



携手推动温泉旅游康养产业高质量发展

——第十二届咸宁温泉文化旅游节温泉产业发展研讨会发言摘录

文/图 本报记者 吴文谨 夏正锋 王麒 见习记者 赵娴

11月20日,第十二届咸宁温泉文化旅游节温泉产业发展研讨会召开,在主题演讲环节中,来自海内外知名专家学者嘉宾齐聚一堂,他们立足自身行业与角色,从不同角度出发,分享自身对温泉旅游康养产业高质量发展的理解,掀起了一场思维的盛宴。以下为嘉宾演讲摘录,以飨读者。



奥尔加·苏杜
世界温泉及气候养生联合会主席

咸宁有着一千四百多年的温泉开发历史,这份悠久的传承无疑证明了“中国温泉之城”这一美誉,咸宁当之

无愧。如今,温泉已成为咸宁独特的文旅活动亮点,吸引着四方宾客前来体验。今天,我们齐聚一堂,共同探讨温泉的开发与利用。

咸宁的温泉面积大、温度高、水质优,拥有得天独厚的自然优势,未来发展潜力巨大,对于缓解运动后的肌肉疲劳有明显效果。更为重要的是,温泉水已经被科学证明对多种疾病具有治疗作用。因此,咸宁温泉非常适合各类人群前来养生、美容、健身。温泉与养生,两者之间存在着天然的契合。

近年来,咸宁温泉正朝着康养的方向蓬勃发展,不断融入花园疗法等创新元素,为游客提供更加多元化、个性化的服务体验。这一发展趋势与世界温泉及气候养生联合会所倡导的理念不谋而合。

在此,我衷心希望世界温泉及气候养生联合会能够与咸宁建立良好的合作关系,共同推动温泉康养事业的发展,助力咸宁打造具有国际影响力的温泉康养品牌,让更多的人享受到温泉带来的健康与快乐。



王焰新
中国科学院院士、中国地质大学(武汉)原校长

温泉水化学成分的形成是围岩矿物成分、地质构造、各种水化学作用及水循环条件等多种因素共同作用

的结果。温泉康养是利用温泉水中的矿物质、微量元素、气体等成分,以及温泉水的温度、压力等物理因素,对人体产生生理和化学反应,从而达到治疗疾病、恢复健康的目的。

目前的温泉项目停留在温泉作为旅游、会议、疗养等产业附属的模式上,温泉产业已建成的温泉项目中,亟待通过改造及引入高价值产品和服务,以重塑竞争力和持续盈利的能力,新开发的温泉项目则更加需要通过创新挖掘市场刚需,延伸业态,构建核心竞争力。

要充分借鉴国外的温泉康养产业经验和科研成果,编制我国温泉康养产业发展规划。要摸清家底,开展省域温泉康养资源调查评价,编制省域温泉康养地图。要选择典型温泉和地域,开展温泉康养作用机制的健康地质学和临床医学研究,形成温泉康养临床治疗指南和标准。要依据国内外最新研究成果,适时完善我国医疗热矿水国家标准。要培养温泉康养科研和临床人才,打造高能级温泉康养科技创新平台。



查尔斯·戴维森
世界温泉及气候养生联合会副主席

全球的温泉产业市场正以前所未有的速度蓬勃发展,展现出巨大的潜力和广阔的前景。在中国,这一市

场同样展现出强劲的增长势头,客流量与客户群体仍有巨大的扩展空间。我们期望通过推广和普及,让中国人逐渐养成定期泡温泉的习惯,树立“泡温泉等于健康”的理念。

空气、水、美食,作为温泉产业三大基础,是吸引游客的关键所在。我们可以通过切实可见的数据指标和实物展示,来体现温泉康养的科学性和有效性。例如,优质的空气可以通过空气质量监测数据来体现;温泉水的水质、矿物质含量等也可以通过专业的检测报告来展示。

此外,七大支柱——放松、运动、睡眠、营养、正念、教育、创意,则为温泉产业提供了全方位的发展支撑。这些支柱不仅提升了温泉体验的品质和内涵,更向游客传达了一种积极健康的生活理念:好的温泉体验可以与高品质的生活画上等号。我们致力于通过这些努力,让人们在大自然中重新与自然建立连接,同时也与自己建立更深层次的链接。



祝善忠
联合国世界旅游组织旅游大使

要完善温泉旅游产业链,善用温泉旅游产业延展性强、容纳度高、涉及范围广、跨产业延伸空间大的特点,

完善温泉旅游的开发、建设、利用、衍生等一整套产业链体系,逐步形成规模化、高质量的产业发展模式,为经济社会发展作出更大贡献。

要深入细致研究客源市场,推陈出新温泉旅游组合产品。对不同区域市场进行细分和研究,对同一区域市场的游客再进行细分和研究,针对性别、年龄、家庭亲子、老年保健和中小商务等群体的消费能力、消费偏好,“以需定产”,确定产品定位,制定合理价格,形成定制化温泉旅游产品和特色项目。

要强化市场营销推广,树立温泉旅游目的地品牌形象。持续举办咸宁温泉文化旅游节等节事活动,全方位宣传温泉文化旅游资源,同时精心策划域外宣传推介活动,打造咸宁旅游品牌,提升咸宁温泉知名度、美誉度和市场竞争力。

要加强温泉旅游人才培养和引进,提升专业化水平。由政府主导,统筹安排旅游人才培养,建立急需紧缺人才目录,依托省内高校教育资源,定向培养一批旅游、策划、康养等专业化人才,推动旅游人才队伍建设的长远发展。



马兹·克里斯蒂安·霍尔福特
丹麦西海岸勒姆岛水疗度假中心投资运营经理

温泉,作为大自然的恩赐,其疗愈的力量和放松的过程,可以让人们感觉更加舒服和健康。

历史上,丹麦人曾经使用绝大部分收入购买饮料、食物等生活必需品。然而,时至今日,这一趋势已经发生了显著的转变。如今,丹麦人花在零食和服装上的钱更少了,更注重的是体验和快乐。因此,我们必须关注那些与生活方式相关的产品,这对于中国吸引北欧游客来说至关重要。

那么,湖北省如何吸引来自北欧的游客呢?首先,我们要认识到北欧游客对价格的敏感性,他们一定会关注价格因素。同时,北欧游客也非常重视产品本身的质量,希望提供性价比高的体验。例如,可以考虑将智能手表等现代科技产品与温泉体验相结合,为游客提供更加智能化、个性化的服务。此外,在做温泉产业结合时,也可以尝试与正念、瑜伽等健康活动相结合,为游客提供全方位的身心疗愈体验。

最后,我们知道中国温泉的矿物质丰富——是否可以将自然、植物产品与温泉体验相结合,为游客提供更加绿色、健康的旅游体验。



何少泉
云南省温泉与水疗行业协会会长

中国温泉的发展历程由最初的自然利用,如洗浴、治病,到简单利用,如疗养、护理,到商业利用,如休闲、

娱乐,再到本质利用,回归健康属性,经历了数个阶段。

目前,国内温泉市场还是处在方兴未艾的阶段。但当前的温泉产业发展存在着开发模式单一、产品雷同等问题,有时候是有研究、没体系,有时候是有行业、没产业,总体来说,目前的温泉产业依然停留在“文旅行业”的层面,主要局限于利用温泉资源进行洗浴和餐饮服务,缺乏对温泉更深层次的利用,这在无形中限制了温泉的发展。

在我看来,温泉实质上是一种宝贵的矿产资源,除了洗浴泡汤,还有其他价值,比如做药妆、面膜、矿泉水等等。我们还是要从产业融合上下功夫,持续推进温泉产业的“三产融合”,进一步提升温泉水的利用价值,形成一个较长的产业链、不断提升价值链,走好融合发展之路。

此外,发展温泉农业也是一个值得探索的方向,比如结合农产品加工。发展特色制造,自主研发温泉产业相关的专业设施设备、专业材料等。

主题演讲结束后的嘉宾座谈环节,与会嘉宾畅所欲言、各抒己见,气氛热烈融洽,赢得阵阵掌声。

大家重点围绕“咸宁温泉怎么看?”“怎么破解季节限制?”“怎么打响温泉旅游品牌?”等话题进行了现场对话:

咸宁温泉协会会长钟芳:咸宁一城十二泉,水质好,温泉旅游业发展态势好,我很看好咸宁温泉的未来市场,并对此充满信心。

中国国际旅行社社副总赵红宇:在欧洲,泡温泉是一种生活方式,但实际上,在咸宁,泡温泉也是深受中老年群体喜爱的生活方式,这也

是咸宁高寿老人多的原因之一。咸宁是一个特别美好的城市,其美好生活方式并不仅仅限于泡温泉,而是全方位的,有美食、有文化、有故事。

中旅旅行粤港澳大湾区公司总经理张岩:经营主体应该相向而行,改变固有思维推进经营模式的转型,放大区域合作,积极探索“会员共享”模式争取更多客源,打造统一的商业平台,实现不同经营主体的优势互补、抱团取暖。

世界温泉及气候养生联合会副主席查尔斯·戴维森:作为温泉服务提供商,我们也面临淡旺季分明的问题,通

过不断探索,逐渐积累了一些经验。夏季,我们推出冷泉、泥区降温服务,结合美容元素提升体验。与此同时,我们还致力于将温泉打造成一个既适合度假又适合工作的场所,鼓励企业、鼓励员工,走出办公室,在更美好的环境中寻找工作与生活的平衡。

丹麦西海岸勒姆岛水疗度假中心投资运营经理马兹·克里斯蒂安·霍尔福特:现在,居家办公受到公众欢迎,因为这样就省去了很多到工作场所的时间。当然,这样人与人之间也缺少了互动。温泉作为社交场所也是一个具有吸引力的选择。为温泉产业植入

社交属性,提供更加多元化的选择,不断促进温泉产业业态完善。

咸宁温泉协会会长钟芳:还是要做好“温泉+”概念,融合温泉养生、药膳调理等多方面体验,全方位提升游客的健康与休闲享受。打造独具特色的温泉旅游线路,着眼于国际市场,让温泉成为连接世界的桥梁,吸引海内外的游客前来体验。

中国国际旅行社社副总赵红宇:要从衣食住行出发,打造一个健康、养生、积极、高品质的生活目的地,讲好咸宁故事,将咸宁打造成独一无二的“目的地”。

