、音乐、色彩等“御道养生”系列方法及技术产品。“御道养生”由于其安全、舒适、有效、系统、自然、极具中国式养生特色，备受国内外健康养生市场的推崇和好评，极大地带动了传统休闲会所、美容行业的升级经营发展。

一、健康养生产业未来的发展特点

1、行业将逐步走向整合

随着竞争逐渐走向白热化，很多新开的养生保健场所经营很难，为了在市场获得优势竞争地位，大型养生保健企业将通过兼并、收购、联合以及连锁等形式快速扩大规模，而小型且没有经营特色的养生保健企业将在激烈的市场竞争中被逐步淘汰。

2、连锁经营将成为趋势

随着对行业发展的逐步规范，连锁经营成为中小型养生保健企业的发展趋势。中国商务部的统计资料表明，连锁体系开办的企业，成功率高于 90%，如此高的成功率，在统一品牌、统一经营理念、企业识别系统及经营商标、商品和服务、统一经营管理模式下最大限度的降低投资风险，而连锁经营也将逐步成为现代企业发展的最高级经营态势，从而形成企业发展较强的市场竞争力，促进企业的快速发展。

3、养生保健向休闲化发展

养生保健产品本身是一种心理性、体验性的健康产品，也是一个时尚休闲的消费产品，目标消费者一般比较懂得享受生活。养生保健中心不仅要为消费者提供简单的养生保健服务，更要努力营造一种休闲氛围。因此，促进养生保健中心向多服务功能、休闲中心转变，形成集养生保健、按摩、餐饮、娱乐、休闲于一体的综合性养生保健场所，将成为养生保健业发展的方向。

4、养生保健将逐步向品牌化发展

从食用养生保健到天然理疗养生保健，从浴室桑拿到良子足浴，保健服务业的市场上，唱响的依然是休闲养生保健服务。中国传统的中医养身保健理念，造就了养生保健服务在中国大卖好卖的消费特点，特别是品牌养生保健服务项目，远远高于常规服务消费利润的诱惑。随着人民生活水平的不断提高，消费者对养生保健服务的消费也在不断变化。企业要发展，必然要根据市场需求导向和消费希求导向发展自身品牌。

二、养生的发展趋势

1、精神养生和运动养生一直被延续

精神养生是指通过怡养心神，调摄情志、调剂生活等方法，从而达到保养身体、减少疾病、增进健康、延年益寿的目的。运动养生是养生活动中的一个重要的内容。对于形体的锻炼，一般要求运动量要适度，做到“形劳而不倦”。并且要求循序渐进，持之以恒，方能收到动形以养生的功效。

2、养生医疗旅游渐成新热点

养生健康保健产业在今日已是全球成长最快的产业之一；国际旅游事业则是目前全球最富生机的产业，同时也是现代化国家整体发展的指标。因此结合养生与健康医疗及旅游产业的创新产业，将创造出医疗健康与旅游产业的新价值，医疗旅游将是促进旅游与经济成长的明日之星。近年来养

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/158043067057006075>