

©2023年度贵州省社会科学院创新工程项目阶段性成果（项目编号：CXZK2302）

打造“康养到贵州”品牌对策研究

■ 邓小海

打造“康养到贵州”品牌，既是顺应康养市场发展之义，凝聚康养发展合力之要，也是推动康养产业升级之举，提升康养产业竞争力之需。当前，“康养到贵州”品牌打造正面临着品牌根基不稳、品牌影响力不强、品牌氛围不浓、品牌支撑不足等困难挑战。要聚焦产品服务，铸牢“康养到贵州”品牌根基；聚焦影响力提升，做实“康养到贵州”品牌建设；聚焦法治思维，厚植“康养到贵州”品牌环境；聚焦要素保障，强化“康养到贵州”品牌支撑。

我国多元化康养时代正在到来，人民群众康养消费需求正向高品质和多样化转变。康养是当前中国人在闲暇时光的新追求，正在成为美好生活的新内涵。特别是人口老龄化进一步加速了康养的需求，度假型养老模式已经兴起，养心、养生、养老的健康旅游逐渐成为主流。我国康养行业通过多元化发展，行业正在发生前所未有的新变化，康养产品供给结构持续优化，高等级康养产品供给正持续增长。在此背景下，贵州提出要加快发展康养产业，打造国内一流度假康养目的地，打响“康养到贵州”品牌。因此，深入分析贵州打造“康养到贵州”品牌的时代价值、基础条件、存在的困难以及对策建议具有重要现实意义。

打造“康养到贵州”品牌的时代价值

康养既是现代服务业的重要组成部分，也是满足人民美好生活需要的重要内容。打造“康养到贵州”品牌既是顺应康养市场发展之义、凝聚康养发展合力之要，也是推动康养产业升级之举、提升康养产业竞争力之需。

（一）顺应康养市场发展之义

在健康中国战略及后疫情背景下，我国正从被动医疗转向主动健康的全民康养阶段，多元化康养时代正在到来，康养成为一种生活方式，成为人们在闲暇时光的新追求和美好生活的新内涵。康养市场也正在发生前所未有的新变化，高品质康养产品持续增长，定制化、智慧化、科学化的康养产品服务方兴未艾，旅居康养、

运动康养、医美康体等多元康养方式加速迭代。必须看到，品牌能够在促进强大市场形成中发挥引领作用，打造“康养到贵州”品牌有助于引领贵州康养消费，满足康养消费者的潜在需求，形成强大、有效的康养供给体系。

（二）凝聚康养发展合力之要

康养既是“康”与“养”结合，又是“身”与“心”统一；既是产业，又是事业。康养发展既需要有为政府，也离不开有效市场，更需要凝聚各方合力，构建共商共建共享发展新局面。品牌是政府部门、市场主体以及社会各界共同努力之下所建立起来的，具有引领、带动、提升区域特色产业发展和推动经济高质量增长的重要作用。打造“康养到贵州”品牌有助于贵州康养标准、标识、标志的建立，增强市场对贵州康养产



黔东南苗族侗族自治州剑河县仰阿莎温泉小镇景区