

普琳茨-毛尔科·埃尔热拜特、
莫尔瑙尔·埃丽萨拜陶、凯勒尔·维洛尼考
(*Printz-Markó Erzsébet – Molnar Elisabeta Ilona –
Keller Veronika*)

匈牙利温泉疗养行业(温泉和 疗养浴池)的过去、现状和未来



匈牙利地热资源丰富配套设施齐全, 旅游业中温泉洗浴是最古老的一项。因此, 此次我们重点以匈牙利健康疗养旅游业的温泉和理疗洗浴为主进行研究。要想深入地了解温泉疗养的含义还需回顾洗浴文化的历史。为进一步探索日新月异的温泉疗养形式变化, 我们进行了定向研究和在线定量研究。除了等待重新开放洗浴设施以外, 我们认为开发有成本效益的新服务也同样重要。希望通过此次研究可以为匈牙利国内外旅客以及温泉理疗服务业的经营者们提供规划性帮助。

《经济文献杂志》(JEL)编码: L83、Z32

关键词: 健康旅游; 温泉疗养; 身心健康; 洗浴文化历史; 四大要素

普琳茨-毛尔科·埃尔热拜特博士 (Dr. Printz-Markó Erzsébet) 助理教授, 塞切尼·伊什特万大学 (Széchenyi István University) (printz-marko.erzsebet@sze.hu); 莫尔瑙尔·埃丽萨拜陶博士 (Dr. Molnar Elisabeta Ilona) 大学讲师, 巴尔迪乌姆基督教大学 (Partium Christian University) (elis@remtours.ro); 凯勒尔·维洛尼考博士 (Dr. Keller Veronika) 大学讲师, 塞切尼·伊什特万大学 (Széchenyi István University) (kellerv@sze.hu)

引言

根据全球健康研究中心(Global Wellness Institute, GWI)最新行业数据显示,身心健康旅游产业2015年和2017年之间每年增长率为6.5%。全球共消费产生8.3亿次身心健康旅游(占有旅游消费的17%)。最具活力的市场包括亚洲、中国和印度等地区及国家。到2022年温泉疗养市场(健康旅游=医疗+身心健康疗养旅游)的价值预计可达1546亿美元。由于健康的生活方式,更全面的健康知识,对疾病防控的理念,以及不断进步的康复科技技术,使得该行业从业人员的比率不断增长(GWI, 2018)。

在匈牙利,国内外的旅客都非常喜欢去布达佩斯周边城镇的洗浴中心游玩。2018年,匈牙利境内的洗浴中心共迎接了3000万次来客,带来了642亿福林销售收入(MTI, 2019)。近12年来,黑维兹(Hévíz)、豪伊杜索博斯洛(Hajdúszoboszló)、比克(Bük)、佐洛考罗什(Zalakaros)和沙尔堡(Sárvár)这些城市的旅客入住量一直排列在匈牙利城市到访量的前十名。除布达佩斯以外,黑维兹(Hévíz)是自2016年以来每年商业旅客入住量都超过一百万次的匈牙利城市(MTI, 2020)。2017-2018年,洗浴服务行业的净销售收入增长了7.5%,2019年再增长了16%(Turizmus.com, 2019; 匈牙利洗浴商会, 2019)。

因为洗浴在匈牙利健康旅游行业占有重要地位,并且以水为基础的预防和康复旅游行业将会逐渐吸引更多的旅客,所以目前的研究工作将围绕洗浴历史的过去-现状-未来进行简略探讨,分析当前的趋势和走向。针对到访温泉疗养浴池的习惯与变化,我们做了详细采访(n=8)和在线数量研究(n=129位)。为提高洗浴服务供应量,我们将提出一些建议以便让经营者在目前艰难的经济情况下节省开支,同时重新考虑现有的自然能源和特性。根据目前的趋势,我们认为可持续发展性原则的代表,可用四大要素来标记新目标市场。

文献资料介绍

匈牙利80%国土面积的地表下蕴藏着温度30°C以上的地下热水(Czeplédi, 1999; Hojcska, 2016)资源。继日本、冰岛、意大利和法国之后,匈牙利的地热水资源世界排名第五。这得益于匈牙利境内的地温梯度是世界平均的1.5倍。地下温度平均每一百米增长3°C,这个升温率叫做地温梯度。在匈牙利,地面以下,温度每100米平均增长5°C。包括匈牙利的潘诺尼亚平原,由于我们祖国所在的喀尔巴阡盆地地质薄,只有24-26千米厚的地壳,岩浆离地面较近。因此在地壳内的地下热水温度也更高并且比较容易开采(Gáspár, 2009)。

在匈牙利,到访浴池被认为是一项古老的旅游形式。因此,洗浴服务在疗养旅游业内占有重要地位。直到2005年为止,匈牙利的专业文献资料记载,健康疗养旅游就等同于医疗和温泉旅游,即以医疗和洗浴治疗为目的的旅游(Boros等人, 2011)。随着最早塞切尼计划(2001)和第二次国民发展计划

(2007) 出现了疗养旅游的广义术语, 洗浴的服务范围也有所扩展。在过去的医疗和温泉旅游意义上持续增加了保健旅游, 医疗身心健康服务, 并随着新趋势扩展出新的服务领域(精神健康, 自我康复等)。

根据GWI(2018)的分类可分为医疗(反应性)和保健(主动, 预防为主)旅游。前者, 旅客前来的目的是治疗已经患上的疾病, 治疗是在医疗监督下进行。后者, 旅游的目的是为了保养和提高健康水平, 改善身心状况。GWI把温泉和医疗浴池设施分为三个类别, 按经营概况分别为保健、娱乐和治疗/医疗浴池。以下表1、主要显示与匈牙利特征相结合的模式。

表1、温泉和医疗浴池的分类

浴池分类	分类的特性
保健	温泉水, 游泳池设施 温泉水上娱乐场所
娱乐	温泉和医疗水浴池及矿泉疗养浴池 海水理疗浴池
治疗, 医疗	疗养胜地 洗浴疗养院

来源: 依据GWI,2018自排版

在国际趋势的带动下, 匈牙利疗养旅游业的供求体系, 对身体-灵魂-精神的一体化观念受到越来越大的影响。作为疗养的基本体系除了构建健康和旅游服务产业外, 还可以加强身体-灵魂-精神的一体化(Printz-Markó, 2019)。

由于优质的地热资源特性, 匈牙利疗养旅游业还应特别重视矿泉水、医用水和温泉水的提供。有根据证明我们的疗养业完全建立在医疗水基础上, 因此必须重视以水为主的旅游业。我们的医疗水是治疗和缓解运动系统疾病、皮肤病、妇科病, 循环系统疾病、消化系统不适等疾病的首选。

根据匈牙利全国疗养胜地和疗养浴池管理部门数据显示, 总共记载了224个矿泉, 1289个温泉, 83个经认证的医疗浴池, 270医疗水和37个疗养胜地。根据国家2007-2014年疗养旅游发展策略的结论和上述信息可以确认, 匈牙利疗养旅游的潜力就在于温泉水(Printz-Markó, 2010)。依据格劳伊(Gellai, 2004)的分析认为, 浴池自古以来就是洁净身体和灵魂的“庙宇”。通过洗浴、按摩和排汗的古老方法认为是保健和治疗的有效途径, 依靠富有生命泉源的水、光(热量)、气(氧气)和土(泥, 矿物)来完成。沃尔加(Varga)认为, 健康疗养旅游是建立在高质量和疗效显著的医疗水基础上, 配合与水疗法相关的康复和旅游服务(Varga, 2004)。

鉴于上述, 匈牙利有得天独厚的水文地质特征, 建立在四大要素(水为主)基础上的疗养旅游体系可以作为温泉水和医疗水健康旅游供应的基石(Printz-Markó, 2019; Printz-Markó, Molnar, 2020)。在这个模式下温泉水、矿泉水

和医疗水代表水的三个关键要素。浴场水面上热气腾腾的蒸汽, 构成空气的微循环与医疗气体循环。地温的热量取决于地温梯度和太阳的光热, 土壤的组成元素则受许多因素的影响(泥碳、泥土等)以及周围生长的药草和自然界中其它植物释放的气体分子组成。

洗浴文化历史的概述

匈牙利的温泉疗养起源于洗浴文化历史。罗马人最先奠定了匈牙利洗浴文化的基础(Ruszinkó, 2006)。经考古确认, 古罗马人通过冷热矿泉水都用于保健和治疗(Ákoshegyi、Németh, 2006)。古罗马浴场可区分为两类, 即温泉场(therme)和浴池(balnea)。温泉是指优雅豪华的浴场, 有当时最令人享受的服务配置。浴池的意思是比较前者更朴实的浴场。除上述以外, 两种浴场分类的另一个重要区别是, 温泉主要是令人享受的洗浴娱乐场所, 而浴池则主要是治疗和洗浴疗养地。当时的浴场医生还专门为自己供职的浴场做广告。翻看古罗马的教材可以见证洗浴文化包括洗浴礼仪在当时的重要性。罗马帝国瓦解后只留下古罗马洗浴文化的遗址(Ruszinkó, 2006)。

诞生于紫室者的拜占庭帝国皇帝君士坦丁七世的一封信里就提出匈牙利民族祖先与水的紧密关系, 他曾在朝廷上下令预定一套“皮革底子的匈牙利式浴池”。匈牙利征服之后首次提到匈牙利浴场的信函可以在圣·伊什特万国王1015年成立佩奇瓦劳德(Pécsvárad)修道院的文件里找到。历史记载, 当时捐赠的一个条件就是成立浴场, 并雇佣足够数量的浴奴(Ákoshegyi、Németh, 2006)。

然而过分道德严谨的中世纪观念不利于洗浴文化的发展进步。洗浴穿着的服饰和松懈的行为都被认为是不检点被谴责, 认为是恶魔在从中做鬼因此被严格禁止。西吉斯蒙德(Zsigmond)国王时代修建了现在拉茨(Rác)浴场的前身, 后来玛贾什(Mátyás)国王的妻子又为文化复兴的洗浴文化奠定了基础(Ruszinkó, 2006)。在被土耳其占领期间, 匈牙利修建了许多至今任然在经营使用的浴场(恰萨尔(Császár)、基莱伊(Király)、鲁道什(Rudas)、拉茨(Rác)等浴场)。土耳其人非常认同接受水疗的功效, 在古兰经里就规定了洗浴的规则。当时的洗浴本质上以预防为主, 没有单独饮用矿泉水疗法的记载(Ruszinkó, 2006)。

在哈布斯堡王朝统治时代, 反洗浴运动兴起。大众认为浴场就是梅毒和其他性病的滋生地, 取而代之的饮水疗法从这个时期开始盛行。在君主专制和启蒙复兴时代洗浴的习俗又开始家喻户晓。玛丽亚·特雷西亚女皇掌握了浴场的命运。历史上与饮水疗法相关的还有罐装矿泉水并进行远距离贸易, 在约瑟夫二世时期这项商业活动给国家带来了可观的收益。法国哲学家卢梭“回归到自然”的想法, 就是指回归到传统洗浴和娱乐, 因此为洗浴文化的蓬勃发展做出了一定的贡献(Ruszinkó, 2006)。

此后，一位名叫托尼乌·路易斯（Tognio Lajos）的佩斯市（Pest）医生，于1839年从化学定义上初步分析记录了匈牙利医疗水开启了对浴场的科学研究。奥地利-匈牙利合并后，匈牙利之前沐浴上的落后得到解决，洗浴文化兴隆。随着大众休闲时间的增多，洗浴逐渐成为一种时尚。伴随医学的发展，可以成功治愈疾病的范围也越来越广。在1891年成立的全国浴场联合会（Ruszkó, 2006）表明发展、浴场与相关疗法的重要性。

到了第20世纪，两次世界大战极大程度上改变了洗浴文化。特里亚农条约（1920年）从匈牙利割分出去的领土上也有许多著名的洗浴胜地。自1950年代开始，浴场不仅仅是康复疾病的场所也迎来了许多喜欢水上娱乐的游客（Ruszkó, 2006）。

在2000年代初期，得益于塞切尼计划的大力支持分配了投标资金，在匈牙利开发了许多现代和古老的洗浴场，顺应了国际健康疗养旅游的趋势以及国内外旅游市场的需求（Szabó, 2015）。如今，第21世纪的匈牙利洗浴文化再次得以发展，大众对保养和康复已越来越重视。

现状和趋势

温泉水和/或者医疗水的洗浴设施，就是温泉疗养部门（Smith、Puczkó, 2010; Smith, 2019; 2020）最主要的特点和趋势，包括

— 家庭保健：每个家庭成员都可以参与并适合多代人的保健项目，让成人和孩子一起或单独玩耍。

— 亲子、家庭身心健康：让全家老小在休闲时间放松身心，通过各项健康洗浴活动来焕发精神，将学到的方法（呼吸调整技巧、凝聚精神等）应用到家庭中。

— 桑拿排毒：桑拿，桑拿疗法用来排除身体的毒物；

— 晶体，当地的温泉疗养产品；

— 循环利用、环保：将温泉水用于加热供暖使用，按钮式水龙头，数码访问权限管理系统；

— 回归自然：自然生态疗法（森林徒步旅游，园艺项目），复兴传统疗法，传播音频疗法；

— 在理疗过程中遨游，进入充满活力精神焕发的虚拟世界（静脉注射排毒、抗衰老、氧化和补充疗法）；

— 将医学认可的草药用于抗焦虑精油（按摩油）疗法；

— 社会化和虚拟化：控制社交媒体的使用时间，建立生活中真实的人际关系。

根据GWI的研究，该行业的最新趋势是：

— 顺应生物钟，有意识性地生活，配合个体生物钟安排用餐时间可以有效减轻体重改善身体健康状况，根据身体的代谢循环过程，从而确定在恰当的时间进行锻炼和休息，以达到最佳的状态。

— 吸引60岁以上的人群, 因为他们对健康理疗的观念与上一代有极大区别, 他们将是现代健康生活方式的楷模和代表;

— J-Wellness, 即日本身心健康学是我们学习的榜样, 它由传统与创新技术配合, 包括改善人际关系, 开发使用新技术比如应用在护肤领域, 或者亲近大自然, 在森林里沉思, 走进修道院静养一会儿, 或安排日常体育运动等;

— 借助先进的医疗康复技术, 用便携式设备进行虚拟医疗, 例如内置生物传感器手环, 测试情绪波动, 全天携带可以观察整体生理状态;

— 传播能源疗法, 利用电磁疗法、光疗和音频疗法, 医生和身心健康专家可以进行专业的指导(GWS, 2020)。

健康已成为社会关注的焦点。越来越多的人在日常生活中使用整体实践法, 这可以看做身心健康与医学的新结合。除此以外, 在线运动疗法和增强满意系统疗法也越来越受欢迎(Smith, 2021)。

匈牙利的旅游和洗浴场都是重要的经济部门。由于2020年的限制, 许多浴场不得不在2020年春季和秋季关闭, 给洗浴行业带来了严峻的挑战。虽然夏季重新开发给该行业带来了一些曙光, 但在漫长的关闭状态下他们经济储备已快枯竭。在这种严肃的时候, 可以说是快绝望的时候, 全国专业组织匈牙利浴场联合会(2020)提出了新的倡议, 浴场保护行动计划将为浴场的未来带来希望。给中央政府递交的申请包括: 不属于中小企业的浴场也可以拿到现金流量信贷, 担保和融资项目; 在减税项目中未涉及的企业也包括在内; 延期还款; 立即降低洗浴服务的增值税率; 立即增长洗浴疗法的社会保险报销资金; 医用浴场理疗项目应包含在塞切尼疗养卡内; 建立独立的浴场发展项目和浴场能源开发项目; 按实际使用的量来支付水能源税; 变更浴场经营法令。

旅游业的停滞对欧洲影响重大。与2019年相比, 旅游消费下降了68.4%。在匈牙利, 一月份到七月份期间, 外来旅客的入住数量比2019年同期减少了68%。住所的总销售收入比一年前降低了55%, 因此, 住所的总销售收入仅为1370亿福林(KSH, 2020)。

根据研究结果, 新冠肺炎疫情对温泉疗养行业的影响

对旅客到访温泉疗养浴场和使用设施发生的变化, 我们做了深入的研究, 从不同角度进行了定性和独立一次性的横向研究。主要对来到浴场放松身心寻求娱乐而不是针对疾病治疗的游客进行了分析。在探索性定性研究中, 我们总共对8个人, 五位年龄在28-65岁的女性, 以及三位男性(3个青年人, 3个家庭主妇, 2个中年人, 已婚但子女已离家独立居住的人)做了有关到访浴场习惯的深度采访。我们选择的受访对象每年至少两次去浴场, 对他们来说, 服务的创新很重要, 主要考虑到这个条件选择目的地。今年大部分游客更喜欢去亲近自然的地方。那里的防疫措施让他们放心。

在一次性的横向研究中，计划采访200人。实际研究于2020十月份，用在线填写调查表形式进行。整理受访者资料并分析调查情况的工作由一些大学生和本文作者担当，我们在一个星期内通过Facebook社交媒体最终收集了129人的反馈表，其中男性34.9%、女性65.1%。研究对象大部分为年轻人，年龄段在18至24岁之间，约占55.8%。另18.6%为25至36岁，15.5%为37至48岁，10.1%为49至60岁。根据其他人口统计特性的组成表1。

表2、受访人口组成

居住地点	农村 35.6%	小镇 11.6%	城市 9.3%	州府 38.8%	首都 4.7%
职业	雇员 54.3%	失业者 3.8%	学生 36.4%	其他 5.4%	
家庭状况	单身 43.4%	已婚或者有配偶，没有子女 28.7%	已婚或者有配偶，有10岁以下的子女 14.8%	已婚或者有配偶，有10岁以上的子女 13.2%	
经济条件	有经济困难 12.4%	收入正好足够 12.4%	不错 38.8%	能存钱余钱 19.4%	经济条件良好 17.0%

来源：自己编制，n=129个人

疫情改变了人们的日常生活，经过调查学习时间（34.8%），业余时间（31.8%）和工作时间（27.1%）都发生了变化，只有少人（6.2%）的家庭生活发生变化。被采访的对象都很喜欢享用温泉疗养浴场的服务，并乐于在水疗设施里渡假。在各种各样的水疗服务中，他们最喜欢游泳池，还有按摩浴缸也很受欢迎。而按摩和桑拿相对喜欢的人群较少，是最冷门的温泉疗养设施服务。

随着疫情的持续已规划的夏季和秋季休闲业余活动也有了变化，2020年夏季，被访问的人群39.5%参加了身心疗养旅游，60.5%没有参加。一部分人为了安全起见更愿意加入#maradjotthon（留在家）的活动。当然，出于经济条件不稳、丢失了工作或担心丢失工作等因素也影响着大众的决定。参加健康疗养的游客由于种种顾虑很多人的体验并不那么愉快，只有11.7%的受访者表示感觉良好，浴场的预防措施让他们十分放心。另有39.9%表示限制措施没有打扰他们，21.5%表示严格的限制措施削弱了他们的兴趣，特别是戴口罩、保持距离、有限的服务项目限制等。

未来阶段的挑战

EHL（Ecole hôtelière de Lausanne洛桑酒店管理学院）Insights（2020）在目前疫情期间给温泉疗养和身心疗养行业推荐了22个良好实践。需要充分做好重新开放的准备，考虑所有与重开相关的工作任务，同时确保重开后工作人员的安全。

重开的准备工作要确保游客有信心表示承诺, 通过社交媒体发布鼓励性信息, 另外分享一些建议如何把身心疗养的体验带到自己的家里。尤其是通过网站与顾客保持固定的联系, 及时查看中央和当地政府的法规和相关法令。为了保证经营流动资金, 一定要采取理智的资金安排, 适当现金的使用等措施。例如延长礼品卡的有效期, 奖励忠诚的老顾客, 把某些服务转到虚拟平台等。社交距离将来依然需要保持, 因此, 各处都必须保持2米距离, 例如在进出口处摆设桌椅等。与工作团队的每个成员保持不间断的联系十分重要。团队上岗培训期间, 一定要强调严格遵守卫生和消毒的规定掌握清洁度和消毒的标准。为工作人员编制常见问题解答目录, 以帮助他们处理顾客的所有问题。准备迎接境内顾客时要注意对当地的文化传统和历史多加了解(城乡和周边地区)。

重开后, 需要设置新的说明和 workflows, 因为顾客的安全感比什么都重要, 要让他们感觉身处一个安全和健康环境里, 可以放心地治疗和疗养休息。传达肯定的、积极的信息鼓励顾客来浴场享用服务: 提前告诉他们有关需要遵守的安全措施, 顾客到达以后, 像迎接客人赠送礼品一样, 让顾客喷消毒液消毒双手, 递送消毒纸巾也要做的像欢迎仪式一样。所有印刷品(菜单、海报、宣传资料等)要更换成二维码。浴场内小卖部要定期消毒也是非常关键的措施。小卖店里不易摆放商品样品, 至多通过接待处, 但是所有服务都应尽量使用数码电子技术, 要保证顾客无接触支付方式。治疗过程要严格遵守相关的卫生规定, 每次都要仔细洗手最少20秒钟, 过后要进行彻底的消毒。某些不便于维持社交距离的服务(按摩浴缸、桑拿、蒸气室等)最好暂时关闭。使用医疗水设施和浴池之前每个人都有义务, 用肥皂洗澡。在浴池的使用时间按预约限制在半个小时, 以限制顾客数量。在休息场所也要提醒顾客有义务彼此保持距离, 毛毯和枕头要拿走。更衣室里的柜子, 每个顾客的柜子之间要间隔三个柜子, 随身携带的物品必须贮存在柜子里, 更衣室里面要保证顾客单向流, 暂时不能使用干手器和衣服烘干机。健身房的各个设备要用有机玻璃墙隔开, 设备要每小时消毒一次, 团体活动应改在房间内, 通过在线(通过视频)做体育运动。

保证工作人员安全的最好办法就是在各个工作站最大限度减少直接接触, 为直接接触顾客的工作人员安排预防性定期作息时间。柜台的工作人员应该有私人单独使用的圆珠笔和消毒液, 计算机和电话机应该每30分钟消毒一次。要转换成使用电子发票和无接触支付方式。每个工作人员有义务使用一次性口罩和手套, 治疗专家和美容师每操作完一次疗程之后必须更换防护设施, 并且至少每4个小时要更换一次。另外, 理发师、美容师、美甲师和修脚师都有义务带防护面罩。制服应该定期用织物消毒剂来处理(EHL Insights, 2020)。

根据纳瓦拉特(Navarrate)和肖(Shaw)(2020)的研究, 在这段时间的基础上, 温泉疗养行业收获比较丰厚, 特别是健康疗养旅游, 因为大众普遍对健康和预防疾病观念更加重视。疗养浴场的优势在于医疗水, 顾客将会更重视质量和安全。有必要把医疗水和各种疗法推广给年轻人, 集中在美学、养身、身体健康和心理健康方面。有竞争力的浴场不是吸引大众人群的娱乐场所, 而是以服务项目上有所创新, 独特产品或者服务来填补这个行业的空缺的那些浴场。

围绕四大要素的服务开发建议

在旅游行业艰难和复杂的竞争环境里，要有创新的目标才可以生存（Spiegler, 2009）。从这个意义上讲，面向目标群体销售相应的产品，开发新的创新型技术，用高质量产品吸引顾客。让服务供应商提供的服务配合产品，向市场推广品牌和商标，便于顾客识别（Gonda-Spiegler, 2012）。在温泉旅游方面，勒琳茨（Lőrincz）和研究团队指出了3个需要加强的主要领域，这些是开发创新产品（基于医用水的产品、药品、医护设备等），应用更好的解决方案（地热能的使用）和知识转让（Lőrincz等人，2014）。鲁辛科（Ruszkó）认为，开发自然疗法促进人体提高自愈能力的研究是主要内容，在此基础上建立对特定人群的保健项目，康复和理疗服务。

曾有研究认为（Keller-Printz-Markó, 2020），光顾浴场的顾客针对不同的洗浴服务可以区分为三大领域。即对洗浴行业推销创新产品的反应性，对新现象的反应性和价格创新的反应性。从使用的频率来看，每年多次使用健康身心疗养服务的顾客更容易接受创新，对行业市场推销的创新产品和一般创新敏感度更高。对经常使用洗浴服务的顾客和每年洗浴消费较高的顾客来说，向他们推销行业创新产品很重要，他们是创新服务及产品较敏感。

由于匈牙利的得天独厚的地理特征，相关比较优势以及健康疗养旅游行业的复杂性，我们根据对四大要素（水、气、土、火）进行的研究结果（Printz-Markó, 2019; Printz-Markó-Molnar, 2020)提出以下服务发展建议：

- 压力管理项目：推荐沐浴疗法和水疗疗法作为压力管理项目；
- “为健康来一杯”：推荐饮水疗法，在洗浴中心的饮水厅推荐健康饮水生活方式：有助于减肥，缓解压力造成的肠胃疾病，预防蛀牙（以纪念品-市场推广产品-品牌/可出口产品等形式）；
- 把温泉水应用到有机园艺上：推广有机水果和蔬菜食疗；
- 开创与淋浴场相关的公园，提供休闲散步场所；
- 在室外、岩洞里和盐屋推荐健身体育活动，打坐静思、瑜伽、自我修炼以及其它有益身心的活动；
- 利用当地丰富的草药做芳香疗法，植物疗法和制作药茶；
- 使用当地的原材料（葡萄籽、泥土、草药籽等）创建健康项目，例如光脚行走的Kneipp足底按摩道；
- 利用当地草药做桑拿理疗；
- 使用地热能源给浴场和其他设备供暖；减少能源依赖性，使用环保和可再生持续性技术。

我们认为，这些集思广益的建议可为增强当地浴场特色做些贡献，因为在各个浴场已有的自然资源上别出心裁重新思考扩大使用范围，同时不会给经营企业造成额外的经济负担。可以向国家或者欧盟申请拨发成本有关的补贴，因为这些补贴的分配原则主要是看可持续发展性（Strack, 2020）。与四大要素相关的配套

服务可代表持续性发展概念。萨博(Szabó)认为(2016),与可持续旅游行业有关,未来将更重视自然资源。

总结

我们经过研究认为,未来对健康产业会有相当的需求。匈牙利的浴场自然资源丰富有广阔的创新天地,例如通过寻找历史根源,分析水成分,利用自然特性等挖掘自己的特质。不仅要为疫情之后的重新开放做准备,保持严谨卫生条件之外还需要思考开发创新,充分利用资源。因为浴场的顾客不但是沐浴场的“消费者”,而且同时也是洗浴城镇的游客,因此我们预测洗浴行业将随着时代变迁不断发展变化,保护当地现有资源价值和利益,遵守可持续发展理念的旅游形式。休闲旅游可提高生活质量,积极促进身心健康焕发精神。因此,可以预测,目前的限制放松之后,健康旅游业将迅速恢复迎来新的开始。

参考文献

- Aquaprofit (2007): *Országos egészségturizmus fejlesztési stratégia*. <https://2010-2014.kormany.hu/download/b/8e/20000/Egeszsegturizmusstrategia.pdf>. Aquaprofit (2007年)《全国健康旅游发展战略》
- Ákoshegyi, Gy. – Németh, I. (2006): *Fürdők kézikönyve. Tervezés-építés-üzemeltetés*. Magyar Fürdőszövetség, Budapest. 阿克什海吉·Gy、内迈特·I (2006年)《浴场手册 - 设计 - 建设 - 经营》匈牙利洗浴商会, 布达佩斯
- Boros, Sz. – Printz-Markó, E. – Priszinger, K. (2011): Egészségturizmus. In: Michalkó, G. (ed.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. University of Pécs. 博罗什·Sz、普琳茨-毛尔科·E、琳辛格尔·K (2011年)《健康旅游》发表于米哈尔克·G (编辑)《旅游产品设计和开发》匈牙利佩奇大学
- Czeglédi, J. (1999): *Az idegenforgalom gazdaságtana*. Külkereskedelmi Főiskola, Budapest. 采葛莱蒂·J (1999年)《旅游经济》布达佩斯外贸学院
- EHL Insights (2020): *22 Best Practices for your Wellness and Spa During and Post Covid-19*. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/-best-practices-wellness-and-spa-department-covid>. 洛桑酒店管理学院 (2020年)《给温泉疗养和身心疗养行业再疫情期间和之后推荐的22个良好实践》
- Gáspár, E. (2009): *Magyarország geotermikus adottságai. Termálkarszt gyógyvizek Magyarországon*. Miskolci Egyetemi Kiadó, Miskolc, 141–151. 加什帕尔·E (2009年)《匈牙利地热条件. 匈牙利岩溶医用水》年匈牙利米什克尔茨大学, 米什克尔茨141-151页
- Gellai, I. (2004): *Ősi elemek. A fürdő gyógyító ereje. Spa & Wellness*, Geomédia Kiadó Rt., Budapest. 格劳伊·I (2004年)《古老的要素. 温泉的治疗功效》《水疗和养生》Geomédia出版社股份公司, 布达佩斯
- GW (2018): *Global Wellness Economy Monitor*. Global Wellness Institute https://globalwellness-institute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018_v5webfinal.pdf. GW (2018年)《球养生经济监测申报》全球养生协会
- GWS (2020): *2020 Global Wellness Trends*. Global Wellness Summit, www.globalwellnesssummit.com/2020-global-wellness-trends. GWS (2020年)《2020年全球养生趋势》全球养生峰会

普琳茨-毛尔科·埃尔热拜特、莫尔瑙尔·埃丽萨拜陶、凯勒尔·维洛尼考: 匈牙利温泉疗养...

- Gonda, T. – Spiegler, P. (2012): A turisztikai klaszterek szerepe a regionális marketingben. *Marketing & Menedzsment*, 46(1-2):15-25. 贡道·T、施皮格勒·P (2012年) 《旅游集群再区域营销中的作用》《营销和管理杂志》46(1-2):15-25
- Hojcska, Á. E. (2016): Az ásványvizektől a támogatott fürdőgyógykezelésekig. In: Szabó, Z. (szerk): *Fürdővárosok környezete*. Magyar Fürdővárosok Szövetsége, 133-151. 霍伊奇考·Á·E (2016年) 《矿泉水和温泉医疗》发表于萨博·Z (编辑) 《洗浴城镇的环境》匈牙利洗浴城镇联盟133-151页
- Keller, V. – Printz-Markó, E. (2020): A marketinginnovációk szerepe a termál- és gyógyfürdők (spa) szektorában. *Polgári Szemle*, 16(4-6):285-297. 凯勒尔·V、普琳茨-毛尔科·E (2020年) 《营销创新在温泉浴场和温泉水疗中心行业发挥的作用》匈牙利《公民评论》16(4-6):285-297
- KSH (2020): Gyorstájékoztató. Kereskedelmi szálláshelyek forgalma, 2020. július, www.ksh.hu/docs/hun/xfftp/gyor/ksz/ksz2007.html?utm_source=kshhu&utm_medium=banner&utm_campaign=theme-turizmus-vendeglatas. 匈牙利中央统计局 (2020年) 《酒店业简讯》2020年7月
- Lőrincz, K. – Priszinger, K. – Raffay, Á. (2014): Befürdünk? Hazai egészségturisztikai desztinációk turizmusirányítási gyakorlata. In: Martyn, Z. – Vedrédi, K. (eds.): *Cooling Cubes – Fürdőfejlesztési Stratégiák és Hálózatok*. Konferenciakötet, Szeged, 15-31. 勒琳茨·K、普琳辛格勒·K、劳福伊·Á (2014年) 《我们有可能不及格吗? 匈牙利健康旅游目的地旅游管理实践》发表于毛尔廷·Z、韦德莱迪编·K (编辑) 《Cooling Cubes – 水疗中心发展战略和网络》会议报告论文集, 匈牙利塞格德市15-31页
- Magyar Fürdőszövetség (2019): *Trendriport 2019. A hazai fürdőágazat teljesítményének vizsgálata 2019. I. félév*. www.furdoszovetseg.hu/wp-content/uploads/2019/08/furdok-trendriport-2018-2019-i-felev.pdf. 匈牙利洗浴商会 (2019年) 《2019年趋势报告。2019年上半年研究国内洗浴业绩》
- Magyar Fürdőszövetség (2020): *Fürdővédelmi Akcióterv kezdeményezése*. Sajtóközlemény. 匈牙利洗浴商会 (2020年) 《水疗中心保护行动计划》新闻稿
- MTI (2019): *Ezek a legjobb fürdők most Magyarországon: itt a lista!* www.hellovidek.hu/utazas/2019/11/19/ezek-a-legjobb-furdok-most-magyarorszagon-itt-a-lista. 匈牙利新闻社 (2019年) 《匈牙利最佳水疗中心名单》
- MTI (2020): KSH: a hazai gyógyfürdőről és a főváros turizmusáról. *Turizmus Online*, http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/ksh_a_hazai_gyogyfurdokrol_es_a_fovaras_turizmusarol. 匈牙利新闻社 (2020年) 《匈牙利统计局关于国内水疗中心和首都旅游业德报告》
- Navarrate, A. P. – Shaw, G. (2020) Spa Tourism Opportunities as Strategic Sector in Aiding Recovery from Covid-19: The Spanish Model. *Tourism and Hospitality Research*, <https://doi.org/10.1177/1467358420970626>. A·P·纳瓦拉特、G·肖 (2020年) 《新冠肺炎疫情后复兴战略温泉旅游产业的机会: 西班牙模式》旅游和酒店业研究
- Printz-Markó, E. (2010): Innováció az egészségturizmusban. In: Lőrincz, I. (ed.): *XIII. Apáczai-napok Tudományos Konferencia*. Nyugat-magyarországi Egyetem, Győr, 115-122. 普琳茨-毛尔科·E (2010年) 《健康旅游的创新》发表于勒琳茨编·I (编辑) 《第十三届奥帕曹伊学术研讨会》匈牙利杰尔市西匈牙利大学, 115-122页
- Printz-Markó, E. (2019): *Az egészségturizmus rendszere és klaszterszerveződései Magyarországon*. Széchenyi István University, Győr. 普琳茨-毛尔科·E (2019年) 《匈牙利健康旅游体系和集群组织》博士论文, 塞切尼·伊什特万大学, 杰尔市
- Printz-Markó, E. – Molnar, E. I. (2020): Health Tourism – A New System-Model Based on the Four Basic Elements. In: Fotea, S. et al. (eds.): *Challenges and Opportunities to Develop Organizations Through Creativity, Technology and Ethics*. Springer, Cham, 253-267. 普琳茨-

- 毛尔科·E、莫尔瑙尔·E·I (2020年) 《健康旅游 - 基于四个主要要素的新系统模型》发表于 S·福泰奥等人 (编辑) 《通过创造力, 技术和道德发展组织的挑战和机遇》第253-267页
- Ruszinkó, Á. (2006): *Egészségturizmus I.* Heller Farkas Főiskola, Budapest. 鲁辛科·Á (2006年) 《健康旅游》上册, 海莱尔·福尔考什学院
- Smith, M. – Puczkó, L. (2010): *Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika.* Akadémiai Kiadó, Budapest. 史密斯·M、普茨科·L (2010年) 《健康旅游: 医疗、健康、整体实践法》匈牙利科学院出版社, 布达佩斯
- Smith, E. (2019): *Wellness and Spa Trends 2019.* www.countryandtownhouse.co.uk/style/health-and-beauty/wellness-spa-trends-2019/. E·史密斯 (2019年) 《2019年健康和温泉疗养地趋势》
- Smith, E. (2020): *Wellness and Spa Trends 2020.* www.countryandtownhouse.co.uk/style/health-and-beauty/wellness-spa-trends-2020/. E·史密斯 (2020年) 《2020年健康和温泉疗养地趋势》
- Smith, E. (2021): *Wellness Trends 2021.* www.countryandtownhouse.co.uk/style/health-and-beauty/wellness-spa-trends/. E·史密斯 (2021年) 《2021年健康产业趋势》
- Spiegler, P. (2009): A turisztikai imázs és a területi identitás jelentősége a térségi marketingben. *Területfejlesztés és Innováció*, 3(1):16–23. 施皮格勒·P (2009年) 《区域营销中的旅游形象和区域认同》匈牙利《区域发展和创新》3(1):16-23
- Strack, F. (2020): *Gyógyítanak, de milyen áron? Fenntarthatóság a magyar szállodákban.* Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, <https://doi.org/10.15170/tvt.2019.04.04.07>. 斯特拉克·F (2020年) 《治疗的代价是什么? 匈牙利酒店的可持续性》《旅游和乡村发展研究报告》
- Szabó, Z. (2015): Fürdőturizmus – városfejlesztés – térségi modernizáció. In: Galambos, I. et al. (eds.): *Fürdővárosok.* Magyar Földrajzi Társaság, Budapest, 279–289. 萨博·Z (2015年) 《温泉旅游 - 城市发展 - 区域现代化》发表于高兰鲍什·I等人 (编辑) 《洗浴城镇》匈牙利地理学学会, 布达佩斯, 279-289页
- Szabó, Z. (2016): Új kutatási irányok a fenntartható turizmus vizsgálatában. In: Szabó, Z. (ed): *Fürdővárosok környezete.* Magyar Fürdővárosok Szövetsége, Túrkeve, 75–91. 萨博·Z (2016年) 《可持续旅游业的新研究方向》发表于萨博·Z (编辑) 《洗浴城镇的环境》匈牙利洗浴城镇联盟, 图尔凯维市, 75-91页
- Turizmus Online (2018): Gyógyhelyfejlesztés indul Szigetváron. *Turizmus Online*, http://turizmus-online.hu/aktualis/cikk/gyogyhelyfejlesztes_indul_szigetvaron?utm_source=newsletter&utm_medium=napi_turizmus_hirlevel&utm_campaign=21908. Turizmus Online (2018年) 《西盖特瓦尔启动疗养胜地开发》
- Turizmus.com (2019): Trendriport a fürdőkről: emelkedtek a bevételek. *Turizmus.com*, <https://turizmus.com/desztinaciok/trendriport-a-furdok-teljesitmenyerol-1163544>. Turizmus.com (2019年) 《温泉趋势报告: 收入增加了》
- UNWTO (2020): *International Tourist Numbers Could Fall 60-80% In 2020.* UNWTO Reports, www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020. 世界旅游组织 (2020年) 《2020年国际旅客数有可能下降60-80%》
- Varga, Cs. (2004): Lendületben az egészségturizmus. *Spa & Wellness*, Geomédia Kiadó Rt., Budapest, 28–29. 沃尔加·Cs (2004年) 《健康旅游业势头强劲》《水疗和养生》Geomédia 出版社股份公司, 布达佩斯, 28-29页