

略论中医药文化产业化

肖燕 宁泽璞 指导:蔡光先

(湖南省中医药研究院,湖南省长沙市麓山路58号,410006)

摘要 中医药文化是中国人民数千年来与疾病做斗争的经验总结,内蕴丰富,吸纳了多学科知识。在当今社会,中医药文化产业化的领域宽广,已成为第三产业中的新兴行业。中医药文化的历史传承是其产业化的社会基础;知识要素的独特性是其核心竞争力;并且中医药文化产业具有良好的社会公益性,应成为国家文化事业的有机构成。

关键词 中医药文化;产业化

On industrialization of the Culture of Chinese Medicine

Xiao Yan, Ning Zepu, instructor: Cai Guangxian

(Hunan Institute of Chinese Medicine, Add.: No. 58, Lushan Road, Changsha, Hunan Province, Post code: 410006)

Abstract TCM culture is the experience on disease accumulated by Chinese people over thousands of years. Its plentiful content has absorbed knowledge from multiple disciplines. The scope of TCM culture is so broad that becomes an emerging industry in the nation's tertiary industries. During the process of industrialization, historic inheritance is its social foundation, uniqueness of TCM knowledge is core competitiveness. Moreover, TCM culture can contribute to public benefit, therefore, it should be an integral part of the countries' cultural undertakings.

Key Words TCM Culture; Industrialization

中医药文化是中华民族数千年积累的防病治病保健养生理论和方法的总和,她孕育于中华文化,蕴含古代朴素的辩证唯物主义思想,吸纳了天文、地理、气象、物候等多学科知识,以哲学思辨认识人体与客观环境的关系,她道法自然,采用天然药物,重视发掘自身能量抵御疾病。中医药文化天人合一、上工治未病、辨证论治等思想理论,体现了学科体系与自然规律和谐的认知关系,从方法学上因势利导,扶正祛邪,平衡阴阳,表达了疾病消长转归过程中对整体生命功能的尊重,从内涵上决定了它是一种可持续发展的学术思想体系。中医学虽然是举世公认的民族文化,但其理论构建基于高度抽象的阴阳学说,以人类所处的自然生态环境为研究背景,追求人体自身以及人体与客观环境的整体和谐,由此形成的学科体系具有较好的普适性。如顺应自然节律的“春夏养阳,秋冬养阴”,规范针灸穴位的“同身寸”,认识人体的“肾为先天之本”,解说病理的“痛则不通”等,都是超越地域和民族人种的。随着国际文化交流的日益增进,中医学在海外的应用逐步递增,中医学说既是民族文化的重要构成,也是人类文明的共同财富。随着人们对健康认识的深化和对中医本质的正确认识,中医药文化中的养

生思想、保健方术越来越为人们喜闻乐见和身体力行,因此,中医药文化具有产业化的核心元素和社会基础,开发中医药文化产业,有利于提高全民健康水平。从世界经济发展史看,人类经济活动经历了农业文明、工业文明和现代科技三个阶段,由此形成三种产业划分。第三产业下设15个类,中医药学科与其中的科研、技术服务、居民服务、教育、卫生、文化等多个产业领域相关。换言之,中医药文化产业化的领域非常宽广。以中医经络理论、生物全息论为理论支撑,外治按摩(足疗)为主要手段,复方功效为辅助措施的保健洗(足)浴,已经成为第三产业中颇具规模的新兴行业,极具中医药文化产业化开发的示范意义。

1 中医药文化的历史传承是其产业化的社会基础

任何一种行业,其产业化的过程,必定伴随与之相关的消费理念以及消费模式的社会认同。这种社会认同与行业文化理念的传播普及程度成正比,且互为因果。足疗治病、护足保健,是中医药文化理论之一,早在《黄帝内经》中就有“病在头者取之足”。临床实践证明,按摩或药物外敷涌泉穴可治疗多种疾病,如高血压、失眠、偏头痛、感冒、顽固性呃逆、复发性口腔溃疡、小儿咳喘等。虽然这些针对性的治疗方药属于专业医学范畴,但护足保健的观念已经深入人心,一些足部保健方法已经成为大众生活习俗,如睡前热水浴足、由足

底按摩保健衍生的“健康踩石”等。以中医药理论为支撑基础,中医药方术为主要手段,结合现代社会亚健康人群比例偏高,生活节奏加快引发短暂性疲劳不适并容易诱发宿疾的现实需求,采用休闲式保健而开设的洗(足)浴,其理念和功效互为印证,一经面市,全无疑义,市场份额迅速扩大,从业人员急速递增。据互联网公布的《中国休闲保健产业发展报告》介绍,2007 年全国休闲保健企业逾 60 万家,相关产品企业 300 余万家,年产值超过 2000 亿元人民币。其中采用的中医方法有穴位针灸、按摩推拿、刮痧、足疗、拔罐、药浴、香熏等,由此可见中医药文化产业化是切实可行并大有可为的。以湖南省长沙市洗浴保健业为例,地方商务部门 2007 年的统计数据表明,长沙市保健休闲洗浴网点过万家,营业面积 4000 平方米以上的有 15 家,1000 平方米以上的上千家,从业人员 15 万,全行业年营业额达到 30 亿以上,超过全省县级及县级以上中医院营业额的总和,占全市 GDP 的 2%,上缴税收超过 2 亿。足浴保健在长沙如此迅速成长为颇有影响的产业,与长沙地域的中医药文化传承是分不开的。长沙是国务院首批公布的 24 个历史文化名城之一,具有深厚的中医药文化底蕴。1973 年冬,在长沙马王堆三号西汉古墓出土医书 14 种,据考证,这批书最早成书于春秋时期,最晚为秦汉之际。其内容较《黄帝内经》《神农本草经》等典籍更为原始和古朴,以帛书《五十二病方》内容最丰富,全书约 15000 余字,涉及病名 100 多个,治疗方剂 280 余首,药物 240 多种。这批出土的医书,是我国目前已发现的最早的医学文献,足见长沙中医药文化渊源之久远。中药足浴保健在长沙地区认同度非常高,再加上洗(足)浴所采用的休闲方式,屏蔽了职场的高度用心,也无医疗场所健康警觉的心理负担,成为人们表达关心、增进友情的载体,受到家庭亲情、友人交往、个人保健以及现代商务的普遍青睐,因而具有比较稳定的消费群体。

2 知识要素的独特性是中医药文化产业的核心竞争力

中医药文化产业化,无可避免地要面对市场竞争。产业化是随着社会文明的进程诞生的,当一种好的产品社会需求不断扩大,只有产业化才能满足不断增长的需求。同理,一旦产品不为社会所接受,失去了市场,产业也必然消亡。因此,生存和发展的竞争,可以说是产业化与生俱来的挑战。保健洗浴从足浴开始,由于其良好的功效和经营模式,为社会广泛接受,随后嫁接到旅游业。2005 年,长沙地区已有专门针对游客设计的宾馆式足浴服务,服务环境提示著名旅游景点、

星级酒店、知名餐馆,悬挂交通图以方便游客,受到长沙旅游局的欢迎,被看作双赢的行业对接点。由于足浴业的商业成功,其他洗浴业也逐渐引进健康概念和休闲文化,把单一的目的性服务做成健康休闲的文化品味,既增强市场竞争力,也提升本身的商业价值。如洗头护发就引入了头颈按摩保健,叠加面部护肤和养发,应用会所场馆式服务,搭建一种融洽的交流时空,成为友情休闲和商务交流的一种选择,有效拓展了自身市场。引入了保健和文化休闲两个元素,洗浴业的商品外延得到有力拓展,市场竞争力明显增强。

剖析产业化的诸多要素,生产资源、人力资源都是必不可少的。但其核心竞争力,在于知识要素。知识要素不同于任何其他生产要素。首先,它不会呈现物理性消耗,可以一再重复使用,也可以异地多处使用。由中医药学术体系构成的产业知识要素,更具有时效持久的特点,不会发生技术过时的问题,只有应用过程的完善,无需彻底换代更新。从产业化的角度来认识中医药文化,数千年历史验证的有效性,中医药学术思想体系的独特性,构成中医药文化产业的核心竞争力。不论有多少行业和资金来参与,其客观效果都是中医药文化的普及应用。培植了中医药文化市场,就是培植了中医药文化产业的市场,而中医药文化产业的发展壮大,必然会带动中医药文化的普及,由此而形成文化普及与产业市场互补的良性循环。因此,中医药行业首先要自身对本学科文化加强产业化开发性研究,在充分市场调研的基础上,筛选出一批适合进行产业化开发的技术项目。这些项目可以是种类筛选,如已经有一定社会应用基础的推拿按摩、刮痧拔罐、药膳食疗;也可以是理念引导,如冬病夏治、治未病。理念引导是文化元素的物化过程,这个价值需要业内正确认识,加以发扬光大。比如“伏贴”,经过几年的推广应用,随着理念的普及,经济效益直线上升。相当数量的中医院都把“伏贴”当作一个重要的效益点,组织配套了系列药物,开设了专门的门诊,营业额也相当可观。由此,我们可以从两方面来解读文化产业化。一是学科文化理念与大众生活对接,可以催生出产业效应。由国家中医药管理局启动并正在实施的治未病健康工程,是学科文化理念产业化的良好契机。二是以具有普适性的学科文化为核心元素,能造就具有规模效应的产业。长沙保健休闲洗浴业的兴盛,已经证明中医药保健方术是具有产业价值的。中医药文化还具有多元的社会经济价值,开发前景非常广阔。如中药种植园的景观价值,中医药历史名胜的旅游价值,传统药材炮制工艺、器具的史学人文价值等。在加强自身产业

化开发研究的同时,要开阔眼界和思维,积极引进新模式新概念。古代先贤荀子非常推崇借势,他说:“登高而招,臂非加长而见者远;顺风而呼,声非加疾而闻者彰。君子性非异也,善假于物也。”在中医药文化产业化的进程中采取行业对接,项目对接,能加快中医药文化产业化的步伐,降低前期成本,使收益期尽可能前移。休闲度假、文化旅游、动漫产业,都可以与中医药文化产业构成互补对接,实现战略合作的双赢和社会效益与经济效益的双赢。

3 中医药文化产业具有良好的社会公益性

中医药文化是一种关于健康的文化,无论其理论体系还是方药技艺,其直接目的是祛病强身健体,以此为核心元素的产业必然是与健康相关的。现代社会,健康问题已经不仅仅是个人的生老病死私事,而是关乎人力资源素质和影响国民经济的大事,无论是政府医疗费用的增长还是国民劳动能力的下降,都会拖累国民经济的指数,这已经是各国的共识。大力发展中医药文化产业,以此促进大众健康意识加强,保健能力提升,保健水平提高,是惠民利国之举。2009年6月25日,国家中医药管理局中医药文化建设与科学普及专家委员会成立,同时宣布专家委员会将组织编写《内经文化》系列丛书,打造中医药文化创意品牌。我们期待这将是中医药文化产业化的先声。文化是一个国家的软实力,民族特色文化,是国家文化的名片,从这个意义上说,开发中医药文化产业,已经不只是行业的发展需要。中医药文化是现代经济的一座富矿,从已有的产业化端倪来看,其具有良好的社会公益性。仍以长沙保健洗(足)浴业为例,早在2005年,湖南省残疾人联合会统计,长沙市足浴按摩业直接安置了近2万盲人就业,间接解决了5万~6万人的生活问题。这个数据还没涉及非残疾人群以及足浴延伸的外围行业,如专业门店设计装修、专用药方开发、技师培训等。以中医药文化为核心元素的产业,无论产业的形成还是运营,始终伴随健康文化的传播。从业人员的培训是如此,产品受众亦如此。文化产业完全不同于传统产业的一个重要特征是,它始终贯穿文化的传播和服务性应用,不产生环境污染,不构成对自然资源的破坏,更不受自然资源的制约。中医药文化推崇天人合一,顺势而为,尊重自然规律,重视人体的能动性,其环保的特色就更加鲜明。足浴之外,从事中医推拿按摩业的视力残疾者是一个更庞大的数字,盲人按摩已经成为一种社会服务品牌。完全不需要自然资源消耗,又能大量吸纳残疾人就业,社会公益性来看,中医推

拿按摩学可以说是独领风骚。这种学术的人文价值可以留给社会学家去评说,中医药学人应该充分自信的是:中医药文化产业必定是符合未来文明社会价值观的。

4 中医药文化产业应成为国家文化事业的有机构成

当今时代,文化元素成为经济发展的催化剂,呈现文化与经济共生共荣,共同成为国家实力的构成。任何一个民族的历史,同时也是这个民族的文化传承史。大到一个国家、种族,小到一个企业、家族,文化底蕴愈深厚,其社会关注度愈高,愈有利于提升社会美誉度。世界舞台的角逐经历过军事较量、经济较量后,文化竞争也愈演愈烈。社会现实表明,文化产业越发达,这种文化的受众面越大,消费群体也越大。说明产业化能有力地促进文化传播,文化的传播将带来更大的产业市场。信息时代,文化产品有了更迅捷的传播途径,一种保健食品、一部保健读物、一种饮食理念、一种保健方法,通过互联网可以一夜风靡,并迅速反映到市场消费。近年来,发生在中国的西方节日消费,充分表现了文化传播的市场效应。中国是一个文化资源的大国,但目前还是一个文化产业的弱国。中医药文化,既具有产业价值,又具有民族特色,对其进行产业化开发,其价值绝不限于单纯的经济层面。国家中医药管理局中医药文化建设与科学普及专家委员会表示,将与相关部门沟通,将中医药文化建设纳入国家文化发展规划。这就提示我们,中医药文化产业化,要有严谨的学术态度,科学的市场方法,从产品设计、产品形成到产品应用,始终保持中医药文化特色,最大限度发挥中医药文化不可替代的独到作用。要通过创造一批优秀的中医药文化产品,准确传递中医药文化信息,充分表现中医药文化的科学实用价值。同时,要考虑到中医药理论的古代文化基础与现代人知识背景的差异,客观评价古代朴素辩证唯物主义认识论的合理性和局限性,避免自我陶醉似的盲目骄傲,既要允许社会质疑,更要能让社会释疑。对操作性项目,要严格制定规范,明示适应范围。在行业内应用的产品,应建立资质考核体系,保证产品应用的效果。向行业外推广的项目,应有配套的培训方案,建立质量保障体系。中医药文化产业化,直接目的是促进中医药文化普及,推动中医药事业发展,客观上应达到对民族特色文化的保护性发展,使之成为国家文化事业的有机构成。这既是中医药文化的本来价值所在,也是中医药文化可持续发展的保障。

(2009-10-26 收稿)