



注重健康未病先防、弘扬中华优秀传统文化,哈市千余家民营中医馆中,三成为近一年来新增

年轻人爱上中医 冰城中医馆“遍地开花”

本报记者 刘首辰 文/摄

或许是刚看完讲述中医故事的热播电视剧《后浪》的缘故,市民小刘注意到街上不知何时出现了许多中医馆,他身边到中医馆问诊求医的朋友也越来越多。记者从第三方平台了解到,据不完全统计,截至5月底,哈市共有1536家注册营业的中医门诊和诊所,其

中约475家为最近一年新开业的。近年来,人们对自身健康愈加关注,很多人开始“未病先防”,而中华传统文化博大精深,在互联网时代的传播、弘扬愈加广泛。更多人,特别是年轻群体对中医产生了兴趣与需求,投资者也对这一领域钟情起来。



中医馆内,患者排队就诊、等候取药。

高中生主动让家长领着看中医 中医馆45岁以下患者占六成

“我们从没跟孩子聊过中医的事,她竟然主动提出来。”李女士上高中的女儿一直受痛经困扰,“我也是过来人,当年也就是喝热水、敷热水袋什么的,没看医生,更没想过看中医。”但让李女士有些意外的是,她领女儿来看中医时发现,年轻患者很多,也有和她女儿同龄的孩子。

在南岗区左永吉中医门诊,即便是工作日也排满了患者。负责人左苓介绍,平均每天约30位患者来看诊,其中十几岁到30岁的患者近四成。“我家是几代传承的中医,我父亲从十几岁就出诊给人看病,到现在已经60多年了,以前患者大多是50岁以上的,年轻人极少。”左苓说,以备孕为例,以前多是

已婚女性“怀不上孩子”,由母亲或婆婆领着来瞧病,而现在都是准备结婚的情侣或新婚夫妻主动来做备孕调理。

记者从公开媒体报道的数据中获悉,民营中医馆就诊者以中青年女性居多,占比约为63%;18岁以下占16%、19-45岁占45%、46-59岁占21%、60岁以上占18%,从数据中可以看出,45岁以下患者占61%,所看病症以亚健康状态、慢性病为主,包括脾胃不适、月经不调、失眠焦虑、腰酸腿疼、气滞血瘀等。对此数据比例,哈市部分民营中医馆医生表示,与本地患者情况虽略有不同,但呈现出的趋势是一致的。

年轻人关注养生,消费能力提升 哈市一年新开近500家中医馆

为何年轻人对身体的健康状况如此关心,又为何“爱上”了中医呢?很多人认为这与近年来我国积极弘扬传统中医文化、普及健康知识是分不开的。加上各种媒体平台的正确引导,以及疫情期间中医药取得的积极效果,让越来越多的年轻人甚至青少年开始关注养生保健、防治未病以及中医文化。今年4月,黑龙江中医药博物馆研学实践团走进校园为小学生科普中医知识,儿童节又组织家长带着孩子参观学习和体验。“中医文化和常识正逐渐生活化、日常化,‘冬吃萝卜夏吃姜’都成为年轻患者的口头语了,还有的年轻患者在问诊时和我交流中医观念。”一位老中医说。

据膏珍堂中医门诊相关负责人介绍,该

品牌在哈市有9家分馆,每月新增就诊者超千名,且新增数量呈每月递增态势,年轻群体比例很大。“我们主要的患者群体来自未病预防,这是就诊患者的痛点,也是我们中医馆的经营理念之一。”负责人说,目前有超过100名执业医师和医护人员负责回访问诊和指导服药,平均每天1名医师对接20位就诊者,但依然不够用。

年轻就诊者增多,同时带来消费能力和支付意愿的提升。记者从第三方平台了解到,据不完全统计,截至2023年5月底,哈尔滨共有1536家注册经营的中医门诊和诊所,其中开设10年以上的有165家、5-10年的245家。而仅仅过去一年,就开了多达475家中医馆,约占总量的三分之一。

备案后可开医馆,看中医能刷医保 政策支持下各项门槛都在降低

“市场需求是一方面,政策支持也为中医馆的开设起到促进作用。”民生中医门诊付维鸿医生说,以前中医门诊并非想开就能开,“审批部门对某一街区中医馆的数量进行限制,且对开设中医馆的面积、医师人数都有限制。”付维鸿介绍,自从2017年我国颁布实施《中华人民共和国中医药法》后,中医馆由原来的审批制改为备案制,开设门槛大幅降低,开业等待时间也大大缩短。

在从医资格上,成为一名正规的中医医师的方式方法也更尊重传统,更接地气了。在电视剧《后浪》中,主角孙头头是一名“半路出家”的中医,对此不少观众质疑没有医学文凭,仅在老中医的指导下也能成为一名中医吗?“以

前这的确是不允许的,从业人员考证前必须有医疗专业文凭的学生。”付维鸿说。记者在《中华人民共和国中医药法》中看到,在我国允许以师承方式学习中医或者经多年实践,医术确有专长的人员,由至少两名中医医师推荐,经中医药主管部门组织实践技能和效果考核合格后,即可取得中医医师资格,在所在门诊注册执业后,就可以开展中医事业。

“现在中医也能刷医保卡,患者求医看病也更方便了。”左永吉中医门诊负责人左苓说。记者走访哈市多家中医门诊和诊所,凡是符合条件的中医馆都已纳入医保定点机构范围,符合条件的中医药项目也纳入医保支付范围,大大降低了中医患者的看诊门槛。



中医中药受到年轻人的关注。



医生为就诊者把脉。

改“名医IP”为“名店IP” 中医诊疗向产业化品牌化方向发展

市场需求、政策扶持、传统文化熏陶,中医馆已不仅仅是中医医师、传统医学传承者的行当,中医诊疗正逐渐向产业化、品牌化方向发展,这一行业也越来越受到投资者的青睐。

2017年,膏珍堂在哈尔滨开设了首家中医门诊,目前,除哈市的9家分馆外,该品牌在长春、沈阳、牡丹江等地已累计开设超过70家门诊,打造了东北少有的中医门诊连锁品牌。膏珍堂集团企划部负责人耿山山介绍,该集团一改传统中医馆的“名医IP”理念,而是打造“名店IP”,做门诊的品牌化。在保证传统中医特色的基础上,开展创新的理念、服务和体验。“现在整个医疗集团年销售额近2亿元,已经筹

备上市两年多。”耿山山说:“我们打造自己的品牌小程序,进行中医宣教直播,每天在线人数超过1万人,线下复诊率也在80%左右。”

即将在松北区开业的华数中医门诊也是采取打造门诊品牌的思路。“我们不做法医效应。慢性病、老年病、亚健康群体将是门诊的主要患者画像,定位偏中高端。”负责人王先生说。

业内人士表示,中医馆连锁化,形成区域或者全国品牌或是未来发展趋势。“连锁化有利于解决中医馆医生资源等经营难题,同时开展馆内师承,还能让更多热爱中医的人群加入到弘扬传统中医的行列中来。”该业内人士说。

“中医是个慢功夫”,人才缺口成掣肘 核心优势不足盲目开馆容易“被洗牌”

如今,在中医药大发展的背景下,“名医好药+连锁经营”这种“传统+现代”的商业模式成了各路资本竞相追逐的“香饽饽”,但中医人才仍是左右行业发展的关键。采访中一位老中医介绍,目前中医药专业毕业的学生不在少数,但“成才率”不高,毕业从事中医几年后转行的占大多数,“中医是个慢功夫,看天赋和悟性,如果不是极为热爱中医药事业或非家族传承,少有能坚持住的。”

各路中医馆也一度面临“抢人大战”,目前一些好中医、名中医都在民营中医馆多点执业行医。一位中医大夫介绍,他每天两个门诊来回出诊,上午在一家门诊号脉开方,下午在另一家门诊针灸按摩,忙的时

候都顾不上吃饭。一些没有名医医资的门诊,则少有人问津。

记者在一家新开半年的中医馆内看到,几名员工在无聊地刷手机。“我之前是开中药店的,经营一般,以为开个中医馆能好一些,结果门诊开了半年了,因为没有好的医资,现在患者很少。”负责人略有后地说。

对此,业内人士表示,没有医资或没有较强的运营、宣教推广能力的经营者,盲目开设中医馆势必会被淘汰,“中医馆行业具有特殊性,患者治病周期长、医生成才难、经营盈利也慢,要耐得住寂寞,否则盲目跟风开办的中医馆很快将面临洗牌。”业内人士说。



和谐·共生