

# “一带一路”视域下中医康养年轻化创新实践与文化国际传播策略研究

黄慧茵 钟珑菲

广东科技学院, 广东东莞, 523083;

**摘要:** 伴随“一带一路”倡议的持续推进, 中医康养的国际化传播迎来了历史性的机遇, 本文着重于此, 分析中医康养年轻化的创新实践这一详细维度, 分析它在“一带一路”视域下的核心价值、发展的现状以及改良的途径, 研究认为, 助推中医康养的服务跟产品面向年轻群体的创新转化, 这不光是产业发展的内在要求, 更是中华优秀传统文化实现现代国际传播的核心切入点。借助分析年轻化实践中的详细环节, 本文旨在提出有着可操作性的文化传播方案, 为中医康养更有效地融入沿线国家民众的生活, 特别是年轻一代的生活, 给出理论的参考以及实践的指引。

**关键词:** “一带一路”; 中医康养; 文化传播

**DOI:** 10.64216/3104-9702.25.08.041

## 引言

全球的健康观念持续演进, “一带一路”的倡议加深实行, 这双重背景下, 中医的康养作为中华文明的瑰宝, 其国际的传播跟融合发展的重要性越来越凸显, 传统的中医康养理念以及实践怎样与当代的世界相对接, 特别是跟年轻一代的健康需求跟生活方式相对接, 这变成一个同时拥有学术价值以及现实意义的课题。目前, 沿线的国家跟地区对于多元化、个性化的健康服务需求一直增长, 这为中医的康养给出了广阔的市场空间, 同时也对其传播以及接受模式提出了新的考验, 年轻的群体作为将来社会的中坚力量跟文化交流的活跃载体, 其对于中医康养的认知以及接纳程度, 直接影响着该领域国际化发展的深度以及可持续性。所以, 将研究的观点注重于中医康养的年轻化创新实践, 不是简单的市场策略调整, 而是关乎其文化的内核在现代社会能否可以传承、焕新并成功走向世界的核心, 本文意在系统地归纳中医康养年轻化实践在“一带一路”建设中的多维价值, 客观地分析其目前发展的现状和存在的现实瓶颈, 并最终建立一套切实可行、注重落地效果的文化国际传播改良方案体系。

## 1 中医康养年轻化创新时代价值

### 1.1 重塑健康理念的时代内涵

中医的康养走向年轻化, 首要的价值在于助推健康

的理念现代更新与含义的开拓, 传统的中医养生智慧主张天人相应、阴阳的平衡、治未病, 其内核有着普适性跟前瞻性, 可是, 在快节奏的现代生活中, 特别是对年轻的群体而言, 传统的表述跟实践的方式有时显得厚重而疏离。年轻化的创新实践借助提取中医养生哲学中精髓的部分, 譬如整体观、辨证施治的理念, 并让它转化为符合当代年轻人语言体系以及生活方式的详细方案, 如针对慢性的疲劳、情绪的管理、亚健康的状态中医调护的产品, 这一过程实质上是对古老的智慧实行创造性的转化跟创新性的发展, 让它超越单纯疾病治疗范畴的限制, 融入日常健康的管理、生活的美学与身心和谐追求中。这不光为年轻的一代给予了区别于西方健康形式东方的方案, 更在深度上助推了一种更具整体性、平衡性现代健康文化理念生成的过程与传播, 为“一带一路”沿线共享健康的观念打下了思想的基础。

### 1.2 激活潜在消费市场动能

年轻化的创新, 是释放中医康养产业的巨大市场潜力的核心引擎, “一带一路”沿线国家的人口结构大多表现年轻化的趋势, 该群体的消费能力渐强, 且对健康、体验以及个性化的服务抱有更高的期待, 将中医康养跟年轻人关注的健身、美容、减压以及智能穿戴等领域融合, 开发系列轻量化、模块化跟高颜值的产品与服务, 可以直接切入快速增长的健康消费市场。譬如, 融合了中医穴位理论的电子按摩仪、依据体质辨识的茶饮零食、

融合芳香疗法的中式冥想应用等,这些创新的形态减少了中医体验的门槛,将康养的行为无缝嵌入年轻人的日常生活场景,这一类市场的切入不光带来直接的经济效益,更能凭借规模化、常态化的消费接触,潜移默化地培养着年轻用户对中医文化的认知与好感,为整体中医康养生态的国际化扩张积累大量的用户基础跟市场的口碑。

### 1.3 创新文化传播的载体与叙事

年轻化的实践为中医药文化给出了新颖的载体,也带来亲以及叙事,文化的传播离不开吸引人的故事,也需要易于接受的载体,传统的中医文化传播有时偏重理论的典籍以及历史的传承,对于不具相关文化背景的年轻受众而言存在距离感。年轻化的创新借助设计的思维跟品牌传播方略,将文化的元素实行现代转译,譬如,将阴阳五行哲学转化为视觉化的时尚设计语言,或将草本植物的故事融入品牌叙事,借助社交媒体短视频以及跨界联名产品、沉浸式体验空间等形式实行传播。这样的传播的方式弱化了说教色彩,强化了情感的连接跟体验互动,使中医药文化不再是博物馆中的展品,而是可感知、可加入、可分享的现代生活构成要素,在“一带一路”的文化交流中,这种生动活泼的传播形式更易于跨越语言以及文化障碍,触达沿线国家的年轻人群,实现文化的软性渗透与共鳴。

### 1.4 促进区域健康产业协同发展

助推中医康养的年轻化创新,有益于在“一带一路”的框架下建立更为周密的区域健康产业协同网络,年轻化的产品与服务大多涉及研发设计、生产制造以及市场营销、数字技术等多个环节,其创新发展可以带动产业链上下游的跨境合作。沿线国家可以依托各自资源的禀赋,譬如东南亚的丰富草药资源、中东欧的工业设计能力跟中国的市场跟产能优势,共同加入面向全球年轻市场的康养产品开发,这样的依据市场需求的产业合作,比单纯的学术交流或政策对接更具韧性跟可持续性。它可以助推技术标准的互认、资源改良配置以及市场渠道共享,继而在区域内形成优势互补、互利共赢的健康产业新生态,将“一带一路”共商共建共享的原则在健康民生领域落到实处。

## 2 中医康养年轻化实践的当前图景

### 2.1 产品服务创新初见端倪

目前,面向年轻市场的中医康养产品跟服务创新已开始涌现,呈现出多元化的探查的初步态势,在市场层面,一些企业敏锐地捕捉到年轻消费者的需求变化,推出了即食化以及便携化的中式养生膏方、茶包、糖巧等轻滋补食品,科技领域,部分初创公司尝试将中医的脉象、舌诊信息跟可穿戴设备、手机应用相结合,给予数字化的体质监测跟养生建议。服务形式上,融合中医推拿与现代理疗的线下体验店、融合冥想与中医导引的线上音视频课程也在部分城市兴起,此类实践说明,产业界已认识到年轻化转型的必要性,并开始实行市场的试水,可是,上述创新大多仍在零散化以及浅层化的阶段,产品同质化的现象较为常见,真正将中医的内核跟年轻人生活方式深入地咬合且具备强大品牌影响力的系统性创新尚属凤毛麟角。

### 2.2 品牌认知与形象面临局限

中医康养在年轻的群体中,品牌的认知依旧面对传统刻板印象的局限,虽然有创新的产品问世,但在整体品牌形象上,中医康养对于许多年轻人而言,特别是沿线国家的年轻人,依然容易跟陈旧、缓慢以及苦涩等固有标签相关联,市场传播中,有时过于主张历史的渊源跟古老的秘方,没能有效地建立起与年轻一代追求高效、时尚、专业、乐趣等价值观相契合的现代品牌人格。这一种认知的偏差致使了潜在的年轻客群在实行健康消费决策时,可能更偏好于选择品牌形象更为鲜明活泼的西方保健品或现代健身方案,怎样突破固有形象的窠臼,建立一个不光尊重传统底蕴、又充满时代活力,不仅专业可靠、又亲切有趣的复合型品牌形象,这是目前实践面对的重点考验之一,也直接影响着年轻化创新的市场接受广度跟传播穿透深度。

### 2.3 标准体系与专业支撑有待衔接

年轻化的创新实践要健康有序地发展,急切需要与现代的标准体系以及专业的支撑实现有效衔接,中医康养的年轻化产品,特别是涉及食品、用品跟数字健康等领域的,必然需要符合现代市场的质量、安全以及功效评定标准,但是,中医理论教导下的产品功效评定体系与西方通行的标准化语言之间存在转换难题。一款依据中医理念的助眠香薰,其功效的宣称怎样不光符合中医理论的逻辑,又能凭借现代的临床或循证方法实行验证并满足国际的监管要求,这是产品出海大多遇到的瓶颈,

另外,服务于年轻化创新的跨学科人才也显不足,不光通晓中医的精髓,又精通现代的设计、营销跟科技的专业团队较为稀缺。这一类标准跟人才的滞后,制约了创新产品的品质增进、可信度的建立以及国际化市场的合规准入。

## 2.4 国际传播渠道与内容相对单一

在面向“一带一路”沿线的年轻受众实行国际传播方面,渠道内容的丰富性以及准确性均需要加强,目前的传播较多依托传统的媒体、官方的文化交流活动或单一的跨境电商平台,而在年轻群体高度聚集的社交媒体、视频平台以及网络社群中实行深度、系统化运营的实例不多。传播内容上,或是较为严肃的学术科普,或是简单的产品介绍,缺乏可以引发年轻跨国受众情感共鸣跟文化兴趣的系列化、故事化内容,譬如,怎样将一味草药的故事,与当地年轻人的生活关切、审美偏好相结合,制作成高质量的短视频或互动内容,此类实践尚不充分。传播的碎片化跟单向性,致使了不易在海外的年轻群体中形成持续的关注度以及话题效应,限制了中医康养年轻化品牌跟文化影响力的有效触达跟沉淀。

## 3 中医康养年轻化创新的优化路径与传播策略

### 3.1 深化产品数字化与体验式创新

改良年轻化的实践,首要的途径在于加强产品与服务本身的数字化跟体验式的创新,应超越将传统的产品简单包装的初级阶段,目的是开发原生数字形态的中医康养解决方案,譬如,利用人工智能跟大数据的技术,开发更准确、交互性更强的个人中医健康管理助手,可以根据用户的生活习惯、穿戴设备的数据,动态地给予饮食、作息以及穴位按摩等个性化的建议。在实体产品的领域,加强智能硬件与中医理论的融合,开发有着数据追踪反馈功能的智能艾灸仪、经络按摩设备等,让效果可视化、过程游戏化,同时,大力扩展沉浸式体验的场景,在沿线国家主要的城市打造融合中医哲学与现代科技的中式健康生活体验馆,用户可借助VR/AR的技术体验草药生长的环境、了解经络运行的原理,并现场体验定制化的服务。这样的深度创新,重点是将中医康养转化为一种可量化、可交互以及可沉浸的现代健康生活方式,从根本上增强了其对年轻用户的吸引力跟粘性。

### 3.2 构建层次化的年轻品牌矩阵

针对品牌的认知局限,需系统地建立清晰且富有层

次的年轻品牌矩阵,实行准确的沟通方略,不应追求单一的品牌包含所有年轻康养的需求,而应依据不同细分的场景跟用户画像,孵化或合作建立子品牌,譬如,针对追求高效办公健康的年轻白领,可主打科学化、数据化的智能康养品牌;针对关注颜值跟生活美学的群体,可打造融合草本跟时尚设计的生活美学品牌,针对运动健身的爱好者,则可推出专注于运动恢复与体能增进的专业品牌。每个子品牌都应有独有的视觉体系、话语体系以及价值主张,但共同根植于中医的整体健康哲学,在国际的传播中,品牌叙事应弱化历史长度的单向主张,转而突出解决方案的当代效益、生活方式的独特性和背后东方智慧的启发性。凭借与国际知名的设计师、艺术家、健康领域KOL的跨界合作,快速地加强品牌在目标年轻人群中的时尚感以及信誉度。

### 3.3 推动标准互认与产学研协同

为了突破标准的瓶颈,也为了突破人才的瓶颈,必须主动地助推跟国际标准体系的对接互认,并强化产学研协同创新的机制,行业的组织跟领军的企业应牵头,联合科研机构,针对年轻化创新的产品,如中式健康的食品、数字疗法的应用以及智能康养的设备等,开展依据现代循证医学方法的功效评定研究,并主动地加入或主导相关国际标准的研讨与制定。在“一带一路”合作框架下,助推与沿线国家在植物药的标准、健康数据的隐私以及医疗器械的认证等领域的双边或多边互认协议,而人才培养方面,激励高校设立跨学科的课程,培养中医加设计、中医加计算机、中医加管理以及中医加传播的复合型人才。同时,建立产学研合作的平台,将高校的研究资源、企业的市场洞察跟研发能力以及临床机构的实践数据有效地整合,共同攻关年轻化创新中的关键技术问题和标准化的难题,为产品的国际化给出坚实的支撑。

### 3.4 实施立体化精准文化传播工程

增强国际传播的效能,需要实行立体化的、准确化的文化传播工程,在渠道上,全面拥抱沿线国家的年轻人喜爱的社交媒体平台,如Instagram、TikTok以及YouTube等,实行精细化的、本土化的运营,不仅开设品牌的官方账号,更应支持和培育一批深谙中医文化又熟悉当地网络语境的内容创作者。在内容的方针上,推行微内容、强故事以及重互动的方针,譬如,策划中医

的智慧解决现代生活小困扰系列短视频,制作展现中医的哲学跟当地自然人文风光融合的高质量记录片,发起线上的健康考验活动等,主动利用跨境电商直播、虚拟偶像代言等新形式,直接带动消费的体验与文化的感知。除了上述内容以外,跟“一带一路”沿线国家的影视、游戏以及动漫等流行文化产业实行植入合作,将中医康养的元素自然融入其内容产品中,传播的重点,是让中医康养不再作为被介绍的对象,而是作为加入跟丰富当地年轻人生活的一种有趣、有益的选择,在持续、多元的互动中实现文化的浸润式传播。

#### 4 结语

总的而言,在“一带一路”倡议给予的广阔舞台上,中医的康养年轻化创新实践跟文化的国际传播是一个周密关联、相互促进的战略性议题,年轻化的创新不仅为中医的康养产业开辟了新的增长空间,更重要的是,它借助理念的重塑、产品的转化以及体验革新,为古老的中医文化赋予了契合时代的表达形式和生命力,让它可以更顺畅地融入全球年轻一代的生活场景。目前的实践已在探析中起步,但面对品牌的认知、标准的衔接以及传播效能等多重现实考验,将来的改良发展,必须坚持深度的创新跟系统方针并举,凭借数字化跟体验式创新夯实产品的根基,借助层次化的品牌矩阵重塑市场的形象,凭借标准的互认跟产学研协同突破制度的瓶颈,最终凭借立体化的准确传播工程实现文化的有效触达跟共鸣。唯有如此,中医的康养才能在“一带一路”沿线真正实现从文化的瑰宝到生活智慧的深度转变,为建

立人类卫生健康共同体贡献来自东方的年轻活力和持久智慧。

#### 参考文献

- [1]张鹏. 老龄化背景下中医康养产教融合的困境与路径探析[C]//中国生命关怀协会. 关爱生命大讲堂之生命关怀与智慧康养系列学术研讨会论文集(中)——关怀患者, 关照自我: 临床心理支持技能与医者心理韧性建设专题. 卫生健康局;, 2026: 134-135. DOI: 10.26914/c.cnkihy.2026.000325.
- [2]马建梅, 周奕, 张思廷. 大健康时代背景下中医康养景观设计探索[J]. 现代园艺, 2026, 49(01): 106-109. DOI: 10.14051/j.cnki.xdy.2026.01.040.
- [3]蔡巧燕, 林国清, 柯晓, 等. 基于终身学习理念的数智化科普教育学习平台的建设与应用——以中医康养为例[J]. 创新创业理论与实践, 2025, 8(23): 69-72.
- [4]原明明, 王敏, 白淑然, 等. 银发经济背景下健康养老服务模式探究[J]. 中国集体经济, 2025, (36): 21-24. DOI: 10.20187/j.cnki.cn/11-3946/f.2025.36.047.
- [5]付陈陈. 艾灸刮痧样样通理疗指引有一手[N]. 中山日报, 2025-12-05(002).

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: G KJXXZ2023045)研究成果。