

# 河北道地药材的文化遗产与现代营销策略研究

史辞辞<sup>1</sup> 赵月璇<sup>1</sup> 冯振洋<sup>1</sup> 张哲<sup>2</sup> 刘兴超<sup>123</sup> 师新颖<sup>123\*</sup>

1 河北中医药大学 2 岐黄燕赵中医药科普基地

3 河北省高校中药开发与产业化应用技术研发中心/河北省中药组方制剂技术创新中心

DOI:10.12238/fcmr.v6i4.11032

**[摘要]** 河北省道地药材作为传统文化的重要组成部分,在文化遗产与产业发展中扮演着至关重要的角色。在文化遗产方面,它能够延续古老的医学知识和地域文化,增强民族的认同感;在产业发展方面,通过现代营销策略的运用,可以拓宽市场,提高其知名度和美誉度。尽管目前已有传统媒体报道和展会活动等成果,但仍然面临诸多挑战:宣传渠道的局限性、新媒体应用的不足;对文化内涵的浅层挖掘,与现代受众的脱节;科普工作的范围狭窄,导致农村和青少年群体的关注度不足。因此,迫切需要采取一系列措施。深度挖掘文化内涵,结合传统与现代创意,塑造品牌形象。利用大数据进行精准营销,借助新媒体直播、短视频等传播方式,开展体验式营销,丰富营销手段。深入校园与社区,结合教育和公益活动,扩大受众基础,全方位促进河北省道地药材的传承与保护,推动其产业的繁荣发展,使这一文化遗产在新时代焕发新的光彩。

**[关键词]** 河北道地药材; 文化遗产; 现代营销策略; 宣传; 科普

中图分类号: G0 文献标识码: A

## Research on the Promotion and Science Popularization of Hebei Genuine medicinal materials Based on Cultural Inheritance and Modern Marketing Strategies

Cici Shi<sup>1</sup> Yuexuan Zhao<sup>1</sup> Zhenyang Feng<sup>1</sup> Zhe Zhang<sup>2</sup> Xingchao Liu<sup>123</sup> Xinying Shi<sup>123\*</sup>

1 Hebei University of Chinese Medicine

2 Traditional chinese medicine popular science base of qi huang yan zhao

3 Hebei Technology Innovation Center of TCM Formula Preparations/Hebei Higher Education Applied Technology Research Center of TCM Development and Industrialization

**[Abstract]** As an important part of traditional culture, authentic medicinal materials in Hebei Province play a crucial role in cultural inheritance and industrial development. In terms of cultural inheritance, it can continue the ancient medical knowledge and regional culture, and enhance the sense of national identity. In the industrial development, through the use of modern marketing strategies, it can broaden the market, and improve its popularity and reputation. Despite the achievements of traditional media reports and exhibition activities, there are still many challenges: the limitations of publicity channels, the lack of new media application; The shallow excavation of cultural connotation is out of touch with modern audiences; The narrow scope of science popularization has led to insufficient attention to rural and adolescent groups. Therefore, a series of measures are urgently needed. Deeply excavate the cultural connotation, combine tradition and modern creativity, and shape the brand image. Using big data to carry out precision marketing, with the help of new media live broadcast, short video and other communication methods, to carry out experiential marketing and enrich marketing means. We will go deep into the campus and community, combine education and public welfare activities, expand the audience base, comprehensively promote the inheritance and protection of authentic medicinal materials in Hebei Province, promote the prosperity and development of its industry, and make this cultural heritage shine new luster in the new era.

**[Key words]** Hebei genuine medicinal materials; Cultural inheritance; Modern marketing strategies; Publicize; Popular science

河北省, 作为一片拥有悠久历史与神秘色彩的地域, 孕育了众多具有地方特色的道地药材。这些药材不仅承载着丰富的文化内涵, 而且构成了中华传统医药体系中不可或缺的宝贵组成部分。从黄芪至枸杞, 从党参至柴胡, 每一种药材均凝聚了河北省人民的智慧与辛勤劳动, 反映了该地区中医药文化的历史渊源与持续发展。随着时代的发展与进步, 河北省的道地药材产业正迎来前所未有的发展机遇, 但同时也面临着严峻的挑战。在全球化趋势日益显著的背景下, 如何保持其独特性, 以及在现代科技迅猛发展的环境中如何传承并发扬其核心价值, 已成为亟待解决的重要课题。

本研究之目的在于探究有效的科普宣传策略, 旨在构建文化传承与现代营销之间的桥梁。此举不仅旨在广泛传播河北道地药材的声誉, 更致力于推动该产业的繁荣发展, 为地方经济注入新的活力。通过深入研究与科学普及, 本研究期望增进公众对河北道地药材独特价值的认识, 激发公众对传统中医药文化的兴趣与热爱, 增强文化自信, 并为中医药的现代化与国际化进程作出贡献。

## 1 河北道地药材概况

河北省道地药材特指在该省特定地理区域内, 经过长期实践验证, 品质与疗效均表现出卓越特性的中药材。这些药材在中医理论的指导下, 经过了临床实践的严格检验, 展现了显著的临床疗效, 因此获得了医学界的高度评价。《本草经集注》<sup>[1]</sup>中记载道“诸药所生, 皆有境界, 江东以来, 小小杂药, 多出近道, 气力性理, 不及本邦”; 李时珍在《本草纲目》<sup>[2]</sup>中也写道“动植形生, 因方异性, 离其本土, 则质同而效异”。因此, 河北道地药材的形成与其产地的自然条件如地形、土壤、气候等密切相关, 这些条件共同作用造就了药材的独特品质<sup>[3]</sup>。以黄芩为例, 该植物主要分布于河北省、山西省及内蒙古自治区等地。特别地, 河北省产黄芩以其优良的品质而著称。研究指出, 河北省春季采集的黄芩药材中黄酮类化合物的含量较高, 从而表现出更佳的品质。与山西省产黄芩相比, 河北省产黄芩在野黄芩苷和千层纸素A的含量上显著更高。黄芩药材中黄酮类化合物的高含量赋予了其清热燥湿、泻火解毒、止血、安胎等药理作用。然而, 山西省产黄芩在单体黄酮类化合物含量上的差异可能对其药用价值产生影响。<sup>[4]</sup>

河北道地药材的历史渊源深厚, 其在古代医学典籍中多有记载, 并在当地传统医药文化习俗中占据重要地位。例如, 黄芪始载于《神农本草经》, 列为上品<sup>[5]</sup>。而知母在《药物出产辨》中记载, 河北易县所产“西陵知母”最为道地。这些药材不仅在历史上被广泛使用, 而且在当地传统医药文化中也扮演着重要角色。此外, 河北安国, 古称祁州, 被誉为“药都”, 其药业历史可追溯至宋代, 兴盛于明清, 至今已逾千年。安国药业的繁荣, 与当地的药王庙有着密切的关系。药王庙供奉着东汉开国皇帝刘秀手下名将邳彤, 相传邳彤精通医理, 为百姓治病, 后被尊为药王, 药王庙也因此成为药业发展的文化象征。相传北宋太平兴国年间, 秦王赵廷美患病, 一祁州南关人揭皇榜进宫, 以数粒药

丸治愈秦王, 后被追封为“皮王神阁”, 香火渐盛, 逐步形成药材交易庙会, 促进了药材加工、种植的发展。

## 2 文化传承与现代营销的关系

### 2.1 文化传承对现代营销的促进作用

品牌的文化内涵对于提升品牌形象具有显著的促进作用, 能够增强消费者的信任感与认同感。以故事营销为例, 通过叙述品牌背后的文化故事, 能够吸引消费者的注意力, 进而增强品牌的吸引力。例如, 诸多传统品牌通过叙述其悠久的历史 and 独特的工艺, 成功地将文化传承与现代营销策略相结合, 从而提升了品牌形象和市场竞争能力。故事营销能够引导消费者产生购买意愿, 通过描绘具体场景和情感需求, 激发消费者的购买欲望, 提高购买转化率。此外, 故事营销还能强化品牌差异化, 通过叙述独特、有趣的故事, 品牌可以展示其独特价值观、文化内涵和核心竞争力, 使消费者更容易记忆并区分品牌。

### 2.2 现代营销策略对文化传承的反哺

现代营销手段可以扩大文化传播的范围, 让更多人了解药材背后的文化。例如, 网络营销带动了传统炮制技艺等文化传承。通过网络平台, 可以更广泛地传播中药炮制文化, 让公众更易于接触和了解这些传统技艺。此外, 现代营销策略如数字化和社交媒体的应用, 也为传统文化的传播提供了新的途径。通过数字文创和数字藏品的推出, 传统文化IP的市场价值得到拓展, 同时增强了文化产业链的发展和协同效应<sup>[6]</sup>。这些现代营销手段不仅让传统文化在现代社会中焕发新生, 也为文化传承提供了新的动力和方向。

## 3 河北道地药材的宣传现状

在河北省, 为了推动道地药材的发展, 采取了一系列全面且深入的策略, 其目的在于全方位提升河北省道地药材的品牌影响力及市场竞争力。首先, 通过举办“河北道地药材现代应用专题学术论坛”, 邀请了众多知名专家对药材的现代应用进行深入探讨, 有效增强了公众对河北省道地药材的认知度。该论坛通过河北广播电视台冀时客户端等平台进行直播, 吸引了近15万人在线观看, 这不仅展示了论坛的吸引力, 也反映了社会对河北省道地药材关注度的提升。

此外, 河北省官方公布了包含41种药材的道地药材目录, 此举为每种药材塑造了独特的“名片”, 提升了它们在市场上的辨识度和美誉度, 为品牌建设奠定了坚实的基础。同时, 河北省亦推动了数字化平台的建设, 特别是产业链大数据平台, 运用先进的信息技术对中药材全产业链进行精准追溯, 确保了产品质量, 增强了消费者信任, 并为企业提供了优化生产管理、提升运营效率的依据。

河北省已构建“中医药+”传播平台, 汲取成功案例之精华, 采用叙事手法, 将药材所蕴含的历史、文化、种植技艺及药用功效等元素融入至视频、图文等多种传播媒介中, 进一步彰显了河北道地药材的独特魅力。

在知识普及、品牌建设、市场拓展、文化传播以及提升公众体验等多个维度, 河北省的道地药材发展策略已取得显著成

效,为该地区药材的可持续发展描绘出宏伟蓝图,并为中医药文化的传承与创新注入了新的活力。然而,河北省在中药材种质资源研究与应用领域的发展起步较晚,面临诸多挑战,包括优质品种的稀缺、生产技术的落后以及中药材综合利用技术的不足,这些问题不仅影响了药材的品质和产量,还导致了资源的浪费和环境的污染。尽管已有部分品牌荣获国家地理标志产品认证,但冀药品牌在全国范围内的影响力仍需进一步加强。展望未来,河北省需持续深化并优化相关政策的实施,以促进中药材产业的高质量发展。

#### 4 基于文化传承与现代营销策略的宣传与科普策略

##### 4.1 深入挖掘文化内涵,打造特色文化品牌

组织学术界与专业领域的专家深入挖掘并整理文化故事,结合现代设计理念,塑造具有特色的品牌形象。例如,可以设计专属的文化标识,如“思州石砚制作工艺”,通过营销策略促进非物质文化遗产的保护、传承以及可持续发展。此举不仅有助于文化遗产的保护,还能通过文化品牌化的发展策略,推动文化的传播。

##### 4.2 创新现代营销策略

###### 4.2.1 网络营销

通过应用搜索引擎优化(SEO)、社交媒体广告投放、网络直播带货等网络营销策略,可以有效提升药材品牌的知名度和销售业绩。以王老吉与网易的品牌跨界营销合作为例,该合作通过富有创意和情感共鸣的营销手段,促进了品牌的年轻化和个性化发展。此外,腾讯与故宫博物院的联合项目“古画会唱歌”音乐创作大赛,成功吸引了众多用户的参与和投票,为公众提供了一个与传统文化深度互动的平台。

###### 4.2.2 体验式营销

实施药材种植园观光及中医药文化体验之旅等项目,使消费者能够直接体验药材的独特魅力,从而提升品牌忠诚度。例如,别克VELITE 5“美好屋托邦”项目,通过构建消费者所需求的环境,使消费者沉浸其中,深刻感受到产品的价值。7喜与滴滴出行在上海、广州、青岛、重庆四大城市联合推出的专车彩蛋车服务,为加班的白领群体提供专车服务,创造了一种独特的打车体验。

###### 4.2.3 跨界营销

针对电子竞技、食品、美妆以及旅游等行业的合作进行深入探讨,通过推出联名产品或定制旅游线路,以拓展目标消费群体和市场空间。以《王者荣耀》与《名侦探柯南》的跨界合作为例,该合作通过将游戏角色与动漫角色的融合,创新性地推出了新的皮肤设计和游戏体验。基于此,本研究提出可利用中药材的独特属性,结合其形态、功效以及河北省的文化元素,塑造具

有地域特色的专属品牌形象,以此吸引年轻消费群体,并进一步提升品牌在市场中的形象。

##### 4.2.4 扩大宣传科普受众范围

针对不同受众群体,本研究制定了定制化的宣传策略。例如,《科技创新小达人》采用“动漫+情景剧”的表现形式,为青少年群体提供了一把开启科学世界大门的钥匙。而《养生长寿指南:中老年保健防病手册》则为中老年群体提供了全面的健康指南和建议,旨在帮助他们提升生活质量。

#### 5 结论

本研究深入探讨了河北省道地药材在文化传承与现代营销策略中的桥梁作用,强调了文化内涵在提升品牌形象、增强消费者信任与认同感方面的重要性。通过故事营销等手段,讲述品牌背后的文化故事,吸引消费者,增强药材的市场吸引力。同时,现代营销策略如数字化和社交媒体的应用,使传统文化得以超越地域与时间的限制,为传统文化的传播提供了新的途径,使传统文化在现代社会中焕发新生。鉴于市场环境的快速变化和消费者需求的日益多元化,为了确保河北省道地药材持续保持其市场活力,应不断探索新的传承方式和营销策略,以确保其在文化传承与现代营销的双轨上稳健前行,为传统中医药文化的弘扬与发展注入持续的动力。

#### [基金资助]

河北中医药大学国家级大学生创新创业训练计划项目(202414432035)。

#### [参考文献]

- [1]胡锐,赵雪丽,王宁,药性与功效相结合对部分寒性中药的聚类分析[J].陕西中医药大学学报,2016,39(05):108-112.
- [2]唐仕欢,杨洪军,黄璐琦.论自然环境因子变化对中药药性形成的影响[J].中国中药杂志,2010,35(01):126-128.
- [3]李梦.道地药材药性与生长环境关联关系研究[D].北京中医药大学,2020.
- [4]申洁,李珮,刘双双.河北与山西产黄芩药材中主要黄酮类成分的含量比较研究[J].中国现代中药,2019,21(4):487-493.
- [5]及华,张海新,王琳,等.河北省道地中药材—黄芪[J].现代农村科技,2022(9):124.
- [6]保冠华,陈渤森.文化振兴背景下的中国企业营销转型研究[J].现代市场营销,2023,13(3):37-43.

#### 作者简介:

史辞辞(2001--),女,汉族,河北邢台人,硕士生,研究方向为中药药剂学。

#### \*通讯作者:

师新颖(1981--),女,河北中医药大学,馆员,硕士。