

中医药服务贸易的复杂性研究

朱 晨 汪晓凡 孔军辉 李 祺 王莹莹

(北京中医药大学管理学院,北京,100029)

摘要 中医药服务贸易活动涉及众多主体,服务内容多样,体现出明显的复杂性特征。对中医药服务贸易复杂性的清晰认知,是对其进行管理与激励,促进其快速、有序、可持续发展的前提。文章首先对中医药服务贸易主体进行了分类和整体描述,以此为切入点分析了中医药服务贸易的构成复杂性、行为复杂性、关系复杂性和提供模式复杂性,在此基础上,对中医药服务贸易活动存在的问题进行了探讨,并提出了相应的对策与建议。

关键词 中医药;服务贸易;复杂性

Research on the Complexity of TCM Trade in Services

Zhu Chen, Wang Xiaofan, Kong Junhui, Li Qi, Wang Yingying

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

Abstract The TCM trade in services involves many entities, and the service content is varied, making TCM trade in services complex. A clear understanding of its complexity is a prerequisite to manage and motivate them, and to promote their rapid, orderly and sustainable development. Firstly, the entities of TCM trade in services are classified and described in general terms. Then, this paper analyses the constitutional complexity, behavioral complexity, relational complexity and model complexity of TCM trade in services. On this basis, the essay explores the existing problems of TCM trade in services, and puts forward corresponding countermeasures and suggestions.

Key Words Traditional Chinese medicine; Trade in services; Complexity

中图分类号:R2 文献标识码:A doi:10.3969/j.issn.1673-7202.2017.03.044

中医药历经千年传承,逐渐为国外所接受,使用范围不断扩大。长期以来,中医药的对外贸易主要以货物贸易为主,主要包括中药材及饮片、中成药、动植物提取物、保健品、中医医疗器械、中医医用敷料六大类^[1]。中医药产品附加值低,中医药科技技术利用不充分,一直未能实现跨越式发展。因此,国家站在战略的高度提出要发展中医药服务贸易,不断提高中医药服务的国际影响力,有效发挥服务出口对我国中医药事业发展的拉动作用,创造良好的经济效益和社会效益^[2]。然而,中医药服务贸易开始时间短,贸易实践经验少,基础理论研究缺乏,致使中医药服务贸易面临一定困难。中医药服务贸易涉及的主体多,且处于国民经济的不同领域,提供的服务种类也多样,与中医药货物贸易存在着割舍不断的联系,体现出明显的复杂性特征。为促进中医药服务贸易快速、有序、可持续发展,有必要对其复杂性进行全面的梳理和描述。因此,本文尝试对中

医药服务贸易系统的复杂性进行深入探析,并对复杂性所导致的问题进行探讨,提出对策和建议,从而促进中医药服务贸易竞争力的提升。

1 中医药服务贸易概述

1.1 中医药服务贸易内容及其活动主体 中医药服务贸易内容丰富、形式多元,中医药服务贸易主体涉及众多行业。已有研究对中医药服务贸易的内容进行了归纳。黄建银(2012)^[3]、宋霁翔(2015)^[4]、张小凡(2015)^[5]均认为中医药服务贸易包含了医疗服务、教育服务、商务服务、科研服务、文化服务。黄建银(2012)^[3]认为还包括了中医药主题旅游及相关服务(中医药医疗旅游服务)、娱乐及体育服务;宋霁翔(2015)^[4]认为还有娱乐服务;张小凡(2015)^[5]认为还有医疗旅游。本文认为中医药服务贸易内容包括医疗服务、教育服务、科研服务、商务服务、文化服务、中医药主题的旅游服务。并且服务贸易内容是有主次之分的,医疗服务、教育服务、

科研服务、商务服务、文化服务是主要内容,而中医药主题的旅游服务处于次要地位。处于次要地位并不是因为中医药主题的旅游服务不重要,而是在于中医药主题的旅游服务不是发展中医药服务贸易的最终目的,其作用在于能够让更多的外籍人士了解中医药、认识中医药、接受中医药,对中医药服务贸易的开展具有良好的宣传推广作用。

《商务部、国家中医药管理局办公室关于开展中医药服务贸易重点项目、骨干企业(机构)和重点区域建设工作的通知》将企业(机构)类型分成了医疗保健类(医院、诊所和其他)、教育培训类(大学、培训机构和其他)、科研类(科研院所、医疗机构和大学)、产业类(国有企业、民营企业和其他)、文化类(医院、大学、科研机构和其他)和其他类(社团、中介组织和其他);《北京市中医药服务贸易试点单位认定及管理暂行办法》中根据主营业务分为了医疗保健、教育培训、文化出版、科研与标准推广、养生旅游及其他等类别。虽然分类有所不同,但是都与中医药服务贸易内容相对应,因此本文认为也可以将中医药服务贸易主体分为:医疗机构、教育机构、中医药企业、科研机构和其他机构。这些活动主体构成了中医药服务贸易系统,提供各项与中医药相关的服务。服务贸易主体与服务贸易内容对应关系如图 1 所示。

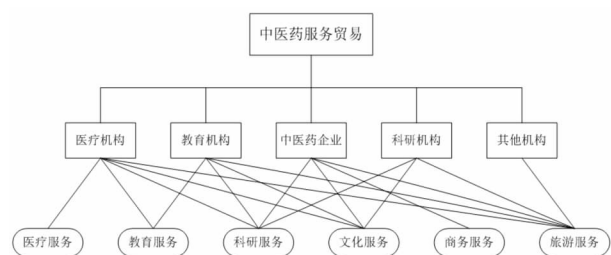


图 1 中医药服务贸易主体与中医药服务贸易内容对应关系

一些服务只能由某一特定的活动主体提供,而另外一些服务可以由若干活动主体提供。虽然活动主体能提供多种服务,但每一活动主体都有一个最为擅长的服务。医疗机构最擅长的是医疗服务,教育机构最擅长的是教育服务,科研机构最擅长的科研服务,中医药企业最擅长的是商务服务。

1.2 中医药服务贸易主体的作用

1.2.1 医疗机构是中医药服务贸易的最主要力量

医疗机构是中医药产品、中医药人才以及中医医疗服务汇集的平台,通过该平台的窗口作用,中医药疗效得以展示。中国境内的中医医院、中医诊所通过境外消费、跨境支付等方式向外籍人士提供

医疗服务。例如,中国中医科学院广安门医院于 2009 年成立国际医疗部,正式收治外籍患者。还依托国际医疗部网络保健院开设了系列养生课,提供远程咨询,视频养生保健国际咨询服务、远程培训等服务^[6];除了像东文医疗这样主要客户是外宾的诊所外,诊所接待外籍人士一般都是通过朋友介绍,接待人数有限且不稳定。境外的医疗机构以当地华人开设的诊所为主,以商业存在、自然人流动的方式提供医疗服务。美国约有 8 000 多家针灸诊所;澳大利亚约有 3 000 多家中医诊所和近 3 000 家针灸诊所^[7]。正是因为中医药有其固有的疗效,海外的医疗机构才得以生存。医疗机构数量多,覆盖范围广,与国外患者直接接触,是提供中医药服务的最主要力量。

1.2.2 教育机构在中医药服务贸易中发挥着基础性作用 中医药教育机构在中医药服务贸易中的作用是基础性的。一方面,中医药教育服务本身就是中医药服务贸易的重要组成部分。中医药教育服务包括与中医药相关的学历教育、职业教育、继续教育、短期培训、专业水平等级考试及认证认可服务,其他中医药教育中的相关服务^[3]。国内的高等中医药院校吸引大量海外留学生前来留学,另外还与海外教育机构建立合作关系共同培养中医药人才。目前中医药服务贸易尚未全面铺开,中医药教育服务是开展最为顺利的项目,对中医药服务贸易的进一步发展起到了支撑性的作用。另一方面,中医药教育机构为医疗机构、中医药企业、科研机构乃至教育机构本身输送了大量的的高素质专业人才。教育机构发展的好坏直接关系到中医药服务贸易的前景。

1.2.3 中医药企业对中医药服务贸易具有积极带动作用 随着中医药国际化趋势的发展,国内不少中医药企业开始进军海外市场,迈出了国际化的第一步。中医药企业开拓海外市场,使得海外的医疗机构提供医疗服务有了物质保障。而且,中医药企业虽然更多地是进行中医药货物贸易,但是中医药企业在出售中药产品时,通常采取“以医带药”形式,在销售中医药产品的同时也提供中医药医疗服务,中医药实体产品走进海外市场也会促进中医药服务贸易发展。北京同仁堂、华润三九等中医药企业采用“以医带药”形式获得了巨大成功,以商业存在的形式在海外发展。据统计,同仁堂已在海外 25 个国家和地区开设了 31 家公司,115 家零售终端、中医诊所和中医养生中心,在海外累计诊疗的患者超过 3 000 万人次^[8]。此外,北京同仁堂与中国航

天科技集团联手,组建了北京同仁堂传媒(香港)有限公司,共同运作亚太卫视同仁堂健康频道^[6]。中医药企业在海外的积极发展推动了中医药服务贸易的发展。

1.2.4 科研机构有助于中医药服务贸易的产业升级 科研机构可以提供科研外包、学术交流和信息咨询等服务^[9]。科研外包主要是为医药企业和研发机构在药物研发过程中提供专业化服务。在西方对天然药物信赖进一步加深的背景下,科研外包服务突显发展潜力,其高技术含量和高附加值对服务贸易进一步升级具有重要的推动作用。学术交流活动有利于中医药专家交流经验、探讨新的科研方向,具有重要的启发作用。信息咨询可以为中医药生产各环节把关,我国是中医药的发源地,在中医药理论和科研上具备优势。科研机构的服务为中医药服务贸易向科技化、现代化发展提供了有力的智力支持,为中医药产业升级提供了强大的动力。

1.2.5 其他机构具有生态性作用 其他机构主要有社会团体、中介、旅行社等。这些机构虽不能直接提供中医药服务,但这些机构有序开展活动可以为中医药服务贸易发展提供良好的“生态”环境。如旅行社串联各中医药资源点,推出中医药体验、中医药养生游等项目,对开展其他中医药服务起到了很好的宣传作用。

2 中医药服务贸易的复杂性分析

2.1 构成复杂 构成复杂主要体现在主体多样和所有制复杂。中医药服务贸易的主体多样,且横跨多个国民经济行业。涉及卫生和社会工作、教育、科学研究和技术服务业、租赁和商务服务业以及文化、体育和娱乐业等多个国民经济行业门类。不同的经济行业具有不同的运行规律,且归口不同的政府部门管理,因此促进中医药服务贸易竞争力的提升,不是哪一个政府部门的事情,需要各政府部门通力合作共同推进。中医药服务贸易主体不仅多样,而且所有制成分复杂。医疗机构中有公立医院、私人诊所,在境外还有一些中外合资的中医院;教育机构基本都是国有单位,像中医药高等教育机构,也有一些民营的中医药培训机构、中外合办的中医学校;中医药企业向海外进军的企业,也都是以国有控股的企业为主,如同仁堂、华润三九,民营企业相对少一些;科研机构几乎都是国有机构。从发展中医药服务贸易的积极性角度来看,国有单位受到约束较多,向海外市场进军的动力不足,而民营机构具有较高积极性。如民营医疗机构积极性较高,有意愿实现

“外贸促内销”;而公立医疗机构,由于国内医疗市场需求尚未满足,受到更多制度的制约,积极性不够。民营机构的灵活性也比较大,如民营医疗机构定价权限大,还接待境外旅行团。但民营机构由于拥有的资源特别是人力资源相对较少,发展并不充分。不同所有制的机构在监管、激励的方式和途径上都是不一样的。

2.2 行为复杂 从图1中可以看出,同一个服务产品可以由多个活动主体提供。服务产品与主体之间并非是线性关系,不是一个主体就对应着特定的某一服务。各主体与各服务间呈相互交叉状。医学是实践性很强的学科,培养医疗工作者不只是教育机构的职责,医疗机构在一定程度上也扮演了教育机构的角色。如医疗服务只能由医疗机构提供,而医疗机构又能提供教育、科研、文化、旅游等服务。如西苑医院开设、承办了多期为期30 d的双边、多边对外培训项目^[10];在对朝阳区的中医医疗机构调研中发现,短期培训、中医药文化对外推广、接待国外旅行团,医疗机构均有涉及。科研工作不单由科研机构完成,教育机构、医疗机构、中医药企业同样可以承担科研任务。如广州香雪制药公司在英国剑桥地区通过合作方式发起设立“香雪剑桥中药国际研究中心”,这是我国第一家由药厂在国外设立的中药研究中心^[11]。医疗机构、中医药企业和科研机构拥有很多中医药文化资源,他们都是中医药主题旅游的中医药资源点,可以让外籍人士了解中医药的历史,体验中医药的神奇,加深对中医药的理解和认可。

2.3 关系复杂 关系复杂体现在中医药服务贸易与货物贸易之间,也体现在服务贸易各主体间。中医药货物贸易与服务贸易发展二者相互促进,相得益彰^[12]。中医药货物贸易可以通过多方面直接或间接地增加服务的供给能力,从而推动服务贸易的发展,显示出中医药服务贸易与货物贸易互动与协调发展的关系。随着中医药货物贸易的发展必然会要求改善与中医药货物贸易相关的基础设施,如中医诊所、中药药店,这些基础设施对服务贸易供给能力的提升和发展也是同样重要。中医药货物贸易进一步发展,会要求服务贸易的发展来为货物贸易发展服务。例如,中药产品的出口必然会促使海外对中医师、中药师的需求,进而引起中医药教育的需求。

各活动主体间是协同与竞争的关系。医疗机构在治疗诸多疾病方面较西医而言达到更好的临床疗

效,更多的外国留学生选择来华学习中医药^[13]。医疗机构提供安全优质的医疗服务,可以促进更多外籍人士接受教育服务,从而扩大了中医药的影响,又会吸引更多外籍人士接受医疗服务。这是相互促进的一面,但因为服务有交集又存在竞争的一面。在提供短期培训服务方面,教育机构与医疗机构各具优势。在教育机构接受短期培训,教师教育理论化水平高,教学设备齐全;而在医疗机构接受短期培训,教师临床经验丰富,患者多,临床实践容易。此时,医疗机构和教育机构就是竞争关系。不同的活动主体均能提供同一服务时,势必会产生竞争。但有序的竞争是中医药服务贸易系统最为活跃的动力,可以促进主体创新,提供更为优质的服务。

2.4 贸易提供模式复杂 贸易提供模式复杂主要体现是提供模式灵活。跨境支付、境外消费、商业存在和自然人流动是 WTO 于 1994 年签署的《服务贸易总协定》所规定的 4 种提供模式。目前,中医药服务贸易四种提供模式均有涉及,境外消费和自然人流动发展较好,跨境支付和商业存在相对薄弱。随着网络技术的发展,中医药在国外的影响力增强,跨境支付和商业存在也会多起来。中医药服务的提供并不依赖于某一种模式,而是多种贸易提供模式共存。在医疗服务方面,医疗机构提供远程中医医疗会诊服务,属于跨境支付;外籍人士来中国接受中医药治疗,属于境外消费;在境外合资办医或开设中医门诊部,属于商业存在;中医师在境外短期开展医疗工作或是援外医疗,属于自然人流动。在教育服务方面,教育机构提供远程教育,属于跨境支付;外国人来中国接受学校或医院的短期培训,属于境外消费;中外合作办学或在境外开设分校,属于商业存在;教师在境外短期教学或开展培训,属于自然人流动。在科研服务方面,为境外机构提供学术咨询,属于跨境支付;境外专家来国内参加中医药学术交流,属于境外消费;国内的医疗机构、教育机构或中医药企业与境外机构合作,建立科研中心或实验室,属于商业存在;硕博士流动,属于自然人流动。而对于旅游服务,提供模式就很单一,只有境外消费一种。贸易提供模式也是不稳定的。有很多中国籍的中医师、针灸师在境外开设诊所,为当地提供中医药服务,这属于商业存在。一旦当这些中医师或针灸师加入外籍,其活动就不再属于中医药服务贸易的范畴了。原本海外诊所流动性就大,很难监测,哪个国家有多少家诊所,有多少中国籍中医师、针灸师在海外从事医疗服务,相关数据难以统计。这些从中医

药服务贸易范畴变成不属于中医药服务贸易范畴的变化就更难以统计。

3 中医药服务贸易存在的问题

3.1 宏观政策尚待细化,中医药服务标准亟需出台

从事中医药服务贸易的主体多,分布在不同的国民经济行业,主体所有制复杂,服务产品类型多样。不同的主体所需要的政策支持也各不相同。国家虽出台了扶持中医药服务贸易发展等宏观政策,但政策不具体,不落地,还不能解决不同中医药服务贸易主体所关心的实际问题。亟需政策支持的问题主要包括:对于教育机构,来华留学生的财政支持问题;对于境内医疗机构,国际保险在我国的对接问题;对于中医药企业,税收减免制度建设问题;对于科研机构,资金资助问题。这些问题的解决都需要有全方位、多层次的政策支持。另外,各项中医药服务缺乏标准,不利于服务产品质量的稳定,无法保障服务产品的市场供给。所以,应当加快各项中医药服务标准的制定和推广。

3.2 主体之间缺乏合作,资源信息互通不足 中医药服务贸易正在如火如荼地进行,但是各主体仍处在单打独斗的状态,缺乏合作,未能实现协同发展,没有形成集群发展的规模,从一定程度上影响中医药服务贸易的效益。在对北京市朝阳区医疗机构调研中就发现,有的接待讲英语、俄语的外国客人不存在障碍,有的接待韩国患者比较多。在接待外宾不多的情况下,不可能英语、俄语、韩语、日语翻译各招聘一名,这时候各医疗机构间的合作就显得很重要。各类信息不能够实现有效共享,国内中医药服务贸易主体对中医药海外发展状况受到自身信息来源的限制。没有充分的信息和数据作支撑,难以做出正确的决策,从而难以制定今后的发展策略。这种情况导致中医药服务贸易的发展受到很大限制。

3.3 发展顺序尚未理顺,总体战略有待制定 医疗机构不能用疗效说话,不管是国人还是外籍人士对中医的认可就会受到重挫,中医药就面临灭亡的威胁。教育机构不发展,医疗机构、科研机构、中医药企业乃至教育机构本身也难以生存。中医药企业不开拓,医疗活动便失去了物质基础,中医无中药可用,针灸师无针可用,医疗服务也无法继续。科研机构不对中医药进行挖掘提高,中医药也不会有质的提升和飞跃。目前,对什么主体先发展,什么主体后发展,如何协调有限的中医药资源进入国际市场,还没有一个统一的认识。如果一味追求服务贸易规模,而忽略服务贸易中各主体的协调发展,那么服务

贸易的发展会遇到挫折。在推动中医药服务贸易发展的过程中,需要确定目标、步骤、突破口,形成整体发展战略,理顺活动主体发展次序是很重要的一环。

4 对策与建议

4.1 加快相关政策的具体化与中医药服务标准的制定 中医药服务贸易发展时间不长,各方面经验不足,仍处在摸索阶段。中医药服务贸易不仅仅关系到卫生部门,同时还涉及到商务、教育、外交、科技、财政、文化等各部门,政府需要统筹协调各部门,出台一系列政策,激发各类活动主体积极性,从而形成一批从事中医药服务贸易的典型机构。各项政策的制定要接地气,能确切解决阻碍开展中医药服务贸易开展的问题,让各活动主体开展业务有抓手。同时,政府部门需要帮助中医药服务贸易主体制定标准,规范其发展,做到每个环节都应当做到有规范可依、有标准可查^[14]。因此要加快中医药服务贸易的服务场所、服务设施、服务用品、服务人员资质、服务流程、服务内容、服务方法、服务接待等各方面的标准制定。有了标准,中医药服务贸易主体也就有了准则,可以有效避免在发展过程中出现各种乱象。

4.2 引入并发挥行业协会的资源整合能力促进主体间合作 中医药服务贸易主体涉及到产、学、研、医等方面。如果各主体分散用力,则会造成资源的浪费。行业协会能够在一定的高度上把握中医药服务贸易发展的现状与趋势,可以建立信息共享机制,有目的地组织中医药服务贸易主体互访交流,培训相关从业人员,定期开展对外交流,推动中医药服务贸易主体间的合作。中医药服务贸易主体要积极树立品牌意识,逐步在消费群体中树立自己的品牌形象^[15]。行业协会应有效地整合资源,牵头打造中医药服务贸易区域集群品牌,使得中医药服务贸易实现集群发展。一些私营的中医诊所、医院没有实力去打造自己的品牌,有了区域品牌,能容易被外界所知晓,较快地在国际市场上有所影响力。在区域品牌下的中医药服务贸易主体均可以享受到区域品牌给他们带来的益处。让不同的主体团结在一起健康有序地发展,就需要这样的资源整合。

4.3 开展全面调研,确定中医药服务贸易总体战略 面对中医药服务贸易的复杂性,需要对整个服务贸易的开展情况进行全面的调研和摸底。通过了解最基层的实际情况和诉求,理顺中医药服务贸易发展顺序,确立中医药服务贸易发展的总体战略,从

而推进中医药服务贸易逐步发展直至全面发展。各地区在制定中医药服务贸易总体战略时需要因地制宜,发挥优势,有所突破。我国幅员辽阔,各地区中医药历史积淀不同,中医药事业发展情况不同,优势也各不一样,那么发展中医药服务贸易的突破口也不相同。中医药教育资源丰富的地区,可以让教育机构先行,积极探索新的办学模式,吸引更多境外留学生,抓住网络优势,推动教育服务迅速发展;中医医疗实力雄厚的地区,可以让医疗机构先行,进一步发挥中医药优势,规范中医优势病种诊疗;中医药企业发展良好的地区,可以让中医药企业带头先行,积极探索中医药走出去的新模式;各项中医药资源集中的地区,可以打出“组合拳”。总之,各地区发展中医药服务贸易需要结合实际情况,量力而行,稳步发展。

参考文献

- [1]杨敬宇,王志宏,周恩宇. 中医药国际贸易实务[M]. 北京:人民邮电出版社,2013:2-3.
- [2]商务部等十四部门关于促进中医药服务贸易发展的若干意见[Z]. 商服贸发[2012]64号.
- [3]黄建银. 以服务贸易推动中医药走向世界[J]. 世界中医药, 2012,7(3):185-187.
- [4]宋霁翔. 中医药服务贸易发展现状及策略研究[D]. 北京:北京中医药大学,2015.
- [5]张小凡. 江苏省中医药服务贸易现状及发展策略分析[J]. 江苏中医药,2015,47(6):63-67.
- [6]王丽莉. 中医药教育服务贸易出口发展现状及分析[J]. 西北医学教育,2016,24(3):355-358.
- [7]王波. 澳大利亚中医针灸的现状与思考[J]. 中国针灸,2008,28(3):228-230.
- [8]卢泽华. 百年老字号海外新征程(中国品牌在海外)[N]. 人民日报海外版,2016-5-3:8.
- [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, 2014:69-70.
- [10]徐峰,夏海萍,车慧. 中医医疗机构在对外短期培训中的差异化定位[J]. 中医药管理杂志,2014,22(4):487-488.
- [11]喻文迪. 中医药国际服务贸易现状及发展趋势探析[J]. 世界中医药,2014,9(2):178-180.
- [11]张杰平,魏梁,程俊杰. 我国中医药服务贸易现状及政策建议[J]. 商业文化:学术版,2008,2(1):385.
- [13]韩晓晶. 广东省中医药企业合作现状及其相关模式选择[D]. 广州:广州中医药大学,2009.
- [14]黄虞枫,李静,桑珍. 标准化促进中医药国际服务贸易[J]. 世界中医药,2014,9(12):1682-1685.
- [15]张小凡. 江苏省中医药服务贸易现状及发展策略分析[J]. 江苏中医药,2015,47(6):63-67.