

哈市有千余家民营中医馆 其中三成成为近一年新增

“爱上”中医 45岁以下患者占六成



高中生主动让父母领着看中医 中医馆45岁以下患者占六成

□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，市民小刘发现街上不知何时新开了许多中医馆，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。

近年来，很多人开始讲究“未病先防”，特别是年轻群体对中医产生了兴趣与需求，而投资者也对这一领域钟情有加。

“我们从没跟孩子聊过中医的事，她却主动提出来了。”李女士的女儿正上高中，一直受痛经困扰。“我是过来人，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。”李女士领女儿看中医时发现，不少患者都很年轻，也有和女儿同龄的孩子。

在南岗区左永吉中医门诊，即便是工作日也排满了患者。负责人左琴介绍，平均每天约30位患者看诊，其中十几岁到30岁的患者占比近四成。“我家是几代传承的中医，父亲从十几岁就出诊给人看病，到现在已经60多年了。以前患者大多是五十岁以上的，年轻人极少。”左琴告诉记者，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，现在则是准备结婚的情侣或新婚夫妻主动来做备孕调理。

记者从媒体报道的数据中获悉，民营中医馆患者以中青年女性居多，占比约为63%；18岁以下占16%、19岁至45岁占45%、46岁至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%。患者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。

年轻患者带来消费能力和支付意愿的提升 哈市一年新开了近500家中医馆

为何年轻人“爱上”了中医呢？很多人认为，这与近年来积极弘扬传统中医文化、普及健康知识分不开，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。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，还有在问诊时和我交流中医观念的。”一位老中医说。

据膏珍堂中医门诊相关负责人介绍，他们的9家分馆每月新增患者数超千人，且新增数量呈每月递增趋势，年轻群体比例很大。“我们主要的患者群体来自未病预防，这是患者的关注点。”该负责人说。

年轻患者的增多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年至10年的245家。仅仅过去一年，就开了多达475家中医馆，占总量的近三分之一。

中医馆开设、医生行医、患者看病 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告诉记者，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有限制，且对开设中医馆的面积、医师人数都有限制。”付维鸿说，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，从业人员考证前提是必须有医疗专业文凭的学生。”付维鸿说。记者从《中医药法》中看到，现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，就可以开展中医诊疗服务。

“现在中医馆也能刷医保卡，患者求医看病也更方便了。”左琴说。记者走访哈市多家中医门诊和诊所发现，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，这大大降低了中医患者的看诊门槛。

改“名医IP”为“名店IP” 中医诊疗向产业化、品牌化发展

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。

膏珍堂集团企划部负责人耿山山介绍，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。“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。”耿山山说。

无独有偶，即将在松北区开业的华敷中医门诊，也是采取打造门诊品牌的思路。“我们不做名医效应，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。”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眼中的香饽饽，但中医人才仍是左右行业发展的关键。一位老中医告诉记者，“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。一位中医大夫告诉记者，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。反之一些没有名医医资的门诊，则少有人问津。

记者在一家刚开半年的中医馆内看到，几名员工都无聊地刷手机。“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。”这名负责人有些后悔地说。

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，当前新增这么多中医馆，很快也将面临洗牌。”业内人士说。

