

设计服务赋能宜春地区生态康养产品的创新路径研究

欧文达

南昌理工学院, 中国·江西 南昌 330044

【摘要】在健康中国战略与江西省文旅融合背景下,生态康养已成为区域产业升级的重要方向。宜春拥有富硒温泉、樟树中医药、禅宗文化等稀缺资源,具备发展生态康养的天然优势。当前康养产品普遍存在同质化严重、文化辨识度低、服务体验不足、数字化程度不高等问题。本文以设计服务理论为支撑,选取宜春生态康养产品为研究对象,构建“文化—科技—服务”三位一体创新路径。研究表明,设计服务可深挖在地文化、优化服务体验、推动资源价值转化,助力打造区域特色康养品牌,并从政府、高校、企业层面提出实施策略,为赣西康养产业提质增效提供参考。

【关键词】设计服务;生态康养;智慧康养

【基金项目】宜春市社会科学研究“十四五”一般项目“设计服务赋能宜春地区生态康养产品的创新路径研究”(项目编号:25SK272)。

伴随国内人口老龄化加速与全民健康消费升级,生态康养已成为文旅与民生融合发展的重要赛道。党的二十大明确提出推进健康中国建设,倡导绿色健康生活方式。江西省立足生态优势,全力打造全省生态康养高地,宜春市凭借“中国宜居城市”“世界温泉健康名镇”名片,依托明月山生态林区、温汤富硒温泉、樟树中医药产业集群等核心资源,大力布局生态、温泉、森林、中医药多元康养业态,产业发展初具规模。

当前宜春生态康养仍处于粗放式发展阶段,多数项目停留在观光住宿、简单理疗的浅层开发,产品创意不足,地域文化融入形式化,缺乏系统化服务流程与智慧化场景打造,难以满足高品质、沉浸式、个性化的康养消费需求。

设计服务作为统筹用户需求、地域资源、文化内涵与数字技术的创新媒介,广泛应用于文旅融合、乡村振兴等领域,其全流程用户体验、场景营造与业态整合的特点,能够突破传统康养产业局限。将设计服务思维全面融入宜春生态康养产品研发、场景打造、服务运营与品牌传播,可推动传统业态向文化体验型、数字智慧型、全域服务型转型升级。

基于此,本文立足宜春资源禀赋与产业困境,探究设计服务赋能生态康养产品创新路径,推动生态、文化与设计资源深度融合,助力宜春打造区域性特色生态康养产业标杆。

1 设计服务与生态康养产业的理论基础

1.1 设计服务理论内涵

设计服务是以用户真实需求为核心,整合产品造型、

空间场景、视觉品牌、数字交互及全流程服务优化的系统化创新体系,核心是跳出单一外观设计局限,聚焦用户全生命周期体验,实现从功能供给向情感体验、精神康养与价值认同的升级。其核心原则包括五大维度:坚持用户中心,匹配不同群体康养诉求;注重系统协同,打通产业业态壁垒;强化场景体验,打造沉浸式在地康养场景;凸显情感价值,赋予产品人文内涵;坚守绿色可持续,契合生态康养发展理念。在生态康养领域,设计服务广泛覆盖文创开发、空间营造、智慧交互系统搭建、服务流程优化及品牌视觉塑造等实践场景。

1.2 生态康养产业的发展特征

生态康养产业是以优质自然生态为基底,以健康养生、休闲疗愈为核心,融合生态旅游、中医理疗、休闲旅居等多元业态的复合型新兴产业,核心特征有四:一是生态资源强依附性,优质森林、温泉等环境是产业发展的核心根基;二是消费体验主导性,体验感成为康养消费的核心决策因素;三是地域文化融合性,深挖本土文化是打造产品差异化竞争力的关键;四是数字智慧化趋势,大数据监测、AI指导、VR体验等数字化业态已成为行业主流。

1.3 设计服务与生态康养融合的内在逻辑

二者具备高度适配性与协同空间,可实现双向赋能。其一,通过设计服务塑造统一地域康养品牌,破解品牌杂乱难题;其二,以服务设计重构全流程服务,提升游客体验与满意度;其三,借助创意设计转化在地文化,让文化资源成为可体验、可消费的康养产品;其四,以数字设计赋

能智慧场景搭建,提升产业数字化运营与精准服务能力;其五,通过跨界设计推动文旅、中医药等多产业联动,完善康养全产业链布局。

2 宜春生态康养产业发展现状分析

2.1 宜春生态康养核心资源优势

宜春发展生态康养产业具备得天独厚的资源禀赋:一是富硒温泉资源稀缺独特,温汤镇天然富硒温泉水质优良、富含微量元素,是温泉康养的核心王牌资源;二是全域生态基底优越,市域内森林覆盖率高,明月山、铜鼓等区域生态优良、空气质量佳,适合发展森林康养与户外疗愈;三是中医药文化底蕴深厚,樟树千年药都的炮制、药膳、理疗产业,为宜春中医药康养提供坚实支撑;四是多元文旅资源协同赋能,禅宗文化、红色文旅、乡村休闲资源丰富,可与康养业态跨界融合,构建多元产品体系。

2.2 宜春生态康养产业现存突出问题

当前宜春生态康养产业仍存在诸多突出问题:一是产品同质化严重,多数康养项目照搬成熟模式,未结合富硒、禅宗等本土特色创意设计,缺乏核心辨识度;二是沉浸式服务缺失,经营主体多秉持传统旅游思维,仅提供基础食宿与简单理疗,未搭建全流程系统化康养服务;三是品牌传播薄弱,无统一区域品牌视觉体系与宣传IP,营销形式单一,品牌影响力有限;四是数字化建设滞后,多数中小型康养基地未搭建智慧平台,缺乏数字化服务功能;五是跨产业协同不足,设计、文旅、中医药等行业联动薄弱,难以形成全域康养发展格局。

3 设计服务赋能宜春生态康养产品的创新路径

3.1 文化赋能:深挖在地文脉,打造地域特色康养品牌

深入挖掘宜春温汤富硒温泉、明月山禅宗禅修、樟树中医药养生及本土民俗养生四大核心文化内核,提取简约化、可视化、年轻化的文化设计符号,广泛应用于康养空间装饰、文创产品开发、导视系统及宣传物料设计,摆脱通用化康养设计套路,凸显地域文化辨识度。依托现有康养基地进行场景升级,打造禅意静心庭院、中医药养生体验馆、富硒温泉文化体验区、森林禅修步道等特色空间,将静态文化展示转化为动态沉浸式体验,让游客在康养旅居过程中深度感知本土养生文化内涵。统筹设计全域生态康养专属品牌LOGO、标准色彩、视觉插画及宣传标语,统一规范全市康养景区、民宿、场馆的视觉形象,整合零散康养业态,塑造整

体性、高辨识度的赣西生态康养区域品牌。

3.2 科技赋能:布局数字场景,搭建智慧生态康养体系

整合宜春各大康养基地、温泉景区、中医药养生馆及森林康养营地资源,打造一站式线上智慧康养综合服务平台,集成康养线路智能规划、项目在线预约、游客健康数据建档、个性化康养方案推送等核心功能,实现康养服务精准化匹配。依托数字交互设计技术,开发VR明月山森林静心疗愈、AR富硒温泉文化实景讲解、虚拟中医药养生课堂等数字化体验内容,打破线下康养体验的时空限制,丰富体验形式,吸引年轻消费群体参与。依托短视频、社交文旅等平台,打造宜春生态康养专属传播账号,以场景化实拍、康养生活纪实、本土养生知识科普等形式开展精准营销,借助数字流量扩大产业知名度与市场影响力。

3.3 服务赋能:优化流程体系,完善全域康养服务链条

依托服务设计理念,围绕游客康养出行前、出行中、旅居体验、康养调理、返程后健康跟踪全流程,优化康养咨询、行程接待、体验服务、健康测评、售后回访等全链条流程,剔除冗余环节,提升服务的精细化与人性化水平。聚焦中老年核心康养群体需求,优化康养园区无障碍设施、大字智能导视系统、简易化智能设备操作界面,同时兼顾青少年亲子康养、青年轻养生等全龄段需求,打造全龄友好型康养服务场景。打通政府、康养企业、中医药机构、地方高校、乡村集体经济之间的合作渠道,整合政策、产业、人才、场地等各类资源,形成多方联动、共建共享的生态康养产业协同发展新格局,推动康养服务提质增效。

4 设计服务赋能康养产业典型案例借鉴

4.1 浙江莫干山乡村民宿康养发展模式

莫干山依托优质乡村生态资源,以乡村美学设计、在地乡土文化融入、精细化旅居服务设计为核心发展思路,摒弃同质化民宿开发模式,依托创意设计打造特色乡土康养旅居场景,搭建慢生活沉浸式康养服务体系,成功实现乡村生态资源向高端旅居康养产业价值转化,其在地文化场景营造、精细化服务设计思路为宜春乡村康养业态发展提供重要参考。

4.2 日本箱根温泉康养服务发展体系

日本箱根依托温泉核心资源,建立标准化、精细化温泉康养服务流程,深度融合本土养生文化与温泉理疗业态,

同时布局全域智慧旅游康养服务系统, 实现温泉康养产业规范化、品牌化、国际化发展, 其标准化康养服务搭建、康养业态精细化运营模式, 为宜春富硒温泉康养产业提质升级提供实践经验。

4.3 本土对标案例: 宜春明月山禅意森林康养实践

明月山景区依托山林生态资源与禅宗文化底蕴, 打造禅修静心、森林徒步、山林休闲为主的轻康养业态, 通过禅意景观设计、林间休闲空间营造初步形成本土特色康养场景, 但目前依旧存在服务体系不完善、创意康养产品偏少、数字化体验不足等问题, 后续可依托设计服务补齐产业发展短板, 放大本土康养资源优势。

4.4 案例发展启示

综合国内外康养产业成熟发展经验, 结合宜春本土产业现状得出发展启示: 第一, 康养产业发展必须坚守本土文化内核, 以特色文化设计塑造核心竞争力; 第二, 精细化、人性化服务设计是提升康养消费口碑的关键; 第三, 加快数字智慧场景布局是康养产业顺应时代发展的必然趋势; 第四, 必须立足本土资源量力而行, 打造适配宜春市场消费水平与消费需求的特色康养业态, 杜绝盲目照搬外地成熟模式。

5 设计服务赋能宜春生态康养产业实施策略

5.1 政府层面: 强化政策引领, 统筹产业整体布局

地方文旅、卫健、农业等相关职能部门联合出台康养产业扶持政策, 设立康养创意设计专项扶持资金, 鼓励设计机构、文创企业参与康养产品研发与场景升级, 统筹规划全市康养产业空间布局, 规范行业发展标准, 推动市域生态康养区域公共品牌建设, 为产业发展提供政策与资金保障。

5.2 高校层面: 深化产学研融合, 培育康养复合型人才

以南昌理工学院等地方高校为依托, 整合艺术设计、数字媒体、健康管理等相关专业资源, 组建生态康养设计创新研究团队, 搭建校企合作实践平台, 面向本地康养企业开展产品设计、空间改造、智慧康养系统研发等实战项目, 定向培养兼具设计能力、康养认知与文旅运营能力的复合型人才, 为区域康养产业发展输送专业力量。

5.3 企业层面: 转变经营思维, 深耕特色康养业态

康养经营企业摒弃传统文旅经营模式, 重视创意设计与服务体验升级, 主动联动设计团队推进康养产品迭代、服

务流程优化及线上智慧康养服务搭建, 立足自身资源优势深耕细分赛道, 打造小众化、特色化、精品化康养产品, 破解同质化难题, 提升市场核心竞争力。

5.4 社会层面: 普及科学康养理念, 培育本土康养消费市场

通过线下社区宣传、线上新媒体科普等多元形式, 面向本地居民与外来游客普及生态养生、中医调理、森林疗愈等科学康养知识, 逐步培育全民常态化康养消费习惯, 持续激活本土康养消费市场活力, 为宜春生态康养产业长效稳定发展筑牢群众基础。

6 结论

在全民康养消费热潮与文旅深度融合背景下, 依托优质生态资源发展生态康养产业, 是宜春优化产业结构、激活经济新动能的重要路径。当前宜春虽拥有得天独厚的康养资源优势, 但仍面临产品同质化、文化融入浅层化、服务体系碎片化、数字化滞后等发展困境。

本文以设计服务理论为根基, 结合宜春地域特色与产业实际, 构建“文化—科技—服务”三位一体的康养产品创新路径, 明确具体实施方向, 结合典型案例总结经验, 并从政府、高校、企业、社会四大维度制定落地保障策略。

设计服务介入康养产业, 核心是通过系统化设计整合资源、重构场景、优化服务、塑造品牌, 推动生态与文化资源转化为产业和市场优势。未来宜春需深化设计与康养业态融合, 优化智慧康养体系, 深挖本土文化内涵, 全力打造具有赣西特色、全国影响力的生态康养产业示范区。

参考文献:

- [1] 刘珊, 丁熊. 服务设计[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2023.
- [2] 王受之. 世界现代设计史[M]. 北京: 中国青年出版社, 2015.
- [3] 刘海龙. 文旅融合背景下康养产业发展研究[J]. 旅游学刊, 2023(5).
- [4] 黄国平. 服务设计驱动下的文创产业创新研究[J]. 包装工程, 2023(12).

作者简介:

欧文达, 男, 内蒙古赤峰人, 副教授, 研究方向: 设计服务、生态康养设计。