

“一带一路”战略下中医药服务贸易的发展机遇与对策

白琦瑶 侯胜田 袁 剑 于海宁

(北京中医药大学管理学院, 北京, 100029)

摘要 “一带一路”战略为中医药服务贸易的发展带来了新的机遇。现从跨境交付、境外消费、商业存在及自然人流动4种服务贸易模式出发,总结中国中医药服务贸易的现状,在此基础上,分析“一带一路”战略带给中医药服务贸易的机遇,并提出“一带一路”战略下中医药服务贸易的发展建议:重点发展中医药健康旅游;优先发展中医药图书与远程教育;加快海外中医药机构布局建设,鼓励民间资本境外投资;扩大中医药人才的出口规模。

关键词 一带一路;中医药;服务贸易

Discussion on Development Opportunities and Countermeasures of TCM Service Trade under the Strategy of “One Belt and One Road”

Bai Qiyao, Hou Shengtian, Yuan Jian, Yu Haining

(School of Management, Beijing University of Chinese Medicine, Beijing 100029, China)

Abstract The strategy of “One Belt and One Road” brings new opportunities for the development of Traditional Chinese medicine (TCM) service trade. Based on the 4 modes of trade in services, such as Cross-border Supply, Consumption Abroad, Commercial Presence and Movement of Personnel, this paper summarized the current situation of TCM trade in China, analyzed the opportunities of “One Belt and One Road” for TCM trade, and gave some advices: Focus on the development of TCM medicine tourism; Develop TCM book industry and distance education firstly; Speed up the construction of overseas Chinese medicine institutions, Encourage private capital investment; Expand the scale of Chinese medicine talent export.

Key Words One Belt and One Road; Traditional Chinese medicine; Service trade

中图分类号: R2-03 文献标识码: A doi: 10.3969/j.issn.1673-7202.2018.02.059

中医药服务贸易指不同国家之间所发生的与中医药服务相关的买卖与交易活动,其已成为我国服务贸易的重要部分。服务贸易包括跨境交付、境外消费、商业存在和自然人流动4种提供模式,中国的中医药服务贸易也是通过这4种模式交叉完成的^[1]。

作为新时期我国中医药事业发展的主要任务之一,发展中医药服务贸易同时对于推动我国服务贸易发展、促进我国经济转型、传播中华文化及中医药文化具有重要作用,“一带一路”战略的出台更是为我国中医药服务贸易带来新的发展机遇。现结合我国中医药服务贸易的发展现状,分析“一带一路”战略为中医药服务贸易带来的机遇,为我国中医药服务贸易的发展提出建议。

1 中国中医药服务贸易发展现状

1.1 跨境交付:中医药图书为主要发展领域 跨境交付的表现形式包括远程教育、远程诊疗、中医药相

关的图书和音像产品的编辑出版、认证、考试等服务。目前,海外的中医药图书发展呈现一定规模,海外的中医药类图书可分为两类,一类是用于中医药教育的教材,此类书籍在版本和内容的规范化,概念、术语翻译标准化以及编写理念的本土化方面都亟需加强;另一类是面向所有消费者的非教学用书,这些书籍多以普及和介绍中医及中医文化为主,种类单一,学术水平一般,翻译水平也需要提高^[2]。

此外,跨境的中医药远程教育、认证、考试等服务都不成规模,相关资料较少;中医远程诊疗也处于起步阶段,能够实现电子病历、影像等资料的传递,借助视频、虚拟环境等手段或者使用中医四诊仪等有关设备能够实现面诊、舌诊、问诊及脉诊的数据采集,但闻诊目前无法实现^[3]。除了技术上有待发展,中医远程诊疗和咨询的需求也相对较少,主要受众是华人华侨。

1.2 境外消费:中医药国际教育初具规模,中医药

基金项目:国家社会科学基金项目(16BGL009)——推进中医药服务贸易发展路径与策略研究

作者简介:白琦瑶(1994.10—),女,在读硕士研究生,研究方向:中医药服务贸易、医疗旅游, E-mail: baiqiyao1017@163.com

通信作者:侯胜田(1963.02—),男,博士,教授,硕士研究生导师,研究方向:中医药服务贸易、医疗旅游, E-mail: houst@126.com

健康旅游“整装待发” 境外消费的形式主要包括到中国进行中医药学习、旅游、康复治疗及与中医药相关的文娱服务等。到中国学习中医药、进行中医药健康旅游是最常见的 2 种方式。

中国境内提供中医药教育服务的以中医药院校为主,据《全国中医药统计摘编》统计,2006—2015 年,全国高等中医药院校留学生每年招生人数在 1 200~1 900 人不等,在整个来华留学生教育中排名第二^[4],招生人数整体呈上升趋势,环比增长率在 -14.38%~17.66% 之间。亚洲招生人数最多,占当年招生总人数的 65% 以上,且占比呈现波动下降趋势;次多的是欧洲和北美洲,占比最高可达 10.50% 和 14.94%,且占比整体呈现上升趋势。见表 1。境外消费占据当前我国中医药教育服务贸易出口的最大份额,但与发达国家优势学科的教育服务贸易相比,中医药作为我国的优势学科所带来的服务贸易出口额还很小^[5]。

随着中医药“走出去”,中医药健康旅游迅速发展。广东省率先提出“中医药养生文化旅游”口号,于 2011 年推出全国第一批“中医药文化养生旅游示范基地”共 19 家^[6],随后北京市推出 35 家“北京中医药文化旅游示范基地”,浙江省推出 12 家“中医药文化养生旅游示范基地”。三亚市中医医院是最早在全国开展中医药健康旅游的医疗机构,已接待超过 6 个国家的客人 40 余批,35 000 余人。据 2014 年对全国 24 个省(市、区)的调查,共有 454 个景区点、度假村等机构在从事中医药健康旅游服务,有 15 家中医医疗机构正在开展中医入境医疗旅游^[7]。相关政策也陆续出台,已先后有 6 部政策涉及中医药健康旅游,其中包括 1 部专门政策《关于促进中医药健康旅游发展的指导意见》,国家中医药健康旅游示范区(基地、项目)建设也已经启动。

1.3 商业存在:呈现全面发展趋势 商业存在主要包括在境外开设中医药店、诊所、中医院及中医药教育机构等。目前这类机构呈现出全面发展趋势,越来越多的中医药机构和企业在海外设立或者准备设立分支机构,使得海外中药店、中医药医疗及教育机

构增长快速,辐射到的国家(地区)也越来越多。仅同仁堂,截止到 2014 年底,已经在全球 70 多个国家和地区注册了商标,拥有海外零售终端 107 家,医疗机构 60 家;2014 年以来中国已支持在海外建设 10 个中医中心。

海外中医药教育机构也是商业存在的另一种主要形式。以高等中医药教育为例,据不完全统计,我国 42 所中医药高等院校几乎都参与了“境外”教育机构的中医药教学工作或教育项目,有超过 7 所在“境外”明确有办学机构^[8]。目前,开办中医教育的国家已超过 40 个,院校达数百所,仅在美国,中医类院校已经遍布 22 个州^[5]。此外,还有许多其他类型的中医药机构,如甘肃省在海外成立的 8 个岐黄中医学院,在开展中医药医疗服务的同时进行中医药教育和培训工作。

1.4 自然人流动:形成初步规模,仍然有发展空间

自然人流动主要包括有中医药相关资质人员到国外从事临床、美容、保健或教育、科研等服务。目前,中医药相关的自然人流动发展并不成熟,主要体现在其发展渠道仍以官方组织为主,包括由官方外派到国外合作机构和驻外医疗队中的中医药人才,不符合以民间和个人组织为主的国际主流模式。但近年来,自然人流动显现出较为活跃的态势,中国外派的医疗劳务人员中,中医师占医师人员总数的 60%,目前每年派出中医临床医师 2000 人,在境外年门诊量约 700 万人次^[9]。同时,每年都会有许多中医药院校的老师、中医院的专家应邀出国讲学、出诊,传播中医药文化。

2 “一带一路”战略为中医药服务贸易带来的机遇

“一带一路”战略积极主张扩大相互间留学生规模,开展合作办学,加强旅游合作,扩大在传统医药领域的合作。《中医药“一带一路”发展规划》(以下简称《规划》)的出台,更是为中医药服务贸易的发展提供了支持,指明了方向。

2.1 跨境交付:良好的中医药基础为教育带来更大发展市场 从中国中医药服务贸易的发展现状可以看出,与中国开展中医药教育合作的国家,大多来自

表 1 2006—2015 年全国高等中医药院校留学生招生情况

项目	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
招生总人数(人)	1 319	1 552	1 693	1 465	1 638	1 857	1 590	1 608	1 807	1 657
招生总人数的环比增长率(%)	-0.68	17.66	9.09	-13.47	11.81	13.37	-14.38	1.13	12.38	-8.3
本年亚洲招生人数占比(%)	89.39	89.63	80.80	86.08	83.88	68.87	77.61	73.01	65.36	76.52
本年欧洲招生人数占比(%)	3.03	3.29	9.33	4.85	7.26	10.50	6.98	10.01	8.63	5.91
本年北美洲招生人数占比(%)	4.47	3.29	6.85	4.85	3.30	11.36	8.36	5.04	14.94	5.25

“一带一路”沿线;此外,全国高等中医院校的留学生大部分来自于中医药基础较好的亚洲国家,欧美招生比例逐年上升,说明欧美地区对中医药的接受程度也在不断提升;其次,境外开办的中医中心、教育机构、药店等大部分位于“一带一路”沿线国家。《规划》提出要开展中医药公共外交,通过教育合作方式以及利用使领馆、中医中心、孔子学院等平台,促进中医药文化在沿线国家的传播与推广。这必然能够扩大中医药文化的海外需求,促进中医药相关的书籍、音像、远程教育等发展。

2.2 境外消费:中医药国际教育及健康旅游迎来快速发展时代 “扩大相互间的留学生规模”“将中医药学科建设纳入沿线高等教育体系,面向沿线国家开展中医药学历教育、短期培训和进修”等相关政策主张,为中医药国际教育提供了良好的发展机遇。

在旅游方面,我国一半左右的入境旅游者来自“一带一路”沿线国家。近年来,中国积极加强与各国在旅游业的合作,互办“旅游年”“丝绸之路旅游年”等,向海外观众介绍中国的旅游资源和特色旅游产品;在世界各地的旅游推介会上,中医药健康旅游已经被作为中国特色旅游的重要一部分展示给海外游客。

中医药健康旅游迎来快速发展时代的一个重要标志体现在,各项政策为中医药健康旅游的发展指明了方向,主要包括:1)推出旅游产品和线路;2)打造示范基地、旅游综合体;3)开发旅游商品;4)扩大宣传,打造旅游品牌;5)引导中医药健康旅游规范化发展。

2.3 商业存在:为海外中医药机构提供更多有利条件 政策、资金、贸易合作等是海外中医药机构能否稳步推进的重要因素,“一带一路”战略将深化在这些方面的合作,为海外中医药机构提供发展的有利条件。政策方面,将通过制定扶持政策,加强政府间磋商,加强在传统医药、中医药相关法律、政策等方面的信息交流,为推动中医药在“一带一路”沿线的合作提供政策保障;资金方面,充分发挥丝路基金作用,为中医药服务的出口信贷、税率征收提供支持 with 优惠,鼓励社会资本注入及多元化投融资模式的发展;贸易合作方面,通过积极参与与中外自贸区谈判,着重实现贸易投资便利化,降低贸易和投资壁垒。

同时,海外中医药机构的设立,也能带动中医药人才的流动及中药材、中成药等货物贸易的发展。

2.4 自然人流动:为中医药人才流动带来更多机会

“一带一路”战略的实施能够丰富自然人流动的发展渠道。现有的发展渠道以官方组织为主,“一带一路”战略鼓励开展沿线国家的民间组织的交流合作,广泛开展教育医疗等活动,能够带动更多中医药专业人才通过民间和个人组织的渠道进入沿线国家提供中医药服务。

此外,商业存在模式的发展对自然人流动起到很大促进作用。《规划》提出将在“一带一路”沿线建立 30 个中医中心、开展合作办学、建立联合实验室或研究中心并鼓励中医药企业“落户”,中医药服务机构的大量出现能够直接增加在文化交流、教育培训、医疗、科研等方面中医药人才的数量。

3 “一带一路”战略下中医药服务贸易发展建议

3.1 跨境交付:优先发展中医药图书与远程教育

借助“一带一路”沿线国家良好的中医药基础,优先发展以文化传播为主要目的的中医药图书与远程教育。

中医药类图书应该按分类不同有不同发展。一类是用于教学的中医药教材,通过提高编写人员的专业素质、文化背景多样性等解决存在的规范化、标准化和本土化问题;另一类是面向所有消费者的非教学用书,要丰富此类书籍现有种类,增加具有较高学术水平的中医药书籍,满足不同水平消费者的需求,另外,提高书籍的翻译水平和趣味性也非常重要。

远程教育可以借助目前发展较为成熟的“慕课”(Massive Open Online Courses, MOOC)形式开展。但要将中医药相关 MOOC 课程作为在国外开展中医教学的辅助方式,必须在语言、内容的本土化等方面进一步完善。另外,也可以使用微课(Micro-learning)形式,以较短时间(10 min 左右)着重讲解某一个问题的,既可作为教学方式也可作为教学资源供使用^[10]。

3.2 境外消费:重点发展中医药健康旅游 宏观层面,以政策为指导,完善顶层设计,制定发展战略和行业标准,同时加强基础设施建设和人才培养。

微观层面,现阶段应该将重点集中在旅游产品的开发和旅游品牌的打造上。在产品开发上,充分利用自身优势。借助草原、温泉、森林等资源,开发具有地域特色的中医药养生旅游产品;或者借助中医药博物馆、药园等资源,开发中医药参观游产品。旅游品牌的打造,是吸引更多海外消费者选择中医药健康旅游的重要手段。通过举办“中国中医药健康旅游年”、旅游展览、会议和论坛等扩大中医

药健康旅游的海外知名度;也可以通过建立一批中医药健康旅游示范区,树立中医药健康旅游的良好口碑。

3.3 商业存在:加快布局建设,鼓励民间资本境外投资 首先,良好的政策环境是保证海外中医药机构能够立足的基础,政府等相关部门应加强与沿线国家的沟通,深化与各类组织的多边合作机制,就中医药相关的政策法规、市场准入等方面达成共识;然后,按照《规划》的目标,规划沿线中医中心、中医药教育机构、科研机构等的建设,实现海外中医药机构在“一带一路”沿线的初步布局;此外,海外中医药机构的全面发展必须依赖大量资本,要吸引民间资本境外投资,鼓励增加海外中医药机构中合资或独资机构的数量,同时,引导国内外中医药机构间的合作,将国内的资金、人才、管理经验等投资到国外中医药机构中,实现中国中医药医疗服务贸易商业存在的渗透式发展,减少海外中医药机构建设的贸易壁垒^[8]。

3.4 自然人流动:扩大中医药人才的出口规模 中医药人才“走出去”,需要国家、机构及个人都做出努力。国家方面,增加各类渠道上中医药人才出口的比例及数量,官方渠道上,抓住中国将与周边国家深化医疗卫生合作的机遇,增加外派批次,在中医具有优势的合作项目中提高中医药人才比例;民间渠道上,通过谈判,放开海外对中医药行业人员的就业限制,鼓励民间中医药机构与国外建立合作项目,活跃中医药人才的流动;还可以通过设立自然人流动的对等互惠条件来为中医药人才创建更为方便的流动渠道。机构方面,结合本机构在“一带一路”背景下的战略定位,改进人才培养模式,可通过中医药教育主管部门、教科研单位、企事业单位等不同类型机构之间的“强强联合”,发挥“协调创新”的优势,实现人才培养目标^[11]。个人方面,要成长为一名复合

型的中医药人才,除了中医药知识外,语言、管理、营销等方面的知识也需要补充。

4 小结

近年来,中医药服务贸易受到政府大力支持,在国际市场上的接受程度逐步提高。“一带一路”战略为其带来了更多的发展机遇,使得中医药服务贸易具备了进一步发展的有利条件,市场前景广阔。中医药服务贸易的发展需要一个循序渐进的过程,要积极把握机遇,落实支持政策,结合中医药服务贸易现状,有重点、有先后推进。

参考文献

- [1] 黄建银. 解读中医药的国际服务贸易[J]. 中国医药导报, 2007, 4(28): 16-23.
- [2] 曲倩倩, 田杨, 李亚军. 在“一带一路”背景下的学术图书“走出去”——以中医药图书“走出去”工作实践为例[J]. 出版广角, 2015, 20(4): 69-71.
- [3] 谢晴宇. 基于系统复杂性的中医远程诊疗体系研究[D]. 北京: 北京中医药大学, 2010.
- [4] 陈丹丹, 刘崧, 张菱菱. 高等中医药教育服务境外消费出口结构分析[J]. 产业与科技论坛, 2013, 12(23): 111-112.
- [5] 崔媛媛, 杨逢柱, 王梅红. 中医药教育服务贸易模式及其问题研究[J]. 现代商业, 2016, 10(7): 191-192.
- [6] 刘思鸿, 李建鹏, 安欢, 等. 中医药养生保健旅游发展探析[J]. 国际中医中药杂志, 2014, 36(5): 393-396.
- [7] 李宗友. 中医药健康旅游正在兴起[N]. 中国中医药报, 2014-11-05(3).
- [8] 李铭, 段婷, 左嫻华. 高等中医药对外教育浅议[J]. 中国中医药现代远程教育, 2012, 10(21): 84-86.
- [9] 李振吉. 中医药国际服务贸易实务[M]. 北京: 人民卫生出版社, 2014: 81, 102.
- [10] 聂娅. “慕课”背景下中医基础理论课教学改革思考[J]. 中国中医药现代远程教育, 2015, 13(2): 94-95.
- [11] 杨逢柱, 王芳. 中医药国际服务贸易发展战略刍议[J]. 湖南科技学院学报, 2016, 37(4): 116-118.

(2017-04-12 收稿 责任编辑: 杨觉雄)