

# 教学相长视角下中医康养年轻化产品开发与中国文化海外传播路径探索

周可扬 钟珑菲

广东科技学院, 广东东莞, 523083;

**摘要:** 在全球化与健康意识加强的双重背景下, 探析中医康养文化的年轻化转型以及海外传播有着重要的战略意义, 本文立足于教学相长的核心理念, 认为年轻化产品的开发过程本身就是一种双向的文化学习跟创新实践, 凭借深入地分析详细的产品形态的开发逻辑以及传播途径, 目的是建立一个以产品为媒介、以体验为载体、以年轻群体为核心节点的中国文化海外传播新形式。该形式主张在互动中传承, 在实践中创新, 然后为中医康养文化的现代转化以及国际化发展给予同时拥有理论深度跟实践可行性的参照途径。

**关键词:** 教学相长; 中医康养; 文化传播

**DOI:** 10.64216/3104-9672.25.04.051

## 引言

在全球健康观念一直演进, 以及中国文化的走出去战略持续加深的时代语境下, 中医康养文化所富含的整体生命观与预防保健的智慧, 越来越显示出其独有的当代价值与国际传播的潜力, 但是, 传统的中医康养形式与话语体系在面向国内外年轻受众时, 大多面对认知隔阂、体验门槛高以及文化折扣等现实的考验。怎样跨越这些障碍, 实现古老智慧的现代活化跟有效传播, 变成一个亟待解决的课题, 教学相长的理念为此给予了富有启发性的立场, 该理念超越了单向的知识传授, 主张教与学双方在互动中相互促进、共同成长, 将它应用于中医康养年轻化产品的开发跟国际传播的领域, 意味着产品不仅是文化输出的终端, 更是引发兴趣、助推学习、触发反馈并最终实现文化共创的互动界面。年轻的用户不再是被动的文化接受者, 而是借助产品的使用与体验, 加入对中医康养文化的理解、诠释跟再创造的过程中, 本文意在深度探究这一互动循环的详细建立机制, 以产品的类型为详细分析焦点, 系统论述其内在的价值、发展现状, 并最终提出一套植根于教学相长理念的、可落地的改良方针与传播的途径。

## 1 教学相长视角下中医康养年轻化产品开发的核心价值

### 1.1 推动传统智慧与现代需求的产业融合

教学相长理念教导下的产品开发, 本质上是一个持续的对话跟相互调适的过程, 开发者需深度探索年轻群体的生活方式、健康的痛点以及审美的偏好, 这构成了学的一面, 同时, 开发者必须深刻理解并提炼中医康养的精髓, 譬如阴阳的平衡、经络的学说或药食同源的理念, 这构成了教的基础。产品作为这场对话的物化成果,

其价值在于成功地搭建了一座桥梁, 这座桥梁的一端锚定在深厚的传统文化资源上, 另一端则周密地连接着当代都市青年对便捷、个性、悦己型健康管理的迫切需求, 譬如, 一款依据中医子午流注理论设计的智能饮品提醒应用, 或将传统穴位按摩的原理跟现代便携式的脉冲仪器融合的美容工具, 都是这样的融合的具体体现。这一种融合不是简单的符号嫁接, 而是内在逻辑的创造性转化, 它使古老的智慧脱离了陈旧的形式束缚, 以契合当代的科技与生活节奏的新形态重生, 继而为整体中医康养产业注入前所未有的创新活力跟市场扩张的潜力。

### 1.2 实现潜移默化的用户教育与认知建立

高效的文化传播, 离不开有效的认知铺垫, 传统的中医科普总是以文本或讲座等单向的形式实行, 效果有限, 而依据教学相长理念设计的年轻化产品, 则将教育的功能深入地嵌入用户体验的每一个环节, 产品借助直观的交互设计、即时的效果反馈以及场景化的使用带领, 使用户在解决详细的健康需求过程中, 无意识地接触并理解了背后的中医原理。譬如, 一款有着皮肤图像分析功能的智能镜, 在给予个性化的护肤建议时, 可以自然而然地引入中医望诊中关于面色跟脏腑关联的浅显知识, 用户在遵循产品的建议实行自我调理并观察到主动的变化时, 便完成了一次从实践到认知的闭环学习。这样的凭借实践获得感来驱动的认知建立, 远比抽象的说教更为牢固以及深度, 产品所以变成一个无声的教师, 在每一次交互中完成微小而持续的知识渗透, 逐步建立着用户对中医康养体系的基本认知框架跟信任感。

## 2 中医康养年轻化产品开发与传播的应用现状

### 2.1 产品形态日趋多元但核心逻辑融合尚浅

目前的市场涌现出众多标榜中医概念的年轻化产品,此类产品包含食品、饮品跟个护,也囊括穿戴的设备以及应用的程序等多个领域,譬如添加了枸杞、红枣等药食同源的食材零食饮品,此外融入艾草成分的护肤贴片,或是模拟刮痧、按摩原理的美容仪器。这样的形态的多元化,折射了市场对中医康养元素的主动拥抱,可是仔细地观察,不难发现许多产品对中医元素的使用,仍停留在表层的附加阶段,即简单地将传统的药材或概念,作为营销的噱头或成分的添加剂,没能将中医的整体观、辩证的思维等重点逻辑,深入地融入产品的设计与功能的机理中。产品跟中医的智慧之间,缺乏内在的、系统性的联结,这导致用户的体验割裂,无法形成持久的产品力与文化的说服力,这是一种浅层的融合现象,使得产品比较难承载深度的教学相长互动,用户仅能获得功能性的满足,而无法在认知与价值的层面,跟中医药文化建立更深度的联系。

## 2.2 智能科技应用广泛但教育功能开发不足

伴随物联网跟人工智能技术的发展,许多中医的康养产品主动引入科技的元素,如凭借传感器采集生理的数据、利用算法给出健康的建议等,这为产品的智能化与个性化带来了可能,可是,现阶段大多数智能的产品,其重点的功能注重于监测跟结果的输出,交互的过程大多表现单向指令的形式,缺乏对用户执行原理的阐释与认知代领的教育性设计。产品告知用户该做什么,却很少清晰地解释为何这样做,其建议跟中医理论之间的关联被隐藏在算法的黑箱中,这一类设计缺失了教学相长中“教”的关键环节,用户虽然使用了产品,但对其背后的中医逻辑依旧茫然,产品没能扮演好“启蒙教师”的角色,使得科技的赋能仅仅增强了便利性,却没有同步增进用户的中医健康素养,削弱了产品作为文化传播媒介的潜在效力。

## 2.3 设计语言转向时尚但文化叙事表达薄弱

为迎合年轻的审美,许多产品在外观的设计上极力追求简约、时尚以及国际感,这无疑是正确的市场导向,但是,在追求视觉的现代性过程中,部分产品完全剥离了与中医文化相关的视觉叙事元素,让它文化的身份变得模糊,另一些产品则陷入对传统符号的粗暴挪用,如简单堆砌太极、阴阳鱼或古代的纹样,设计的语言跟产品功能、文化含义脱节,显得生硬且陈旧。这两种偏好都折射出产品在文化叙事表达上的薄弱,而优秀的设计应当是在现代审美的框架下,对文化精神实行创造性转译,形成独有的、可辨识的设计语汇,目前产品的设计在怎样用当代语言讲述古老智慧的故事方面,大多缺乏系统性的探查跟有深度的实践,致使产品比较难借助视觉以及体验建立强有力的文化认同感。

## 2.4 海外市场初步探索但传播路径依托传统

部分国内的成熟中医康养年轻品牌已开始尝试进入海外的市场,主要凭借跨境电商平台或针对华人社群的渠道实行销售,这样的探索有着开创性的意义,但其传播的途径依然较多依托传统电商的产品逻辑,即以商品的陈列、参数的说明以及用户评定为主。围绕产品所承载的文化背景、哲学的理念以及使用场景所建立的立体化、体验式传播内容严重不足,海外的消费者接触到的主若是作为孤立商品的产品本身,而非其背后的生活方式跟文化的体系,这一种传播的方式不易引发深度的文化好奇跟互动讨论,限制了教学相长效应在跨文化语境中的发生。海外市场的开拓,迫切需要超越单纯的货物贸易思维,转向建立一个包含产品、内容、社区和服务的整合型文化传播生态系统。

## 3 基于教学相长理念的优化策略与路径构建

### 3.1 深化机理融合,开发智能交互式体验产品

改良的方略应注重于开发深度整合中医的重点机理跟智能的交互技术的产品,以一款智能的艾灸盒为例,其改良的方向不应仅限于温控的准确与烟味的处理,而应深度融入教学相长的逻辑,产品的硬件需集成非侵入式的体征传感模块,用于实时监测局部的皮肤温度、微循环等反应。跟之配套的应用程序则建立一个交互式的学习平台,当用户选择缓解痛经的形式时,应用首先以动态可视化的方式简洁阐明任脉、子宫相关的经络的循行路线与中医对痛经的基本认知,完成初步的教学,在使用的过程中,传感器的数据实时反馈于界面,以温和的视觉提示带领用户调整艾灸的距离跟时间,形成即时互动的教学。结束后,系统根据监测的数据生成简单的体质反馈与周期调理的建议,并推荐相关的饮食或穴位按摩的知识短片,整体的流程将中医辨证施治的理念转化为可交互、可感知的个性化体验,使产品变成一个陪伴用户探查自身与中医智慧的互动导师,在解决需求的情况下完成系统性的知识浸润。

### 3.2 构建数字叙事体系,赋能品牌文化表达

为弥补文化叙事的薄弱,必须建立一套与产品深度绑定的数字叙事体系,这套体系包含从品牌的理念、产品的故事到用户生成的内容,是全链条的,品牌需提炼一个融合中医的智慧跟当代的精神核心理念,如平衡之道或内生的力量,并让它贯穿于所有传播的物料。针对每款产品,制作高质量的微型纪录片或动画,重点讲述其设计灵感来源的中医典故、所依据的理论原理,以及研发的过程中怎样解决古今融合的考验,在产品的包装跟应用程序内,使用信息的图表与优雅文案,将冗杂的理论转化为易于消化的美学碎片。更重要的是,激励并 curated 用户分享其使用产品融入日常的生活、改良

特定健康问题的真实故事,形成鲜活的内容生态,借助这套多层次、多媒介的数字叙事,产品不再是孤立的物件,而变成一个有渊源、有思想、有社群的文化符号,持续向用户传递同时拥有理性和感性的文化内容,强化价值的共鸣。

### 3.3 实施共情设计,精准触达海外年轻社群

针对海外的传播,需使用以共情为重点的设计跟营销方针,前期借助深度的跨文化市场调研,准确识别目标国家的年轻群体中跟中医康养的理念可能产生共鸣的健康焦虑点或生活的风尚,譬如对自然疗法的兴趣、对科技过度使用的反思或对正念生活的追求。产品的设计与定位应主动对接上述需求点,实行适应性的创新,譬如,为欧美市场开发一款主张恢复注意力、缓解数字疲劳的头戴式穴位按摩仪,并让它概念包装为数字时代的中式自我关怀工具,营销的内容完全本地化地制作,邀请当地健康领域的核心意见领袖或设计师实行体验跟共创,用其的语言跟观点来解读产品的价值。在社交媒体上,发起贴近当地生活场景的考验或话题,带领用户分享自己的使用创造,这一类方针摒弃了以我为主的输出姿态,转而以解决当地的问题、融入当地语境为出发点,凭借共情建立着连接,使中医康养的产品自然嵌入海外年轻人的生活叙事中,开启良性的文化对话。

### 3.4 搭建线上线下融合的沉浸式学习社区

最终,需要建立一个超越产品交易的、线上线下融合的沉浸式学习社区,借此固化教学相长的效应,线上的社区以应用程序为重点,除了产品的管理功能,更设立知识库、互动问答、专家的直播课以及用户经验的分享板块,定期举办线上的主题考验,如节气养生打卡、健康餐食分享等,激励用户实践并交流。线下层面,跟全球主要城市的瑜伽馆、精品咖啡馆、设计书店或大学健康中心合作,举办小规模、高品质的中医康养体验工作坊,工作坊的内容精心设计,以产品的体验为引子,延伸至相关的中医文化简介跟实用技能的教学,如简单的自我按摩、茶饮配制等。线上的社区为线下活动导流与沉淀内容,线下的活动则强化真实人际的连接与深度的体验,反哺线上社区的活跃度,此社区将用户、品牌、领域的专家连接成一个持续学习、分享与共创的生态系统,使得中医康养文化的传播变成一个动态生长、充满活力的社会化过程,极大增强用户的黏性和文化认同的深度。

## 4 结语

教学相长的理念为中医康养的文化年轻化以及国际化的进程给出了一个极具建设性的理论框架跟实践的指南,它将产品的开发与传播从单向的输出转化为双向的、动态的互动循环,本文借助注重详细产品形态的详细分析,系统地论证了这一观点下的多重核心价值,产品作为文化的载体、教育的媒介以及对话的界面。同时,也客观地分析了目前在机理的融合、教育的设计、叙事表达跟传播途径等方面存在的增强空间,而所提出的加强智能交互体验、建立数字叙事的体系、实行海外共情的设计以及搭建沉浸式学习社区等改良的方案,彼此关联着、层层递进着,共同指向一个可落地的、可持续发展途径。展望未来,唯有坚持在互动中传承着,在创新中发展着,才能使中医康养这一古老的智慧真正融入现代的生活,并在世界的舞台上焕发出跨越文化隔阂的持久生命力以及影响力。

### 参考文献

- [1]孙克燊.都江堰市乡村中医药康养旅游发展的问题及对策研究[D].四川农业大学,2025. DOI:10.27345/d.cnki.gsnnyu.2025.000487.
- [2]肖品珏.中医养生理念在康养景观规划设计中的应用[D].广西艺术学院,2025. DOI:10.27039/d.cnki.ggxyc.2025.000017.
- [3]王森虎,张顺亮,曹峰.森林康养的研究现状与中医观浅析[J].临床研究,2025,33(05):194-198.
- [4]倪军,周燕珍.中医特色服务在“医康养”一体化养老护理中的应用效果[C]//重庆市健康促进与健康教育学会全科专委会.2025精神医学与心理健康系列研讨会论文集.广州市荔湾区中医医院护理部;,2025:953-957. DOI:10.26914/c.cnkihy.2025.014868.
- [5]于跃,乜也,张维祥.基于“中医防治康养”理念下慢性疾病的管理分析关键要点[C]//重庆市健康促进与健康教育学会全科专委会.2025精神医学与心理健康系列研讨会论文集.扎兰屯市中蒙医院;,2025:1681-1684. DOI:10.26914/c.cnkihy.2025.015039.

本文系2023年度广东科技学院教科创教学相长项目化团队项目“‘一带一路’背景下的道家中医康养年轻化与中国文化国际传播路径研究团队”(项目编号:GKJXXZ2023045)研究成果。