

黑龙江省中医药文化传播路径与发展策略研究

——以中医药花海及特色小镇为例

谷 昕

黑龙江中医药大学 黑龙江哈尔滨

【摘要】 中医药文化传播路径多样，各自极具鲜明的特色。其中，中医药花海及特色小镇是一个以中医药养生文化为特色，提供各类中医药服务，具有养生、休闲、旅游等多元化功能的养生文化传播产业聚集地。经济新常态下中医药花海及特色小镇是传播中医药文化的有效路径之一，是促进中医药特色产业提升的新载体，也是链接城乡中医药文化资源开发和利用的有效平台。

【关键词】 中医药；文化传播；策略

【收稿日期】 2025 年 10 月 15 日 **【出刊日期】** 2025 年 11 月 19 日 **【DOI】** 10.12208/j.ijmd.20250090

Research on the communication paths and development strategies of traditional Chinese medicine culture in Heilongjiang province—taking traditional Chinese medicine flower seas and characteristic towns as examples

Xin Gu

Heilongjiang University of Traditional Chinese Medicine, Harbin, Heilongjiang

【Abstract】 There are various communication paths for Traditional Chinese Medicine (TCM) culture, each with distinct characteristics. Among them, TCM flower seas and characteristic towns are gathering places for health-preserving cultural communication industries. They feature TCM health-preserving culture, provide various TCM services, and have diversified functions such as health preservation, leisure and tourism. Under the new economic normal, TCM flower seas and characteristic towns are one of the effective paths to spread TCM culture, a new carrier to promote the upgrading of TCM characteristic industries, and an effective platform to link the development and utilization of urban and rural TCM cultural resources.

【Keywords】 Chinese medicine; Cultural communication; Tactics

建设中医药花海和中医药特色小镇对传承黑土地中医药文化，打造特色中医药品牌，推动中医药融入黑龙江省经济社会发展全局进行战略规划，发挥中医药在服务经济社会、转变经济发展方式、推动经济发展中的都具有积极重要作用。

1 中医药花海及特色小镇发展存在的问题

近年来，黑龙江省委、省政府深入实施国家“健康中国”战略，确立了加快打造全省中医药千亿元产业目标，连续出台一系列扶持政策和推进举措。发展中医药花海及特色小镇这类特色产业，秉承创

新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，可以充分发挥中医药在养生、旅游、文化等方面的特色优势，充分利用中医药作为独特的卫生资源、具有巨大潜力的经济资源、鲜明原创性的科技资源，可传承的优质文化资源和重要的生态资源的优势，这使得各地政府和各类生产经营主体的积极性也随之空前高涨，从而，使得中医药产业的发展呈现了前所未有的良好态势。中医药迎来了重要的发展时期，同时，也给中医药花海及特色小镇带来了更大的建设契机。但其品牌建设过程中仍存在一些问題。

(1) 在中医药花海及特色小镇建设中特色体现不鲜明, 多为重复性建设且同质化现象也较为严重

我国的中医药花海和特色小镇建设起步较晚, 最早的花海项目也不足 20 年。国内许多中医药花海及特色小镇多以宣传中医药传统文化、中医药养生、度假旅游等为主要建设内容, 虽然噱头很足, 但实际上附加值低, 同质化现象较严重。黑龙江省的中医药花海和特色小镇建设发展较晚, 建设仍停留在模仿抄袭阶段, 仍然以旅游观光型为主, 其表现在中医药花卉品种单一和旅游产品的雷同。对于品牌建设在“第一、唯一、专一”方面的研究不够深入。中医药花海及特色小镇的建设工作没有法规和政策依据, 缺乏符合当地发展实际和特色的各项发展策略。不能结合各地区的城镇所具备的中医药地域特色、中医药生态特色、中医药文化特色不同等因素, 开发建设模式未能充分挖掘的中医药花海及特色小镇的中医药地域、生态、文化特色, 低估甚至忽视其实际的中医药文化价值内核, 使中医药花海及特色小镇在建设和发展的过程中出现发展动力不足、市场竞争能力较弱等情况。

(2) 中医药花海及特色小镇未能形成产业链的全面覆盖, 缺乏集聚效应

对于市场变化和经济发展空间规律的变化, 目前还没有科学系统的研究。我省的中医药花海及特色小镇大多只注重与产业相关内容在数量上的聚集。在宣传中虽然体现了新业态等主题概念, 但仍然没有形成具有核心价值的产业空间载体, 导致中药产业链的多功能集合无法实现。

(3) 中医药花海及特色小镇发展建设中对于医药文化的宣传力度不够, 公众对于中医药的认识及参与度不高、吸引力不强

中医药花海及特色小镇的建设本质是对传统中医特色风貌的挖掘与延续的过程。随着其的快速发展, 因其对中医药文化宣传力度不够, 导致公众中医药花海及特色小镇的缺少认识, 且参与较少, 导致中医药花海和特色小镇吸引力不强。发展中医药花海及特色小镇, 缺少对地区中医药文化特质的提炼上, 尚未对中医药文化特质进行深度挖掘。

2 中医药花海及特色小镇发展策略

(1) 开发“可看、可走、可吃、可住、可体验、可带”的具有黑龙江地方中医药文化特色的中医药花海及特色小镇项目

中医药特色文化在中医药花海及特色小镇中应该是鲜活而又具体的, 是内在精神与外部形象的统一, 是中医药花海及特色小镇生态战略选择、产业形态等多方面的综合性、系统性地表现。如中医药文化要更加深层次地融入中医药花海及特色小镇中, 可以通过具有中医药传统文化风格的建筑、中医药文化故事等内容去营造整体空间的体验感, 用多种形式转化为具有中医药特色鲜明的地标和空间。同时, 规划好中医药花海及特色小镇的功能板块也是非常重要的, 提供“可看、可走、可吃、可住、可体验、可带”的龙江特色中医药文化内容, 提升中医药服务质量, 如: 通过优选适宜的中医药种植品种给公众带来更多的视觉享受及特色的中医药养生体验, 设置中药园、中医药文化展示馆, 中医药药膳中心等, 这样才能形成更为合理的中医药花海及特色小镇产业布局, 其创造性转化效果才能得以展现。

(2) 打造产品附加值较高, 价值链较长的可持续、高质量发展的绿色中医药产业

整合中医药医疗优势资源、养生保健特色资源、生态绿色资源, 建设中医药花海及特色小镇, 是促进黑龙江省旅游业的优化升级的重要途径。实现产业振兴是中医药取得更大发展的基础所在, 创新融合发展是关键所在, 未来想要实现中医药价值的不断提升, 就迫切需要打通中医药产业链, 从而做强创新链, 最终价值链得以提升。拥有原创优势、绿色生态、产业链长且促进公众消费作用明显是中医药花海及特色小镇产业的鲜明特点。对于中医药花海及特色小镇而言, 从种植中药材、到加工中成药, 中药的研发与生产, 再到中医药大健康产业独具特色的业态、产品和服务, 这些都可以融入其发展建设中去, 为经济发展和扩大市场消费提供了新的机遇。中医药可以从第一产业的种植业到第二产业的中药加工与制造再到第三产业的中医健康服务业的协同共进, 这充分体现中医药产业链长、辐射广, 可以全产业链发展的特点。伴随着中医药花海及特色小镇这样的中医药健康、养生、旅游等服务新业态的不断涌现, 中医药技术服务也在不断地创新, 其所涉及更为丰富的产品种类, 对中药资源的可持续利用及高质量发展, 带动中医药相关支撑产业的发展和中药全产业链提质增效起到积极的促进作用。

(3) 以中医药传统文化为基础, 中医药精神传承为导向, 利用互联网构建动态化品牌形象

品牌形象是继承品牌文化的前提,中医药花海及特色小镇特色产品的品牌形象建设,必须首先继承其品牌文化,尤其是要深入挖掘地域性中药文化的特征。在打造中医药花海及特色小镇的品牌形象时,应在挖掘其特色地域文化的基础上,使品牌真正体现中医药花海及特色小镇的独特性、认可度和内在价值,使品牌形象加鲜活。同时,在细分定位后建立的品牌文化的基础上,形成了更符合新时代龙江特色和新发展理念的品牌形象。同时,中医药花海及特色小镇的视觉图像识别系统和特色品牌应在互联网上动态宣传和发展。为了有效地传达中医药花海及特色小镇独特的“象征意义”和独特标识,可以通过文字,图表和其他具有中医药文化特定含义的符号表示来实现,并用于构建视觉图像识别系统。在构建中医药花海及特色小镇的品牌形识别系统时,在基于传统中医药文化的同时融入更多的现代感,使得公众能够形成更为强烈的视觉冲击,使中医药花海及特色小镇的品牌形象更加生动和深入人心,如中医药文化要更加深层次地融入中医药花海及特色小镇中,可以通过具有中医药传统文化风格的建筑、中医药文化故事等内容去营造整体空间的体验感,用多种形式转化为具有中医药特色鲜明的地标和空间。同时,规划好中医药花海及特色小镇的功能板块也是更重要的,提供龙江特色中医药养生产品与服务,进而形成更为合理的龙江中医药养生产业布局,这样才能真正实现龙江中医药文化产业的创造性转化。使用互联网来宣传和推广传统中医药花海及特色小镇,需侧重于从各种新媒体承载的中医药文化符号所构建的虚拟形象,对具有中医药特色的符号或标志图形在自媒体上进行全方位、立体化以及动态化的传播,不要仅囿于传统的基本形象塑造上。需通过网络自媒体等各种宣传载体加大宣传推进力度,让公众认识到中医药花海及特色小镇是到处散发着浓浓的“药味”,弥漫着淡淡的“药香”的好去处。

(4) 提升中医药花海及特色小镇品牌建设发展质量,加大品牌创新投入

地理资源禀赋中医药花海及特色小镇发展的重要基础之一,因此,应明确地理资源禀赋的重要作用,做好黑龙江特色地理中药资源的保护和开发,用独特地域资源提升中医药花海及特色小镇品牌的价值。地域独有的先天禀赋会对中药材的选种及培育质量等都有重要的影响。优质的地理资源禀赋能有效保证品牌创新投入源源不断地转换为品牌价值,中医药花海

及特色小镇在发展过程中应紧密联系市场,重视中药品种培育工作,在绿色无污染的自然条件下加强育种选种方面的技术创新应用,符合消费者需求的高净值、道地中药材品种,进而打造特色中医药品牌,提升品牌价值。品牌创新是品牌价值的关键,应依靠技术和相应的中医药类产品研发创新,不断提升产品和服务质量的精良程度,满足消费者对高品质中医药服务及相关产品的需求的同时,也能在市场竞争中提升自身的品牌影响力。政府推进对品牌创新的积极性具有促进作用。政府应引导其将品牌创新纳入自身经营体系,同时充分发挥自身宏观调控作用,在投资力度、资源配置和政策导向方面向创新。

参考文献

- [1] 吴慧珍,陈红霞,傅海珍,等.留学生中药文化传播路径的创新与实践[J].药学教育,2025, 41(05):51-54.
- [2] 周芳,张灵帅.中医药文化的历史演进及其传播路径探析[J].传媒论坛,2025,(19):107-109.
- [3] 邓梦瑜,付泽群,范郁冰.融媒体视域下中医药文化传播实践路径和范式——以《中国中医药大会》为例[J].科技传播,2025,17(16):148-153.
- [4] 敖林笠,王超.数字时代中医药文化传播的发展动力与实践路径[J].中医药管理杂志, 2025,33(14):233-236.
- [5] 张喆宇,罗广波,林彬.媒介物质性视域下中医药文化数字国际传播路径研究[J/OL].中国医学伦理学,1-10 [2025-11-24].
<https://link.cnki.net/urlid/61.1203.R.20250604.1054.002>.
- [6] 王云刚.秦岭终南中医药文化的多模态叙事及国际传播策略[J].数字化传播,2025,(03): 47-49.
- [7] 陈思怡,胡旭然,吴奥坤,等.数字赋能中医药文化传播的SWOT 分析与路径选择[J].湖南中医药大学学报,2025, 45(02):356-362.
- [8] 谢新洲,张静怡.互联网语境下的中医药文化传播研究[J].传媒,2025,(03):70-73.
- [9] 马嘉玮,马其南.新时代“两创”方针视域下中医药国际传播路径研究[J].产业与科技论坛,2025,24(03):124-127.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS