

重庆医疗保健旅游 SWOT 分析

毛兴维 秦荣廷

(重庆文理学院旅游学院, 重庆 402160)

【摘要】:随着人们生活水平的不断提高,近年来医疗保健旅游已成为国际旅游界的讨论话题。简单的观光、休闲、娱乐旅游已不能满足市场需求,将医疗保健与观光、休闲、娱乐相结合的旅游形式越来越受人们的喜爱。文章依据重庆有利的地理形式,丰富的医疗保健旅游等资源,运用 SWOT 分析重庆发展医疗保健旅游面临的机遇与挑战。形成一个较为合理的重庆医疗保健旅游市场开发方案,旨在促进重庆医疗保健旅游的良好发展。

【关键词】:医疗保健旅游;SWOT 分析;开发方案

【中图分类号】:F592.7 **【文献标识码】**:A **【文章编号】**:1672-3309(2013)10-41-03

DIO:10.3969/j.issn.1672-3309.2013.10.18

世界旅游组织将医疗保健旅游定义为是以旅游者医疗护理、疾病与健康、康复与修养为主题的旅游服务。重庆位于中国西南部、长江上游。西北部和中部以丘陵、低山为主。旅游资源丰富,开发潜能大。地质多为喀斯特地貌结构,因而溶洞、温泉、峡谷、关隘、原始森林等旅游资源丰富。同时作为最年轻的直辖市,医疗技术发展迅速,先后引进了世界上一流的治疗设备增强了重庆的医疗水平。三大国粹之一的中医中药,针灸、推拿、火罐等技术住入各个著名医院,深得人们的亲睐。运用 SWOT 方法,分析重庆医疗保健旅游而临的优势(Strengths)、劣势(Weaknesses)、机会(Opportunities)、威胁(Threats)。

一、重庆医疗保健旅游 SWOT 分析

(一)优势分析(Strengths)

1. 森林公园资源充沛。重庆森林覆盖率高达 37%,在西南地区排名第 4 位,独特的地理优势形成了红池坝森林公园、黄水森林公园、仙女山森林公园等二十多个森林公园。众多公园内开设休闲健身活动,如歌乐山森林公园的体育健身、茂云山国家森林公园的打靶体验、东山国家森林公园的公园滑草滑山道、草地保龄球等。森林公园景观优美,含有较多负氧离子,通过散步、慢跑、打太极等广泛接触森林环境的健身活动来达到疗养保健的目的,是旅游、度假、疗养、避暑的理想胜地。

2. 温泉旅游资源独特。重庆共有不同的地热水雾头 103 处,出水量 11.82 万 m³/d^[1]可以说重庆山山有热水,峡峡有温泉:温泉故里北温泉、抗战遗址南温泉、铜梁文化西温泉、天然桑拿东温泉、自然景观统景地震温泉、热矿泉天赐温泉。温泉水质主要是硫酸盐、氯化钠两种类型,泉水均含有碘、钙、硫等多种有益身体健康的微量元素,有利于皮肤病、神经衰弱、颈椎病的恢复;健身美容、热疗效果明显,具有独特的医疗保健效果。

3. 中医文化底蕴深厚。随着人们物质生活的提高,快节奏、高强度、高效率的现代化生活使辛劳疲乏的人们更加重视自己的自身保健。化学药物的毒副作用让历史悠久的中医中药,传统的“望、闻、问、切”的医疗手法,保健推拿、针灸、拔罐、重要熏蒸、刮痧深受人们青睐。越来越多的旅游者尝试以中医中药为主的旅游路线,在旅游过程中了解、学习医疗保健手法。

4. 生物资源十分丰富。重庆生物资源十分丰富，孑遗植物和珍稀植物极为丰富，属国家 1-3 级保护植物多达 50 种。^[2]重庆有“天然药库”之称，是中国的重要中草药产地之一，大面积的山区野生和人工培植中药材有 2000 多种。^[3]石柱黄连产量居全国第一，主导着全国的黄连市场；酉阳青蒿素含量居全国前列。重庆解放路、成都荷花池中药材专业市场君威西南重要的药材集散中心。

5. 现代医疗技术完善。重庆是中西部的重要医学研究中心，拥有第三军医大学和重庆医科大学 2 所规模宏大的医学类研究院校，在急救、心血管疾病、呼吸系统疾病、传染病防控等领域具有得天独厚的优势。重庆与瑞典在医疗、药品方面交流合作已久，随着重庆经济的不断发展，医疗设备和配套服务得到完善，医疗技术不断得到发展，是人们急病康复、保健疗养、美容健身的好选所。

(二) 弱势分析 (Weaknesses)

1. 重视程度不够。政府的支持鼓励，也是促进医疗保健旅游发展的重要因素。积极的旅游政策将推进旅游经营者采取各种措施满足市场需求，有效的提高扩张速度，减少资金投入，短时间内形成规模效益。我国的医疗保健旅游与马来西亚、韩国、新加坡、泰国、印度比起来，起步较晚，人们重视程度低。重庆更是没有以医疗保健旅游为主题的旅游路线，没有丰富的实践经验，不敢大胆的去开发现存的优秀医疗保健旅游资源。通过政府的宏观调控和宣传推广，医疗保健旅游将取得良好发展。

2. 自然资源为主。重庆虽然作为中西部重要的医学研究中心，但在现代医疗设施设备，医疗技术上与北京、上海、广东等发达城市相比还较为落后。重庆自然医疗保健旅游丰富，有美容、养身的五方十泉：温泉故里-北温泉、抗战遗址-南温泉、铜梁文化-西温泉、天然桑拿-东温泉、自然景观-统景地震温泉、热矿泉-天赐温泉，天然氧吧森林公园，中药材培植基地等。充分发挥以自然资源为依托，现代医疗技术为辅的医疗保健旅游。

3. 宣传力度不大。对于重庆，目前很多人还不了解甚至没有听说过医疗保健旅游，根据市场调查，他们普遍认为医疗保健旅游就是在参加旅游活动过程中所购买的保险。导致很多人对开发重庆医疗保健旅游市场持中立态度。通过电视、广播、报纸、杂志、户外广告、网络等来加大医疗保健旅游宣传，增加人们对医疗保健旅游的认识，取得人们认可，为形成良好的疗保健旅游市场打下基础。

4. 没有形成市场。重庆作为西南地区的工商业中心和各个接壤、毗邻的地区都有着经济、政治、商业、工业、文化等密切联系，形成了大规模、稳定的人员市场。但重庆并没有形成医疗保健旅游市场，只是在某些经济、医疗发展较好的地区，如北京、海南三亚、广西桂林、香港台湾等地区有所发展。^[4]重庆的多数观光休闲旅游、度假旅游、出差会议旅游中都有医疗保健活动如泡温泉、中药桑拿、足浴等，应逐步分解出来形成以医疗保健旅游为主题的专项旅游路线。

(三) 机会分析 (Opportunities)

1. 旅游黄金时期。随着《中华人民共和国旅游法》的颁布，人们的旅游权力得到进一步的保护，“十二五”的规划使重庆旅游面临着新的机会。重庆正着力壮大汽车摩托车、化工医药、建筑建材、食品、旅游五大支柱产业。政府把旅游业当作振兴全市经济的工作重点来抓，并给予优惠政策，为重庆医疗保健旅游发展铺平了道路，抓住机会实现有影响力的精品、名品旅游。

2. 健康意识增强。当今，随着人们思想素质的提高，高质量生活的追求，人们的保健意识不断提高，定期做一次全身体检已成了必要。更是有了登山、做早操、晨跑、练太极、跳“坝坝舞”的习惯。重庆大渡口区、渝北区、南岸区、北碚区都自发的组织了登山队，进行登山锻炼。永川 2012 年茶文化节更是举行了骑单车比赛，促进人们的健康意识。

3. 中医备受青睐。中医中药历史悠久，是我国的三大国粹之一。中医、中药、中国传统健身方法和中医新成就在世界上广

有影响，每年都有很多外国人和港澳台通宝来华就医、参观考察、洽谈中药材贸易。针灸、针刺麻醉、气功医疗、治疗脱发、学习太极拳等更是热门项目。^[5]根据国家中医药管理局的消息，浙江省中医院、浙江省立同德医院、杭州市中医院、丽水中医院、杭州胡庆堂等多家医院都先后接待了上千名来自加拿大、美国、瑞士、韩国、日本等地的旅客。

4. 休闲时间增多。闲暇时间是开展旅游活动的必须条件。随着国家政策的不断变化，人们的劳动时间缩短，闲暇时间越来越多，为人们外出旅游创造了时间上的有利机会。更多的人愿意利用假日时间进行旅游活动。医疗保健旅游作为一种新的旅游方式，与观光旅游、度假旅游、休闲娱乐旅游相比更具特色。比传统旅游方式更有个性，更多的旅游者愿意实践体验。

(四) 威胁分析 (Threats)

1. 竞争压力增强。医疗保健旅游作为一种特色旅游，仅在一些医疗技术完善，经济发达的国家、地区有所发展。随着重庆新型旅游资源的开发，带来良好的经济效益、社会效益、环境效益，使更多的旅游地开发此类旅游资源，强大的新竞争对手出现。随着竞争对手的不断增加，人们对旅游产品质量、服务态度要求更高，重庆的市场占有率逐渐下降。

2. 游客流量流失。更多的游客愿意选择风景名胜区、文化特色显著区、政治经济发达的地区作为旅游的首选目的地。北京、桂林、海南三亚等地的医疗保健旅游起步相对较早，已形成一定的市场效益。重庆作为后起者起步晚，没有实践经验，固不能取得人们的大力支持。往往更多的人会选择起步较早的北京、桂林、海南三亚等作为医疗保健旅游目的地选择，旅游者流量流失。

3. 资金难以回收。旅游是一个兴一业旺百业的产业。旅游产业的发展会促进一个国家、地区的经济发展，带动国民收入，产生良好的经济效益、社会效益、环境效益。但重庆医疗保健旅游处于开发阶段。在市场的投资建设，资源的开发利用上没有经验，资金投入大，长时间难以回收成本。处于开发阶段的旅游方式，只有喜欢挑战、开放型的游客敢于体验，吸引游客少。

4. 人群针对性强。旅游具有广泛性的特点，主要表现在品种的多样性，类型的复杂性，分布的多域性。医疗保健旅游作为一种新型旅游方式具有多样性、复杂性、针对性等特点。最能体现于人群的针对性，现在中、老年人更加注重医疗保健，大多数青年偏向于有挑战性、冒险性的旅游活动。应根据不同年龄、不同职业、不同收入水平、不同文化水平、不同家庭规模，设计出有针对性的重庆医疗保健旅游路线。

二、开发方案

通过对重庆旅游资源的优势、劣势，而面临的机会、威胁、分析，做出以下开发方案：

1. 特色资源开发。根据人们对疗养保健的逐步重视，抓住人们心理特征，针对潜在旅游资源状况、地理位置、可进入性程度等因素，选择有特色具有个性化的旅游资源进行开发，做到在开发过程中速度快、成本低，资源优化配置。开发同时借鉴起步早、经验足的北京、上海、西安等地开发经验，力求投入少、产出多，避免在开发过程中产生资源浪费，始终坚持可持续发展观念。

2. 独特旅游路线。重庆医疗保健旅游资源分布广，几乎每个县城、村镇都有可开发资源，深入了解人们对医疗保健旅游的认识深度、市场发展方向。选择最具代表性的资源作为行走线路。根据市场需求，对所开发资源进行设计，由不同的年龄、职业、收入，设计出有针对性的医疗保健旅游路线。如中药配置基地参观、中医院保健体验、天然无害温泉旅游等。

3. 新产品试营销。将开发所得的医疗保健旅游产品进行宣传，向旅游者进行推广，提高人们对将旅游与医疗保健相结合的旅游方式的认知，取得人们的认可，投入市场进行试营销。营销过程中选择消费潜力高、消费意识强的区域，这些区域具有一

定的带动作用。做到导入期销售额迅速起飞;成长期销售快速增长;成熟期产品渗透最大化;尽可能维持一定水平的销售额。同时进行问卷调查收集旅游者反馈信息。

4. 产品成果分析。根据初步营销成果,将旅游者的反馈信息,进行分析整理。得出旅游者对医疗保健旅游持有的态度,何为理想的医疗保健旅游方式等信息,提出改进对策。同时根据旅游者在旅游过程中遇到的问题,总结改善方案,得出优点、缺点,作为下一次旅游参考,不断提高旅游质量、完善旅游服务,满足客人需求。

5. 新产品新定位。根据对医疗保健旅游市场现面临的机遇、挑战,分析旅游者的喜爱程度、市场占有率、成本利润回收比例,明确目标重新定位医疗保健旅游价值。不断创新使医疗保健旅游产品更加个性化、标准化,在旅游者心目中加强和提高自己现在的定位,对竞争品重新定位。深度开发现存资源,形成医疗保健旅游精品、名品,扩大市场占有率。

三、结束语

旅游是一个高收入、带动性强、劳动密集型,跨地区、跨行业的综合性产业,它集“食、住、行、游、购、娱”为一体。发展医疗保健旅游可以促进市场繁荣和稳定,换取外汇、回笼货币,带动重庆的经济发展。带动医疗部门和中医疗养美身馆的发展,直接或间接的增加医疗人员就业机会。同时带动基础设施建设,例如饭店、住宿、交通,运输方面。满足广大人民日益增长的医疗文化要求,还能增加各个地方之间的医疗文化交流。增强人们对环境保护的认识,提高人们的医疗保健意识。

参考文献:

[1]谭见安.温泉旅游之科学[M].北京:中国建筑工业出版社,2011.

[2]方成武、王文全.中药资源学[M].北京:科学出版社,2005.

[3]何事忠.重庆:神秘三线魅力重庆[M].重庆:外文出版社,2005

[4]黄金琳、杨荣斌.我国医疗保健旅游产品开发初探[J].资源开发与市场,2009,(11).

[5]陈宏.医疗保健与旅游[J].旅游学刊,1989,(02).

[6]田广增.我国医疗保健旅游的发展研究[J].安阳师范学院学报,2008,(05).