

赣南康养产业发展现状及提升路径的调查研究

——基于消费者康养意愿的实证分析

谭凯淋¹ 韩靖轩²

1. 江西师范大学商学院, 中国·江西 南昌 330022

2. 江西师范大学财政金融学院, 中国·江西 南昌 330022

【摘要】近年来, 康养产业作为一个朝阳产业, 拥抱着“健康中国”战略下行业领域的“新蓝海”, 在发展前期也不可避免地出现了一系列问题。因此, “十四五”时期赣南地区如何破解康养产业存在的问题, 构建特色鲜明的赣南康养生态系统, 赋予新时代中国健康养老事业新动能, 这是值得深入思考的问题。本文以赣南地区为例, 结合因子分析和多元有序logistic回归模型方法, 研究影响赣南地区消费者康养行为选择与康养意愿的显著因素, 旨在为赣南地区如何充分利用自身优势抓住机遇快速发展康养产业提供可行性建议。

【关键词】健康中国; 康养产业; 康养意愿; 影响因素

1 引言

在“健康中国”战略背景下, 如何有效的发展康养产业以解决人口老龄化困境、促进产业振兴、助推乡村振兴尤为重要。2020年6月, 江西省政府出台了《关于支持赣州打造对接融入粤港澳大湾区桥头堡若干政策措施》政策文件, 明确提出把赣州建设成大湾区康养休闲旅游胜地, 打造健康养老产业对接粤港澳大湾区的“桥头堡”。近年来, 赣州市整合生态资源优势, 紧紧围绕“打造全国知名的养生养老示范基地”总目标和“善孝苏区·康养赣南”的健康养老品牌, 积极推进建设医养结合的养老服务体系, 成绩斐然。赣州市十四五规划中也指出建设全国知名的康养基地, 加快发展森林康养、旅游康养、温泉康养等业态, 建设康养综合体。毋庸置疑, 康养产业的发展不仅需要政府的引导、企业的支持, 作为康养产业目标群体的消费者, 了解其对康养的需求, 提高其参与度显得尤为重要。

2 文献综述

学术界在研究影响消费者康养意愿选择和发展前景等方面形成多种看法, 但主要的还是集中在以下两个方面:

2.1 康养旅游

国内诸多学者对于康养旅游的研究大多局限于宏观层面, 对于微观个体的研究相对较少, 仅少部分学者进行研究。于国斌等进行了森林康养旅游者的偏好动机和诉求分析; 吴章文通过森林康养旅游资源、森林康养旅游对人体健康进行了实证研究; 李鹏等指出康养旅游隶属于健康旅游, 我国城市的康养旅游产业需要聚焦于居民健康需求, 开发康养旅游产品。

2.2 康养意愿

国内不少学者对游客消费意愿进行了相关研究。卢素兰等研究发现越注重身体健康状况、年龄越大的、受教育程度越高的、职业越稳定越清闲的人更愿意选择森林康养旅游; 吴棋等研究了长沙居民发现年龄较大、收入越多, 工作或学习压力越大的游客对森林康养旅游意愿越强, 且康养产品费用越高, 游客越不愿意参与康养旅游; 秦明达等通过计划理论研究森林康养消费需求的影响机制, 发现居民对康养发展越看好, 空余时间越多, 收入越高, 康养产品越具有区域特色, 对进行康养活动的行为越便捷, 就越愿意参与森林康养旅游。

综上所述, 目前文献较少涉及基于康养微观层面的消费者意愿调查: 关于消费者意愿的研究大多集中在康养旅游意愿上, 康养体验度和潜在康养观念研究目前还比较欠缺。因此, 在上述研究奠定的良好基础上, 本文将深入了解赣南地区消费者的基本情况, 从研究康养体验度和潜在康养观念方面探索消费者意愿影响因素, 进而填补学术界在康养微观层面研究的空白。

3 赣南地区康养产业现状与消费者意愿分析

本次调查以赣南地区各年龄阶段的消费者作为调查对象, 调查主体为赣南地区居民, 以消费者康养意愿为切入点, 通过问卷调查来获取数据, 调查赣南地区消费者康养需求偏好, 探索康养行为选择影响因素和康养意愿影响因素, 以期为赣南地区康养产业发展探明方向指引。

3.1 数据收集

在2023年2月至2023年3月期间对赣南地区开展了正式调研, 调研对象为赣南地区居民。本次调查总共回收178份问

卷，去除无效的问卷（非调研地区消费者问卷），最终有效问卷176份，有效率为98.20%。

3.2 康养产业覆盖情况

在对赣南地区消费者进行调查时，在现有的样本中，只有60人所在的居住提供了康养服务，44人所在地没有提供康养方面的服务，还有72人不太清楚是否提供了康养服务。由此可见，赣南地区的康养产业正处于初创阶段，并未得到普及。

3.3 消费者康养意愿度

根据调查可知受访者不愿意进行康养方面活动，认为“康养”是有钱人的生活与自己无关的有41人，约占23.30%；有些心动，满足新事物的好奇心的有77人，约占43.75%；非常愿意，认为康养可以享受健康养生养老的“一站式”服务的有58人，约占32.95%。超七成受访者愿意进行康养方面活动。随着人们生活水平不断提高，越来越多人注重身体健康，越来越多人愿意进行康养方面活动，为赣南康养产业发展提供了较多潜在消费者。

4 赣南地区消费者康养选择影响因素分析

4.1 信度和效度分析

1. 信度分析

表4-1 信度分析结果

克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
.935	.936	11

信度作为一种检测方法，是指各变量的一致性和稳定性是通过量表来测量，得到的结果就是检测到的信度。当Cronbach's系数高时说明信度很好，系数低时说明信度不好。由表4-1结果可知，本研究的量表Cronbach's信度系数为0.935高于0.8，表明问卷调查结果的信度较高，该问卷设置的题项具有较高的可靠性。

2. 效度分析

表4-2 KMO检验和Bartlett球形检验表

KMO 取样适切性量数。		.897
巴特利特球形检验	近似卡方	835.881
	自由度	55
	显著性	.000

检验所取变量和样本是否可以因子分析。如表4-2所示KMO值为0.897大于0.6，我们认为，所取变量和样本适合因子分析，Bartlett球形检验中得出P值为0小于0.05拒绝原假设，认为是所取数据适合进行因子分析。

4.2 描述性统计分析

表4-3 描述性统计分析表

	最小值	最大值	平均值	方差	偏度	峰度
地理位置	1	5	3.71	0.934	-0.512	0.211

消费成本	1	5	4	1.098	-0.678	-0.572
康养效果	1	5	4.08	1.112	-0.669	-0.748
管理服务水平	1	5	3.9	1.206	-0.665	-0.354
产品功能特色	1	5	3.74	1.333	-0.444	-0.825
生态环境有待改善	1	5	3.5	0.801	-0.266	0.063
基础设施供应不足	1	5	3.52	1.036	-0.181	-0.844
产业结构不够健全	1	5	3.71	0.973	-0.57	0.126
康养专业人才匮乏	1	5	3.77	1.18	-0.55	-0.428
相关资金投入不足	1	5	3.71	0.856	-0.672	0.672
政策法规相对滞后	1	5	3.62	0.963	-0.062	-0.741

由表4-3 可知11个变量的得分平均值都位于中等偏上3-4分之间，说明受访者对这些影响因素都很在意，要对这些影响因素做好相关改善和改进。

4.3 因子分析

1. 确定因子个数

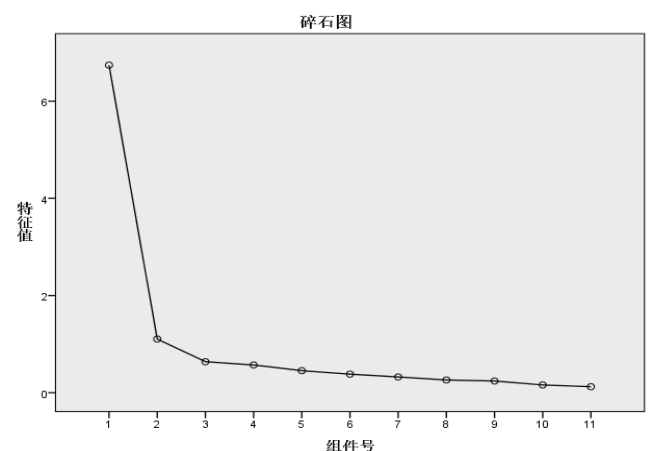


图4-1 碎石图

由碎石图横坐标为变量数，纵坐标为特征值，基于特征值大于1来确定因子个数，由图4-1可知有两个特征值大于1，所以提取两个因子。

由解释的总方差图表可知共提取了两个因子，第一个特征值为4.051，可以解释11个变量的36.832%，第二个特征值为3.794，可以解释11个变量的34.495%，这两个因子的累计贡献率为71.326%，这两个因子能够充分解释赣南发展康养产业影响因素的共性和差异性。

2. 确定因子线性表达式

由表4-5得出影响消费者对于赣南康养选择的因素指标

体系线性表达式:

表4-4 旋转后的因子载荷图

	成分	
	1	2
地理位置	.772	.264
消费成本	.749	.374
康养效果	.786	.322
管理服务水平	.852	.242
产品功能特色	.678	.459
生态环境有待改善	.739	-.371
基础设施供应不足（交通、医疗等）	.765	-.433
产业结构不够健全	.799	-.339
康养专业人才匮乏	.846	-.209
相关资金投入不足	.861	-.191
政策法规相对滞后	.745	-.049
提取方法：主成分分析法。		
a. 提取了 2 个成分。		

再进一步我们得出因子得分系数:

表4-5 因子得分系数矩阵表

	成分	
	1	2
地理位置	-.082	.252
消费成本	-.153	.321
康养效果	-.117	.291
管理服务水平	-.060	.246
产品功能特色	-.214	.370
生态环境有待改善	.311	-.167
基础设施供应不足（交通、医疗等）	.353	-.205
产业结构不够健全	.298	-.140
康养专业人才匮乏	.222	-.050
相关资金投入不足	.212	-.037
政策法规相对滞后	.110	.044
提取方法：主成分分析法。 旋转方法：凯撒正态化最大方差法。		

依据表4-6因子得分系数矩阵，我们计算出的因子得分系数矩阵线性表达式如下：

表4-6 因子得分系数矩阵

$$F_1 = \begin{bmatrix} \text{地理位置} \\ \text{消费成本} \\ \text{康养效果} \\ \text{管理服务水平} \\ \text{产品功能特色} \\ \text{生态环境有待改善} \\ \text{基础设施供应不足} \\ \text{产业结构不够健全} \\ \text{康养专业人才匮乏} \\ \text{相关资金投入不足} \\ \text{政策法规相对滞后} \end{bmatrix} \times \begin{Bmatrix} -0.082 \\ -0.153 \\ -0.117 \\ -0.060 \\ -0.214 \\ 0.311 \\ 0.353 \\ 0.298 \\ 0.222 \\ 0.212 \\ 0.110 \end{Bmatrix}$$

$$F_2 = \begin{bmatrix} \text{地理位置} \\ \text{消费成本} \\ \text{康养效果} \\ \text{管理服务水平} \\ \text{产品功能特色} \\ \text{生态环境有待改善} \\ \text{基础设施供应不足} \\ \text{产业结构不够健全} \\ \text{康养专业人才匮乏} \\ \text{相关资金投入不足} \\ \text{政策法规相对滞后} \end{bmatrix} \times \begin{Bmatrix} 0.252 \\ 0.321 \\ 0.291 \\ 0.246 \\ 0.370 \\ -0.167 \\ -0.205 \\ -0.140 \\ -0.050 \\ -0.037 \\ 0.044 \end{Bmatrix}$$

通过因子得分系数矩阵线性表达式和因子得分系数矩阵我们可以看出，居民对于公共因子F1基础设施供应不足（交通、医疗等）、生态环境有待改善这两个困扰因素权重相对较大，因此命名“机制设计”因子，而对于公共因子F2的产品功能特色、消费成本这两个因素影响居民康养选择的权重相对较高，因此我们命名F2为“功能价位”因子。相关部门和投资商要给予这两方面的重视，推进生态环境保护和完善康养配套基础设施，同时也要针对康养服务的功能特质，依据地理位置的区位特色优势，根据不同康养群体的价格接受程度制定合理的价格体系，满足居民多层次和差异化的康养需求。

5 结论与建议

5.1 结论

通过调查与统计分析，得出以下结论。

1. 康养产业发展存在较大阻力

调查分析发现, 康养产业在赣南地区没有得到足够宣传, 居民认知程度普遍较低。这也反映了赣南地区康养产业正处于初创阶段, 相对而言, 赣南地区居民对康养缺乏认识也是有客观原因的。同时, 本文利用李克特量表从价格因素等11个变量对赣南地区消费者康养选择影响因素进行了因子分析, 结果表明在康养特质方面对产品功能特色、消费成本在意度最大, 对于赣南康养不足方面则认为基础设施供应不足(交通、医疗等)、生态环境有待改善最具困扰性, 且康养选择考虑因素与困扰性因素存在较强的相关关系。

2. 赣南地区康养产业发展潜力巨大

从对康养意愿调查分析得, 76.7%的被调查者愿意和非常愿意进行康养方面的活动, 可见, 大家对进行康养方面的活动意愿很高。同时在康养产业展望分析雷达图中, 被调查者对赣南康养产业发展主要以比较看好和态度一般为主, 赣南地区发展康养产业存在一定的潜力。同时, 健康中国、十四五规划作为中国的战略布局, 对于赣南地区的康养产业发展也提供了无限的上升空间。

5. 2建议

1. 整合康养资源, 打造特色康养产业集群

资源丰富是支撑康养产业可持续发展的重要因素之一, 赣南地区要因地制宜, 充分利用毗邻粤港澳大湾区的地理位置优势, 加强与周边地区的交流合作, 促进资源共享, 实现互惠互利, 不断完善赣南地区康养产业发展体系, 形成赣南产业圈。同时, 针对不同消费能力水平的客户实行适配原则, 通过差异化原则打造各具特色的康养功能区, 充分利用各地区独特资源要素, 多元化规划康养服务带, 开发特色康养产品, 以满足各类人群的康养需求, 形成良性发展的康养产业集群。

2. 完善康养配套设施, 提高综合服务质量

政府要挖掘一批赣南康养产业服务的专业人才, 建立有效的专业人才培养机制, 快速提升赣南地区整体康养医疗服务水平, 为赣南地区康养产业发展提供技术支持。一方

面要重视专业化康养服务人才的培养, 大力培育康养服务方面的“新型职业农民”的同时, 引进一批医药类院士、国医大师、全国名中医等领军人才, 通过引进和培养加速中医药康养类人才的聚合速度, 发展赣南“康养+中医药”模式, 为消费者提供更加优质的康养服务。另一方面, 要提升从业人员能力素质, 强化工作人员服务意识, 从沟通交流技能、专业技能等方面按时开展业务培训, 通过技能比赛来检验学习效果, 并采取“优胜劣汰”的上岗制度增强从业人员的危机感与紧迫感。

3. 加强康养宣传力度

赣南地区消费者康养意愿影响因素中, 消费者康养认知显著正向影响消费者康养意愿, 大多数消费者都比较认同康养观念, 但由于康养认知水平较低, 所以赣南地区要把康养产业的宣传推广做到位, 提高公众康养认知度。首先要充分利用互联网新媒体技术, 多角度、多时空、多维度营销等渠道, 并利用消费者之间自发性口碑传播效应放大传播效应, 形成趋于消费者认同的营销闭环系统, 实现赣南康养品牌的闭环营销, 让更多的人参与到赣南地区发展康养产业的建设队伍中。

参考文献:

- [1] 沈睿. 江苏森林康养基地的游客消费意愿及其影响因素研究[D]. 南京林业大学, 2020.
- [2] 森林康养旅游研究及开发探析[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2016, 29(5): 25-27.
- [3] 朱舒欣, 何双玉, 胡菲菲, 陈倩倩, 邱权, 苏艳, 何茜, 李吉跃. 森林康养旅游意愿及其影响因素研究——以广州市为例[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2020, 14(03): 113-120.
- [4] 吴棋, 徐琴, 郑贵军. 长沙居民森林康养生态服务认知与消费意愿调查[J]. 现代经济信息, 2018(11): 480-481.
- [5] 王政, 杨霞. 森林康养空间分布特征及其影响因素研究——以四川森林康养基地为例. [J] 林业资源管理. 2021, 30(4): 436-427.