

■ 本版撰文 本报记者 陶海青

编者按:中国一直在力促中医药“走出去”。两年前,中国14部门联合制定颁布了《关于促进中医药服务贸易的若干意见》,中国将用5年左右的时间建立完善的中医药服务贸易管理体制,基本建立起以国际市场需求为导向的中医药服务贸易促进体系和国际营销体系。

但现在看来,这一目标依然遥远。

目前,韩国和日本占据世界中草药市场的半壁江山,而他们所用的中药原材料80%都是从中国进口的。另外,中国还没有一种中药进入欧美国家临床。种种迹象折射出中医药“走出去”举步维艰,其国际化之路漫长而曲折。

中医药“走出去”遭遇三大瓶颈

据资料显示,中医针灸曾在全球掀起几次热潮。目前,许多国家已经针对中医针灸立法,从法律上确认中医针灸是一种治疗疾病的方法。一些国家把针灸列入大学教育课程,保险机构和基金会也开始为针灸提供临床研究基金。

“针灸是中医走出国门的成功案例,是敲门砖,这是中医走向世界的良好开始。但针灸仅仅只是中医的一部分,中医是中国重要的文化遗产,如何使博大精深的中医药文化传播到全世界依然是一个难题。当今世界是大数据时代,医生要认真参与研究和临床试验,把大数据的理念与方法运用到传统的中医药领域,实现中医药走出国门的突破性发展。”这是浙江省中医院骨伤科主任童培建在11月21日召开的中华医学会第十六届骨科学术会议暨第九届COA国际学术大会上说的一番话。

瓶颈之一:难以量化

自古有云“中医不传之秘在于量”,可见药的剂量对于中药临床疗效是何其重要。

众所周知,没有一定的量,就没有一定的质,也就没有一定的效。对量的运控能力,是衡量一个医生临床水平的重要尺度。可见,“量化”对于一套思维体系、一门学科的应用与发展至关重要。

和西药相比,中医药量化研究一直是一个巨大难题。

河南省中医院博士生导师孙永强在接受《中国贸易

瓶颈之二:注册难

数据显示,欧盟是世界最大的植物药市场,在每年50亿欧元的市场份额中,德国占39%,法国占29%,而中国作为中医药发源地,出口到欧盟的植物药只占2%。

童培建认为,欧盟药监局的政策对中国非常不利。按欧盟的要求,中成药不能放在药的种类里,而要以食品保健品的形式进口。现在的格局是,西医强势,中医弱势。要消除这些贸易壁垒,需要联合中国的中药协会、欧盟的医师协会等部门做相关落地工作。



一直以来,美国食品和药物管理局(FDA)的药品审查制度相当严格。中药能取得美国FDA认证,就意味着取得了进入国际市场的身份。

石家庄以岭药业的相关负责人曾带着莲花清瘟寻求以注册药品身份进入国际市场的合作机会。她一边介绍这款药的作用,一边慨叹,迄今还没有中药以治疗性药品通过FDA批准。

而在欧盟实施的《传统植物药注册程序指令》规定,在欧盟范围内禁止销售未注册的植物药,现在以食品、保健品等方式在欧盟市场上流通的中药将被禁止销售,这令中药出口再次遭遇挫折。目前,中国没有一家中药企业在欧盟完成上述注册。

但在世界中医药学会联合会副秘书长黄建银看来,通过《欧盟传统植物药的注册指令》并不是非常难,只要该植物药在中国有30年的使用历史,在欧盟国家有15年的使用历史就可以,现在,欧盟国家的传统植物药通过该注册有200多个。但因为中成药在欧盟市场需求量小,中国中药企业缺少利益驱动,所以注册的积极性不高。

瓶颈之三:中西标准之争

截至目前,中国中药基础研究依然薄弱,未能建立起一个符合中药发展特点的质量标准体系,对中药质量的监督也缺乏一个系统的综合评价。

“这导致中医药走出国门时,就必须按照国际规则进行注册。中医药还没有强大到可以制定国际规则的地步,因此我们必须采取跟随性战略,与国际展开对话,商榷中医药‘走出去’的相关标准和规则。”黄建银表示。

孙永强认为,中医与西医的发展过程不同。中国是中药大国,但中药产业的发展与这个称谓很不相称。目前,中国中药管理是按照西药标准设置准入,要求中药新药明细化化学结构和组分,这不符合中药复方制剂的特点。以西药标准规定中药,使中药发展陷入巨大的尴尬之中。

如何建立与国际接轨的中医药标准,在中国医药健康产业股份有限公司董事会秘书袁精华看来,这需要对中药从种植、流通、炮制、生产等诸多环节都提出要求,要有严格的质量控制和管理办法,要能拿数字说话,而且有权威部门的认证依据。

童培建建议,中西医结合。随着经济全球化进程的加剧,无论是从医学或是经济角度来看,中医药与西医药的发展都不可能独善其身,因此,中西医结合将成趋势。一方面,我们要借鉴西方的技术标准,从提取分离、质量控制等方面来提升中药的质量。另一方面,也要尽快建立具有中医药特点的自主标准,最终拥有中医药的主动权和发言权。

记者在采访过程中得到一个利好消息是,国家中医药管理局正在牵头制定中医药国际质量管理体系标准,这将是中医药国家战略的一件大事。

将中医药融于服务贸易 发展特色旅游

虽然中医药“走出去”遭遇壁垒,但毋庸置疑的是,中医独具的优势,对外国游客有很大的吸引力。

中国卫生部门曾表示,将着力培育海外市场,发展中医养生保健旅游等服务,吸引境外游客,推动中医药走向世界。

目前,中医药已经传播到世界上160多个国家和地区。按照中国卫生部门的设想,未来将以服务贸易为突破口,主要分为“走出去”和“请进来”两种方式,推动中医药海外发展。

据悉,“走出去”主要指的是中医药走向海外,在国外开设中医药诊疗和养生保健中心,为当地民众提供医疗服务。

国家中医药管理局国际合作司相关负责人表示,目前已经有一些国家明确了中医药的法律地位,将中医药纳入医疗保险范畴。“针灸在欧洲大多数国家都是可以报销的,有的纳入基本保险,有的纳入商业保险,德国、澳大利亚、瑞士、英国、法国都已经纳入保险。在美国,传统医学和针灸学院有40多个,还有针灸师的认证和标准体系,都纳入了不同层次的保险范围。”

中国卫生管理部门也将采取措施,严格管理,建立起中医养生保健的价格体系,完善技术规范,使中医养生保健服务更加标准化、市场化。

同时,政府还将出台优惠措施,鼓励符合资质的机构开展这方面的服务:计划在未来3年内,探索好服务模

式,此外还要打破目前的政策壁垒和技术壁垒,出台一些鼓励政策,包括金融税收等手段等等。据了解,在北京、三亚等已经有一些区域先行先试。旅游是传统的服务贸易,把中医药加进去,具有无限发展潜力。

与“走出去”相比,“请进来”显得更加困难。北京市旅游委副主任王粤公开表示:“北京旅游业将中医养生文化融入到旅游产品中,新近推出多条中医养生精品旅游线路,以此满足入境游客的服务需求。北京今后将采取类似刺激措施,使入境游市场走出低迷。”

数据显示,今年上半年,来京旅游人数较去年同期有所增长,国内来京旅游人数增长也较快,但是入境旅游人数有所下降,下降的幅度正在收窄。王粤称,今年入境游峰值难以达到500万人次,预计比去年略有下降。

“北京要提升入境游产品的服务质量,开发新的旅游产品。”王粤说。中医养生文化旅游作为一种新兴的旅游业态,是北京旅游业发展新的经济增长点之一。北京市旅游委与中医局联合组织相关旅行社,经过实地考察,精心设计了7条中医养生文化旅游产品,北京市将有21家中医药文化示范基地供旅游使用。

王粤表示,希望境外游客通过中医养生旅游产品,能更多地了解中医药文化,体验中医药文化,感知中医药的博大精深。

政府支持不能少

除了产品标准要与国际接轨外,中医药国际化的另一前提是市场经营也要实现与国际接轨。

北京力达康科技有限公司首席执行官徐宁认为,国内传统医药企业大多通过代理商将产品推向国际,可以说生意只做到了海关,中医药的理念都滞留在企业,难以传达给消费者,消费者的反馈和诉求也全都停留在了大洋彼岸。中医药企业要积极创新商业模式,不仅把生意做到海关,更要在海外建立终端,走进当地市场,走进当地消费者,成功实现跨国经营。从最初的单一针灸医疗服务产品带动中药产品“走出去”,到向教育、科研、贸易和文化全产业链模式迈进。

“但目前的困难是,中医药文化在海外的认可度不

