

---

# 基于产业生态圈的大健康业态创新研究

## ——以贵州为例

樊秋<sup>1</sup>

(贵州大学管理学院, 贵州贵阳 550025)

**摘要:** 大健康产业是中国战略新兴产业, 不但影响我国全面小康战略目标的实现, 同时也蕴藏着巨大的商业机会。中国大健康产业总产值预估 2020 年将达到 8 万亿人民币, 是增长快速的新兴产业, 但其产业活力和可持续发展能力远远不足, 迫切需要产业发展的土壤和养分, 政府也应根据地区资源的优势构建大健康生态体系, 推动大健康产业业态的创新, 最终催生大健康产业生态圈进而实现健康良性发展。本文以贵州为例, 运用产业生态圈理论及产业业态理论, 结合贵州发展大健康产业的优劣势分析, 探析大健康产业的业态创新路径, 构建业态创新模型, 提出以融合贵州具有比较优势的制药业和生态农业、旅游业、服务业为主要路径, 引入并利用现代成熟技术, 在充分享受大健康产业扶持的政策红利及分析健康消费发展趋势及消费特征的前提下, 衍生或催生大健康业态的创新思路, 并最终得出发展传统中药文化观光养生旅游、有机中药材种植观光农业、有机食品生产加工、可穿戴健康设备制造、大健康消费综合体、老年自然康养服务、夏渡冬养长租公寓地产、健康数据管理咨询服务、专业化验及仪器检查中心、互联网家庭医生平台等新兴业态的建议。

**关键词:** 产业生态圈; 大健康产业; 业态创新; 产业业态

**中图分类号:** C939

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1000 - 5099(2019)06 - 0054 - 10

健康是人类永恒的话题, 贫穷、环境污染以及生活压力等因素引发更多的慢性疾病和精神疾病, 威胁人类健康。社会文明程度、经济发展程度、幸福关注程度与健康产业的市场需求成正比关系, 因此全球人类表现出空前强烈的健康产品需求。健康需求所催生的健康产业正在以前所未有的速度向前发展。并且由于人口结构变化、经济快速发展以及生命科学、信息技术的高速发展, 健康产业的边界日趋扩展, 形成跨越多个领域的大健康产业。世界发达国家大健康产业相对成熟, 其 GDP 贡献在 10% ~ 20% 之间, 被 Paul Zane Pilzer 在其著作《财富第五波》中认为是继上世纪微波炉、录像机、电脑和互联网之后的第五波财富浪潮, 在未来十年将为美国经济带来超过兆亿美元的市场商机。我国 2017 年统计大健康产业占全国 GDP 比值为 5.5%,<sup>[1]</sup> 可谓方兴未艾。随着政策和需求上推下拉, 国内各省市均将大健康产业发展放到重要战略位置, 并就产业可持续发展、产业效率、产业融合等问题展开了多层次研究。产业业态是大健康产业存在的形式, 业态的持续创新将激发产业活力, 保证大健康生态圈有机运转。现阶段中国健康产业发展多沿着传统思路, 以模仿为主的同质化竞争为主, 未能培育具有新兴产业特征的业态, 处于发展初期。本文将以贵州为例, 在尊重贵州的资源禀赋、经济基础、竞争优势的基础上研究大健康业态创新路径, 力求找到一条符合地方特点的业态创新路径, 为贵州大健康产业生态圈的完善及产业可持续发展提供依据, 提升贵州大健康产业竞争力。

---

<sup>1</sup>收稿日期: 2019 - 09 - 06

**基金项目:** 贵州大学文科研究一般项目资助 (GDYB2016015)。

**作者简介:** 樊秋, 女, 江西修水人, 副教授。研究方向: 创新管理、国际市场营销。

---

## 一、大健康产业及产业业态

### 1. 大健康产业

狭义的健康产业是为解决健康需求痛点而提供产品或服务的经营单位组成的产业，包括医院提供的诊断、治疗、康复等服务产业以及由此衍生的药品研发制造产业、医疗仪器及耗材研发制造产业。大健康中的“大”意味着宽泛的领域或模糊的边界，根据王颖的观点，大健康产业是涵盖从生命起源到死亡的全生命周期管理、从预防到康复的全价值链覆盖、从政府到社会及市场全方位关联的为解决人类健康问题而提供的产品或服务所形成的产业链条。<sup>[2]</sup>艾合坦木江·艾合买提引入商业生态圈概念描述大健康产业的全貌，即围绕个人或特定群体的生理、心理等各方面医疗健康需要，由政府、医疗健康服务需求者、医疗保健机构、医疗保健产品提供者、医疗保健金融组织、第三方服务中介及其他利益相关者组成，通过建设和借助某种价值平台，撬动和整合其他机构和组织的能力，以满足上述医疗保健需要为目的的相互作用、协同发展、价值共享的经济联合体。<sup>[3]</sup>笔者认为“大健康产业”是按照未病—病期—病后的逻辑针对所有人类健康需求的痛点或痒点而提供的一切修复健康、维持健康的相关产品、服务以及由此衍生的产品和服务在一种价值平台上共生共存共发展的产业集群。健康消费的痛点在于必须医疗或解决的各种已染疾病及老年身体机能退化问题；痒点在于亚健康的预防及治疗，按此逻辑笔者将大健康产业生态圈描述如图 1 所示。大健康生态圈是一个关联三大产业的开放的、不断接纳新物种的生态环境，圈内跨界碰撞将催生形成新业态以创造共同价值——即人类健康。目前，大健康生态圈已经沉淀了充足的营养，并催生了类似可穿戴医疗设备、手术机器人、看护机器人、基因测序疾病预防服务、大数据精准治疗等新兴产业。

### 2. 产业业态

业态一词源自于日本零售产业竞争、发展、创新的演变。根据黄炜的研究，19 世纪 60 年代，各国学者开始研究零售业态，并基本统一了划分不同零售业态的标准，即规模、选址、目标市场、商品组合、销售方式、盈利方式。<sup>[4]</sup>零售业态研究成果成为零售业商业决策的依据，催生出丰富的业态模式，例如会员制仓储式超市 Costco、便利店 7 - eleven、购物、娱乐、休闲一站式服务的万达广场 shopping mall；贫民偏好的 9 元店；富人们青睐的高级百货公司以及天猫、京东、唯品会等电子商务平台。根据伍业锋的研究，中国的政界和学界将“业态”一词从专指商业零售业经营形态引入到所有生产经营活动并创造了“产业业态”概念，虽已在农业、旅游业、文化业等多个产业得以应用，也涉及新产业诞生、创新、演变等多个方向研究，但是几乎停留于“业态”名词的引用，极少数文献对“产业业态”概念进行了阐述。<sup>[5]</sup>伍业锋认为“产业”是从事相同性质经济活动的所有单位的集合，回答“做什么”的问题，而“产业业态”正是这些单位具体运作内容、机制、形式和形态的总和，回答“如何做”的问题。

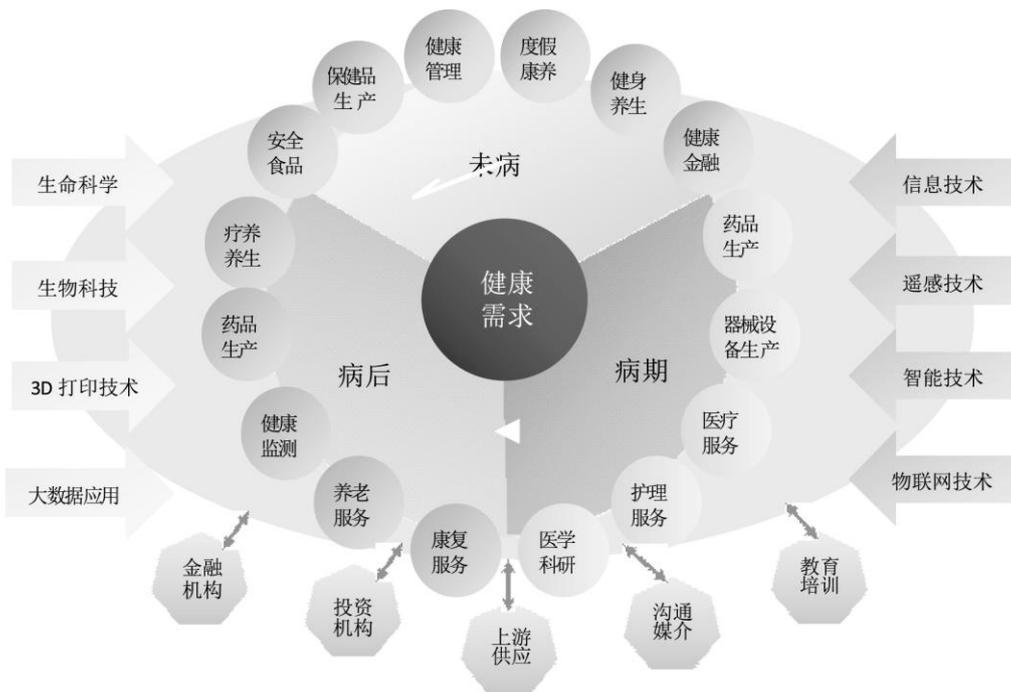


图1 大健康产业生态圈

我国自2000年后开始兴起产业业态的研究，2014年大健康产业业态的研究起步，其中1篇介绍大健康新业态——森林康养；<sup>[6]</sup>3篇涉及大健康产业业态，分别是孟涛的基因健康产业业态；<sup>[7]</sup>刘艳飞、王振的互联网+健康服务新业态；<sup>[8]</sup>阮梅花、刘晓、毛开云、于建荣的老龄健康产业业态。<sup>[9]</sup>以上研究仅限于借用“产业业态”名词，既没有明确的概念解释，也没有清晰的边界描述，关于大健康产业的业态划分及创新路径也未提及。笔者借鉴零售业业态的研究思路及成果，结合伍业锋对产业业态的定义，参考各产业领域业态思维的运用，认为“大健康产业业态”是为了激发产业融合、优化产业结构、催生新兴产业、满足市场需要，根据投资要素成本、经济、文化、人口、技术等宏观环境特征以及竞争状况、需求特点等微观环境特征将大健康产业再次细分的结果，是大健康生态圈健康发展的基础，是大健康产业的存在形式，表现为多种要素自由组合而成的某种经营形式，这些要素应该包括：目标市场、产品形态、组织形态盈利模式、核心竞争力。

### 3. 业态创新

随着产业业态概念及业态创新理念在国内的兴起，大量学者开始研究各产业如何利用业态创新优化产业结构，实现产业升级。其中从行业来看，旅游产业、文化产业、服务产业的研究偏多；从研究内容来看，以业态创新动力机制、业态演进及创新机制、业态创新路径、业态创新模式为主。张文建就旅游业态创新的模式总结了资源整合式、专业分化式、组织创新式、服务外包式、技术推动式、区域集中式、业务融合式以及俱乐部式等；<sup>[10]</sup>李凤亮、宗祖盼总结的文化产业业态创新模式包括：跨界融合型、科技引领型、版权衍生型、沉浸体验型；<sup>[11]</sup>沈建文总结新疆旅游新业态创新的路径可以从微观和宏观两个层面进行描述，其中微观路径包括模仿—吸收—创新、创新—扩散路径和跨界融合；宏观路径包括以点带面、培养新业态要素和相关配套产业及培育新业态发展的行政管理环境。<sup>[12]</sup>邓向阳、荆亚萍认为文化产业的新业态形成有商业运作、资本运作、组织管理、表征呈现、内容创意五种模式。<sup>[13]</sup>

目前以大健康产业为对象进行的业态创新文献甚少，刘艳飞、王振研究互联网+条件下健康服务业业态，他们认为健康服务业可由需求、技术、市场经济发展带来业态的创新变化，其中互联网、大数据、云计算、虚拟场景等新技术可开辟新市场需求而形成全新的健康服务业态；科技进步促进产业链分工整合，从传统医疗保健、医药器械中衍生和分化出新形态；技术融

合，线上线下融合以及不同产业之间的服务融合，促成局部形成新的业态模式。<sup>[14]</sup> 孟涛将商业模式和产业业态等同对待，认为基因健康产业发展要集中解决五个关键创新要素才能实现产业规模化发展的突破，其中包括商业模式及产业业态创新，但是未能展开讨论创新机制和创新路径。<sup>[7]</sup> 阮梅花、刘晓、毛开云、于建荣以老龄健康产业业态和服务模式为论题研究老龄健康产业，<sup>[9]</sup> 但文中未区分产业业态和服务模式概念，也未给出业态的定义和研究。

#### 4. 大健康产业业态创新的意义

任何产业由于内外部环境刺激将经历动态发展的生命周期，期间市场需求的拉动、科学技术的推动以及相关产业的融合都会推动业态创新。《“健康中国 2030”规划纲要》提出要发展健康产业，优化多元办医格局，催生更多健康新产业、新业态、新模式。研究大健康业态分类及创新的意义表现在三个方面：首先，业态是产业的雏形，在形成、演进的过程中接受市场检验，新业态也许因某个细分市场而登场，从低级向高级的演进将推动大健康产业结构优化和产业升级，顺应了我国供给侧结构性改革的要求；其次，与健康产业密切相关的生物或生命科学等基础研究成果需要以服务或产品形态实现价值，所以各学科或产业领域之间需要以整合出来的新业态作为载体，不断催生创新成果，实现产业 1+1 大于 2 的网络价值，推动各产业良性发展；再者，健康产业的边界越来越模糊，业态创新是不断挖掘现有产业优势，满足市场需求，实现健康产业对国家经济贡献的重要手段。国家卫计委规划与信息司司长侯岩也曾表示，我国在培育一些健康产业新业态方面应该更加积极努力，促进健康与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品等融合发展，推动健康产业发展既有“为”又有“序”。可见大健康产业的可持续发展离不开业态的创新培育。

## 二、国内外大健康产业发展现状

### 1. 美国

美国健康产业起步于 19 世纪 60 年代。在医疗系统效率低下，医疗服务供不应求的背景之下，一波创新者开创新河，利用资本的力量将医疗服务推向市场，酝酿了辉煌的健康产业，同时也催生了丰富的健康新业态，从此大健康产业高歌猛进，成为仅次于制造业、服务业、金融保险业、房地产的第五大产业，也是近年增速最快的产业。据统计，2018 年美国健康产业占 GDP 的比重为 17.6%，预测到 2020 年健康产业将占到美国经济的 25%。<sup>[15]</sup>

美国的健康产业生态完善，其中包括医院的医疗服务、社区保健服务、药品及医疗器械产品、健康风险管理、长期护理等组成部分。田纳西州的纳什维尔集群模式对大健康产业发展具有深刻影响，据侯韵、李国平研究，1968 年美国托马斯博士等人在纳什维尔地区创办美国医院有限公司（HCA: Hospital Cooperation of America），收购大量濒临倒闭的医院之后，利用规模经济和产业化思路进行管理，在 80 年代成为全美最大的医疗机构之一。随后 HCA 大量高管辞职创业，他们围绕 HCA 在上游、下游创办企业，提供服务，形成巨大网络效应，并催生了丰富的大健康业态，吸引全国各地的大量涉及健康产品或服务的企业迁入，最终使得纳什维尔成为世界知名的健康产业中心，分布着包括健康管理及咨询、医疗保险、健康产品制造、零售药房等近 2 900 家健康相关企业以及来自 HCA 自身研发部门、高等教育机构及相关科研机构所提供的研发力量。<sup>[16]</sup>

### 2. 日本

日本健康产业的发展由国内人口结构变化、经济发展以及政府健康战略部署三大内因推动。首先，日本在 20 世纪 70 年代人口呈现 15% 的老龄化增长速度，<sup>[17]</sup> 它的老龄化和生育率逐年下滑导致国家养老及医疗负担日益加重；社会消费结构也发生了明显变化，有效刺激了健康产业的发展；其次，日本二战后经济高速发展，生活水平得以改善；消费支付能力也明显提升，最终形成日益膨胀的健康消费市场，引发全国健康产业的快速发展；再者，日本政府积极响应以上经济刺激信号，将医疗和健康产业定位为经济增长战略的新的重心，并且连续推出相应政策扶持并激励相关企业的转型或衍生。日本健康产业增加值占 GDP 比重已超过 10%，<sup>[15]</sup> 预计 2020 年日本大健康产业规模将达到 7 711 亿美元，占其 GDP 比重提高到 11.3%，<sup>[2]</sup> 2016 年日本健康

产业的企业数量及雇佣人数仅次于批发零售业和制造业，成为日本重要支柱产业。<sup>[17]</sup>

日本从国家产业格局调整着手应对大健康市场的快速增长，首先培育医疗、保健、看护等健康服务新业态，具体行动方案包括从高校到社会培训机构开设与健康服务相关的专业和培训课程，奠定了健康服务业态的劳动力基础。据统计，到 2015 年日本医师从业人数 21.5 万，看护师突破 78.7 万，<sup>[17]</sup> 为日本解决了养老保障、就业推动、社会和谐等诸多问题。其次推动食品药品工业、药品工业、日化工业、旅游业、零售业、医疗服务业的跨界融合，形成包括无添加化妆品、保健品、电子旅游小商品、旅游药店零售业态等新业态的大健康生态圈。再者，日本利用旅游业优势、医疗服务业优势吸引国外客户，不但培育跨国体检旅游服务、疗养服务等新业态，同时还为业态创新及发展创造客户基础。最后，日本着力加大医疗器械及药品的出口力度，使得大健康生态链中最不可复制的核心产业除了带动生态健康运转，同时也发挥了直接经济价值。

### 3. 中国

中国是世界上人口最大的国家，老龄化日趋显著，生活习惯、健康意识、医疗服务水平等原因引发的健康问题犹如双刃剑。一方面构成庞大的健康市场，按照计算公式：市场规模= f(人口基数、购买欲望、购买能力)。中国的 14 亿人口规模、健康需求痛点和痒点，加上人均 GDP 显著提升，构成了巨大的且正在成长的健康市场空间，最终将成为拉动产业发展的主动力。根据预测，2020 年大健康产业比重从现有 5.5% 提升至 10%，产值突破 8 万亿，2030 年翻一番达到 16 万亿。<sup>[1]</sup> 虽与 GDP 贡献已经接近 20% 的美国相比仍处于起步阶段，也不足日本、德国等发达国家的二分之一，但却是我国现阶段维持经济向好发展的重要机会。另一方面健康问题造成社会和国家极大的负担，成为 2020 全面小康战略目标实现的阻力。为此我国 2012 年 8 月公布《健康中国 2020 战略研究报告》，制定了截至 2020 年我国主要健康及相关指标基本达到中等发达国家水平；提高卫生服务可及性和公平性；健全医疗保障制度，减少居民疾病经济风险；控制危险因素，遏止、扭转和减少慢性病的蔓延和健康危害；依靠科技进步，适应医学模式的转变，实现重点前移、转化整合战略；发展健康产业，满足多层次、多样化卫生服务需求等目标。2016 年 10 月 25 日国务院印发并实施《健康中国 2030 规划纲要》，成为之后 15 年推进健康中国建设的行动纲领。规划中要求中国的建设要坚持健康优先、改革创新、科学发展、公平公正的原则，以提高人民健康水平为核心，以体制机制改革创新为动力，从广泛的健康影响因素入手，以普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业为重点，把健康融入所有政策，全方位、全周期保障人民健康，大幅提高健康水平，显著改善健康公平。党的十九大报告中习总书记提出围绕着每一个人的衣食住行和生老病死进行全面呵护的大健康理念，即加强预防，不生病、少生病；有病能医、医病便捷；吃得放心、吃得营养，吃得健康；老有所依、老有所养以及生活环境的安全健康。《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》中提出了健康服务业的发展目标是到 2020 年基本建立覆盖全生命周期、内涵丰富、结构合理的健康服务体系，打造一批优秀的健康服务产业集群，将健康服务业规模发展到 8 万亿并成为推动经济社会持续发展的重要力量。

大健康产业一片大好形势下全国已有 24 个省、自治区、直辖市陆续推出促进健康服务业发展专项文件，各省市也积极探索、实践产业业态创新、商业模式创新并涌现出不少集群化发展模式。

由上文可见，美国以企业 HCA 为引擎激活大健康产业并催生新业态，在纳什维尔地区构建了影响世界的大健康生态圈；日本以政府为主导，利用食品药品工业、日化工业、旅游业、医疗设备制造业等成熟业态的优势，通过将健康产业与多个产业的融合，不但促进业态创新，也实现了各产业价值的提升，既解决国内就业及社会保障问题又提升国际竞争力；中国也以政府主导制定政策，构建大健康产业集群，培育大健康新业态，构建了健康的产业格局。并且，各省市已迫不及待地通过挖掘区位优势、人力资源优势以及已沉淀经济规模优势布局健康产业，抢占先机。但未来 16 万亿的产业规模意味着激烈的竞争，无论地方政府还是地方企业都应该提升市场洞察力、技术敏感度、资源整合思路以及业态创新意识，通过发挥地区优势、探索模式创新、把握业态变化，培育出适应时代、适应市场的大健康产业生态。

## 三、贵州大健康产业的业态创新

## 1. 贵州发展大健康产业的 SWOT 分析

贵州地处西南东部，毗邻云南、四川、广西、湖南四省，具有平均 1 100 米海拔的喀斯特地貌特点，生态及气候环境良好。贵州因西部高铁交通枢纽的定位，县县通高速公路的基础设施完善而获得了前所未有的发展机遇。图 2 利用 SWOT 工具分析了贵州发展大健康产业的机遇、威胁、优势及劣势。贵州气候、生态、交通基础设施等优势在全国范围不可替代，却也存在着人才匮乏、创新不足等多数中、西部地区共性的劣势，意味着贵州以大健康产业作为战略发展重点有区域竞争性。

以上分析的结论是：贵州的大健康产业机会多于风险，劣势具有西南共性，优势不可替代，面对各省市该产业竞争压力，如能做到战略差异化、业态丰富化、定位精准化，也有条件立足于本省，放眼于全国，争取发展到全球市场覆盖。

<p><b>89 家规模以上医药企业</b>                  全国第三的中药种植业规模                  生态完好、<b>55.3%</b>的森林覆盖率                  气候宜人、宜于居住                  高铁交通、高速交通全线打通                  拥有丰富的大健康服务劳动力资源                  较早的大数据产业布局及数据资源整合能力</p>	<p><b>医药创新研发能力薄弱</b>                  支撑产业的高校及科研平台匮乏                  高水平人力资源匮乏                  大健康产业链过短                  大健康产业集聚程度偏低</p>
<p>大健康市场快速增长                  十三五期间产业结构调整                  多彩贵州 爽爽贵阳的品牌效应                  中央在全面小康决胜期间给予贵州的政策倾斜及各种支持                  东部及南方毗邻省份的生活方式转变                  高新技术快速发展及普及</p>	<p><b>世界知名企业竞争威胁</b>                  国内成功园区及企业的竞争威胁                  模式陈旧及资金短缺的风险                  健康产品安全监控风险                  医患纠纷等风险</p>

图 2 贵州发展大健康产业的 SWOT 分析

贵州省十二届人大四次会议代省长所作的《政府工作报告》已经明确指出：“十三五”时期是贵州实现弯道取直、后发赶超的最关键时期，完成了大健康医药养生基地、无公害绿色有机农产品供应基地、世界知名山地旅游目的地等与大健康发展紧密关联的新型产业规划。2018 年 7 月贵州省大健康医药产业发展领导小组印发《贵州省大健康产业发展新一轮六项行动计划（2018 ~ 2020）》，也提出进一步推进大健康产业发展，着力构建涵盖以“医”为支撑的健康医药医疗产业，以“养”为支撑的健康养老产业，以“健”为支撑的健康运动产业，以“管”为支撑的健康管理产业，以“游”为支撑的健康旅游产业，以“食”为支撑的健康药食材产业的大健康全产业链，深入推进大健康与大扶贫、大数据、大生态、大旅游的融合发展。贵州过去若干年沉淀的产业基础大多属于淘汰行列，经济贡献基数也非常低，但是十二五期间通过发展思路创新，不但挖掘了全球经济热点，大数据产业，还实现了与时俱进、变废为宝的华丽转身。生态农业、生态旅游、大数据产业等产业的先行实践不但为大健康产业积累了可观的潜在市场，也在全国范围产生良好的品牌效应，是贵州大健康产业发展的宝贵经验和信心来源，也是作为全球新兴产业的大健康产业突破原有发展瓶颈、创新发展的重要资源。

## 2. 贵州大健康产业业态创新路径

贵州与发达国家或北上广发达地区相比，医疗科技研发、生物制药研发、诊断治疗硬件和软件方面处于绝对劣势地位，健康产业的业态创新需要发挥政府及企业的协同效应，探索扬长避短的便捷路径。同为业态创新主体，政府坚持产业发展信心，正确制定政策，营造健康生态；企业是大健康产业的造血细胞，分裂、催生、培育新业态的主力。按照刘婷的研究，新业态有三种生成方式：第一，产业价值链垂直分离形成新业态，例如从大而全的巨型企业中分离出来的会计师事务所、律师事务所、数据分析公司等新型服务业态；<sup>[18]</sup>第二，新技术融合原有产业形成新业态，例如互联网技术、遥感技术、数字技术融合交通运输业形成的现代物流业；第三，消费需求刺激企业经营方式变革形成新业态，例如消费者对便利、性价比等要求而催生的电子商务业态。麻学锋、张世兵认为旅游业与其它产业融合能加快旅游业新业态的创新，其可选路径为：资源融合、技术融合、市场融合以及功能融合。<sup>[19]</sup>李晓琴认为低碳旅游业创新途径就是加快旅游业内部及与第一、第二、第三产业融合。<sup>[20]</sup>结合以上研究成果以及大健康产业特征，笔者总结其业态创新路径如图3。其中产业链垂直分离路径有赖于健康产业自身发展规模及产业生态健康状况，在国家鼓励创新创业背景及高质量人力资源供给加大的背景下，是以政府或事业单位为创新主体的一种业态创新路径。健康消费需求量的持续增长以及个性化发展现状也鼓励了源源不断的潜在进入者加入大健康产业生态圈，作为一种创新主体的企业组织，为了占领补缺市场或领先发展，选择的差异化发展战略也是新业态培育的引擎。所以以满足目标市场的需求为出发点，以创造价值为商业模式核心的企业组织在良性发展的过程中就推动了新业态形成。贵州最大的劣势是：工业基础薄弱、高科技人才不足，结合健康需求开展的知识创新及技术创新成果远不如其他一、二线城市，因此高技术融合实现健康业态创新的路径并不一定顺利，除非以良好的大健康生态环境吸引到更多的技术项目及人才落地，所以现阶段最快、最靠谱的技术融合应该是大数据。贵州生态及气候等自然资源具有独特不可替代性，西南地区交通枢纽的区位优势，连续突破的高速公路及高铁铁路建设现状都将支撑大扶贫、大生态、大数据三大战略行动执行以及大健康、大旅游融合发展目标。贵州的十三五规划提出的两大战略七大体系要求各产业之间相互支持、齐步发展，这为各产业跨界融合创造了难得的条件，是大健康业态创新的最佳路径。充分发挥好业态创新的催化作用，我们的传统制药行业、高端旅游产业、生态农业、大数据产业都将受益其中。

贵州具有不可复制的生态和气候资源以及具有先发优势的大数据产业资源，所以贵州发展大健康产业应该从前文勾勒的大健康生态圈中按照全生命流程找准全国范围“未病”及“病后”阶段的人群着手构建新兴业态，以新业态的活力带动全产业链发展。结合贵州资源条件及经济基础，笔者认为以贵州具有比较优势产业以及正在重点发展的产业融合为主要路径，引入并利用现代成熟技术，充分享受政府有关扶持大健康产业的政策红利，高度重视健康消费发展趋势及消费特征，是贵州实现大健康业态创新的最佳路径。

以上业态均具备贵州优势资源利用和大健康产业培育的价值，具体表现如下：

首先，文化观光旅游业态或观光农业业态均依赖贵州生态资源优势，以老年人群旅游刚性需求为动力，通过整合种植农业、中药制造业、旅游业、传统文化产业创新的业态。这种业态提供服务型产品形态，但也通过现场体验和有机药材及食品的价值将目标消费群的消费延伸至贵州农产品及贵州有机食品。

其次，贵州是三线建设老基地，有着老工业优良资源，在向高端制造转型发力的时代背景下可选择将贵州工业资源和大健康产业布局融合，利用可获取的遥感技术、信息技术，在健康服务引流的支持下构建可穿戴健康设备制造业态，保证大健康生态圈业态多样，为今后贵州的高端制造奠定基础。

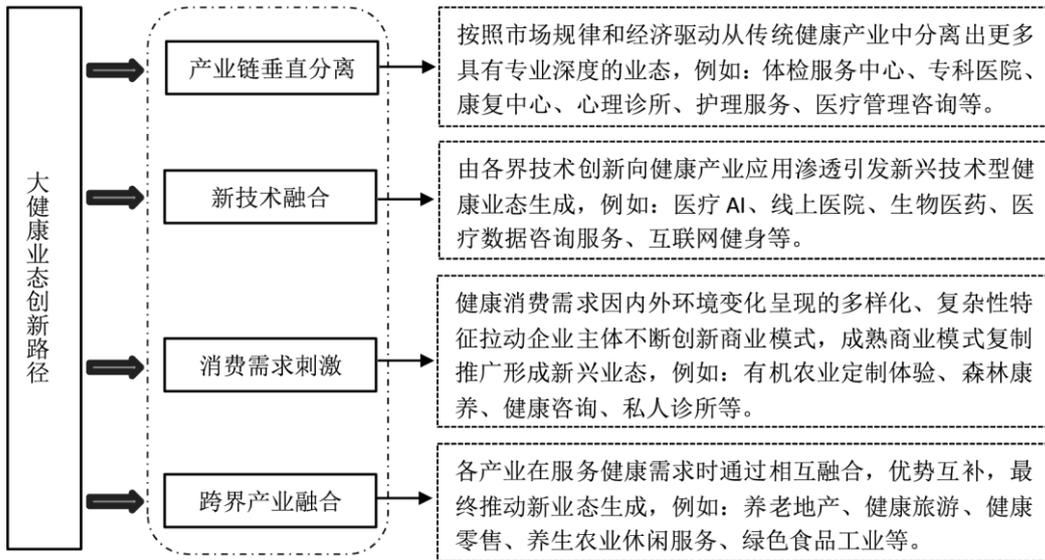


图3 大健康产业业态创新路径图

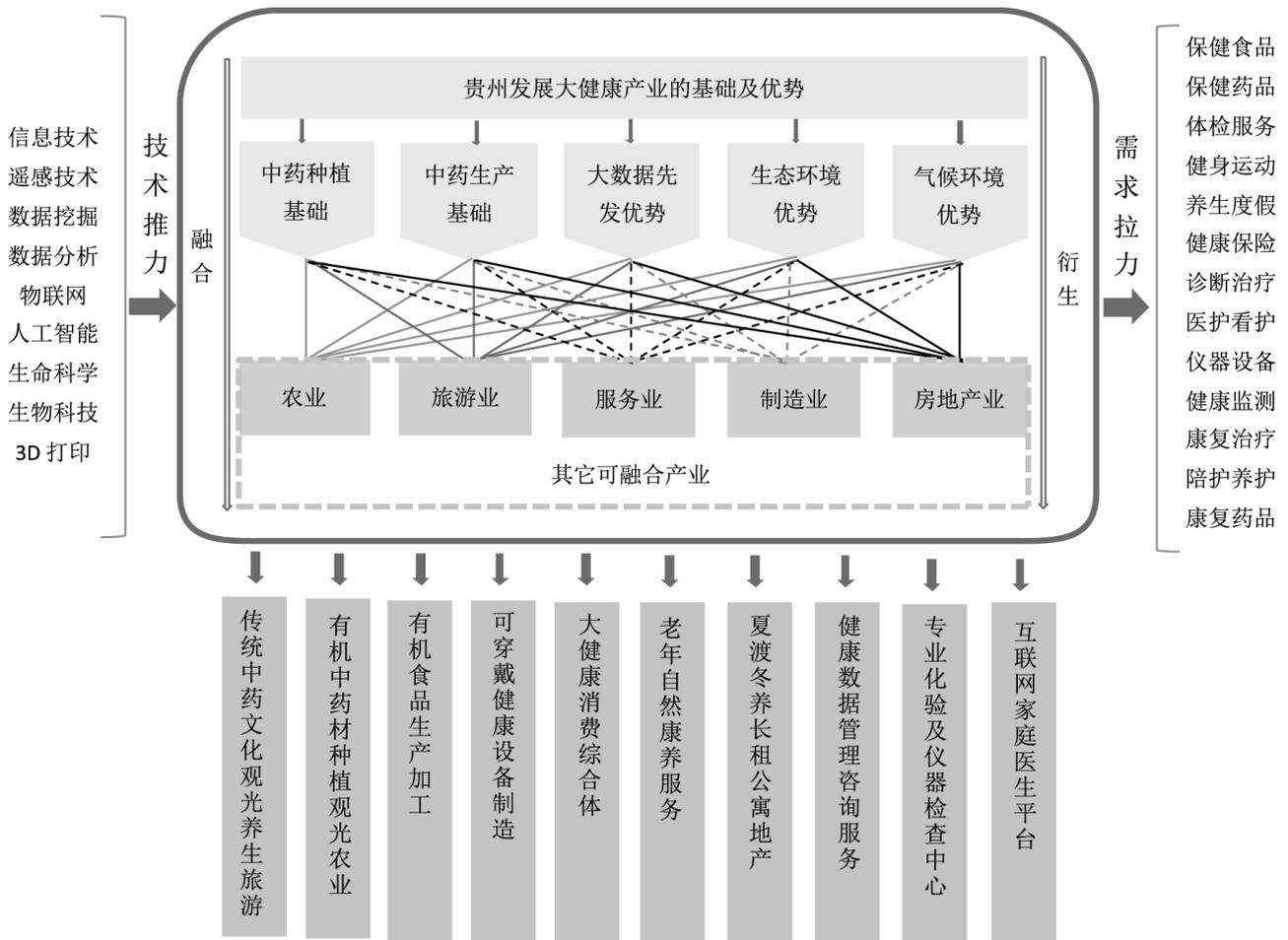


图4 贵州省大健康产业新业态生成图

第三，养老健康市场是大健康生态圈中增长最稳定，规模最大的市场，老年人生活方式的改变、高铁经济的带动使得贵州的气候资源成为周边火炉省市老少追捧的避暑旅游消费目的地，所以贵州一定要构建好老年自然康养服务业态。这种业态具有中短期养老、度假服务功能，让老人在假期中享受健康检查及健康监测，在健康服务享受的同时收获旅游和社交的价值。作为业态经营企业盈利来源包括吃住收益、健康数据、社群经济效应以及老年健康产品或服务延伸收益。当然，房地产业也可与此融合，由地产商打造长租公寓。如遇候鸟式老人，可将公寓按季节划分，春夏针对省外老人提供避暑、养生服务；秋冬针对省内老人提供康养、托管服务，同样可从养老服务、健康数据、社群效应、地产增值及后续延伸需求中产生收益。

第四，结合当下医疗资源稀缺、医疗道德败坏、医患关系紧张的背景，也可利用现有互联网信息技术和资本市场化机会将医疗组织按照专业化分工进行新业态衍生。专业的化验及仪器检查中心和互联网家庭医生平台是将大医院检、诊、治拆分，垂直分解形成新业态，不但提高医疗效率、满足治病需求，同时有利于实现医疗供给侧改革目的。

最后，贵州在大数据产业部署上具有先发优势，与大健康产业的融合既实现大数据产业链的夯实，也有利于将健康旅游业态导入的消费者资源进行二次开发，对推进贵州大健康生态圈发展具有深远意义。健康数据咨询服务业态将包含健康数据导入、清洗、分析业态链，催生为大健康产业服务的各类服务、商业、投资机构。

贵州省大健康产业集群发展必须走特色之路，通过现有资源的挖掘利用，培养大健康服务为主的业态竞争力，形成消费流量，并利用不可复制特点和集群效应带动业态创新，吸引高技术含量业态，建立一个定位清晰，生态循环的大健康产业生态圈。

#### 参考文献：

- [1] 刘国恩. 未来五年健康服务业将迎黄金期 [N]. 光明日报, 2016 - 07 - 30.
- [2] 王颖. 大健康产业支撑下一波经济浪潮 [J]. 高科技与产业化, 2014(12) : 34.
- [3] 艾合坦木江·艾合买提. “互联网+”趋势下大健康生态圈商业模式探析 [J]. 合作经济与科技, 2015(9) : 20.
- [4] 黄炜. 旅游演艺业态创新驱动因素扎根研究 [D]. 天津: 南开大学, 2012.
- [5] 伍业锋. 产业业态: 始自零售业态的理论演进 [J], 产经评论, 2013(3) : 27.
- [6] 孙抱朴. 森林康养—大健康产业的新业态 [J]. 商业文化月刊, 2015(22) : 82.
- [7] 孟涛. 基于全生命周期的基因健康产此此态分析 [J]. 第八届中国生物产业大会—基因科学与人类健康产业发展论坛, 2014: 20.
- [8] 刘艳飞, 王振. “互联网+”条件下健康服务业新业态研究 [J]. 改革与战略, 2016(11) : 151.
- [9] 阮梅花, 刘晓, 毛开云, 等. 老龄健康产业业态和服务模式 [J]. 竞争情报, 2017, 13(3) : 13.
- [10] 张文建. 当代旅游业态理论及创新问题探析 [J]. 商业经济与管理, 2010(4) : 91.
- [11] 李凤亮, 宗祖盼. 经济新常态背景下文化业态创新战略 [J]. 北京大学学报(哲学社会科学版), 2017, 54(1) : 133.

- 
- [12] 沈建文. 新疆旅游新业态的创新研究 [J]. 新疆财经, 2018( 1) : 12.
- [13] 邓向阳, 荆亚萍. 中国文化产业新业态创新模式及其发展策略 [J]. 中国出版, 2015( 16) : 78.
- [14] 刘艳飞, 王振. “互联网+”条件下健康服务业新业态研究 [J]. 改革与战略, 2016, 32( 11) : 151.
- [15] 程承坪, 吴琛. 健康战略下发达国家发展养老健康产业借鉴研究—以美国、德国、日本为例 [J]. 当代经济管理, 2018, 40( 3) : 83.
- [16] 侯韵, 李国平. 健康产业群发展的国际经验及对中国的启示 [J]. 世界地理研究, 2016, 25( 6) : 109.
- [17] 陈志恒, 丁小宸. 日本健康产业发展的动因与影响分析 [J]. 现代日本经济, 2018( 4) : 45.
- [18] 刘婷. 现代服务业业态生成及创新机制——基于对消费者行为认知分析 [D]. 南京: 南京财经大学, 2016.
- [19] 麻学锋, 张世兵. 旅游产业融合路径分析 [J]. 经济地理, 2010( 4) : 678 — 680.
- [20] 李晓琴. 基于“产业融合”理论的低碳旅游业态创新路径研究 [J]. 西南民族大学学报人文社科版, 2016( 2) : 126.