

“一带一路”战略视域下的中药国际化研究

任 虎,曹俊金

(华东理工大学 法学院,上海 200237;上海杉达学院 法学系,上海 201209)

摘 要:“一带一路”战略和国家《中医药健康服务发展规划(2015-2020年)》分别从国家对外和对内政策两个侧面明确表达了要与沿线国家扩大在中医药领域的合作意志。中药和西药在药性分析、医疗方法、消费模式上的区别,以及国外对植物药品准入方面存在的各种壁垒是中药国际化所面临的瓶颈,因此急需在中药国际化领域的制度创新。“一带一路”战略正为中药国际化创新提供内在动力、创新思路 and 全新机遇。国家和政府、行业协会以及企业公司应立足中医药传统文化的传承与弘扬的历史必然,建立中药国际化相关创新制度、政策和战略。

关键词:一带一路;中药国际化;中药出口

中图分类号:R286

文献标识码:A

文章编号:1001-7119(2016)12-0057-05

TCM Internationalization Under the Belt and Road Initiatives

Ren Hu, Cao Junjin

(Law School, East China University of Science and Technology, Shanghai 200237, China;
Law Department of Sanda University, Shanghai 201209, China)

Abstract: The Belt and Road Initiatives and Development Plan for Traditional Chinese Medicine-Related Health Services (2015-2020) respectively from foreign and domestic policies expressed the wills that China will expand the cooperation with surrounding countries in the field of TCM (Traditional Chinese Medicine). Because of the difference in drug analysis, therapeutic approach and consumption pattern between Chinese Medicine and Western Medicine and the barriers to botanical drugs accessing in foreign countries, there is bottleneck facing by TCM internationalization. So the institutional innovation in this field is critical. The Belt and Road Initiatives are providing the inner dynamics, innovative ideas and new opportunities for the innovation of TCM internationalization. Accordingly, the state, government, industry associations and companies should create relative innovation system, policy and strategy about TCM internationalization which are based on the heritage and promoting of TCM culture.

Keywords: belt and Road Initiatives; TCM internationalization; TCM export

2015年3月28日,国家发展改革委员会、外交部、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》(以下简称《一带一路愿景与行动》),邀请“一带一路”沿线国家共同构建开放、包容、均衡、普惠的新一轮贸易、政治、外交、文化等全方位的区域合作框架。这是继国家领导人在外交场合上提出

“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的区域合作发展战略理念之后,首次明确阐释我国政府关于“一带一路”宏观战略的文件。《一带一路愿景与行动》在明确“政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通”等“五通”为区域合作重点的同时,指出应“强化与周边国家在传染病疫情信息沟通、防治技术交流、专业人才培养

收稿日期:2016-01-20

基金项目:2012年中央高校基本科研业务费专项基金项目;

2015年上海市技术性贸易措施应对专项项目基金。

作者简介:任虎(1973-),博士,副教授,研究方向:国际经济法。E-mail:yimhao@hotmail.com。

等方面的合作,提高合作处理突发公共卫生事件的能力,……扩大在传统医药领域的合作”,这为深化“一带一路”区域合作奠定了坚实的民意基础。

在世界各地,传统医学是提供卫生保健服务的主要支柱,或者被当作一种补充手段,特别是在大多数发展中国家的医疗领域中发挥着重要的作用。我国作为世界主要传统医药——中医药的发源地,拥有丰富的传统医药知识资源和悠久的发展历史,深深地影响了中华文化圈国家的传统医疗体系。中医药作为中国传统文化的一部分,随着使团、商团以及宗教人士的来访和出访交流而得以传播,隋唐时期的日本、朝鲜等国的遣唐使就是其典型代表^[1]。

尽管中医药为当今世界医药学的发展做出过卓越贡献,但中药和西药在药性分析、医疗方法、消费模式上的区别,以及国外对植物药品准入方面存在的各种壁垒,中药国际化面临了文化、技术标准及法律等诸多困境。因此,本文拟通过对我国中药出口数据的分析,指出中药海外消费特征和困境,并结合“一带一路”战略提出中药国际化的应对策略。

1 中药出口海外特征及困境分析

1.1 中药出口海外情况

我国中药出口产品主要有中成药、保健品、中药材及饮片和植物提取物等四种。据中国医药保健品进出口商会统计,2012年中成药出口额为2.7亿美元,占出口总额的11%;保健品出口额为2.13亿美元,占出口总额的9%;中药材及饮片出口额为8.6亿美元,占出口总额的34%;植物提取物出口额为11.6亿美元,占出口总额的46%。其中,中成药主要出口至非洲、中东、美国、泰国、新加坡等国家和香港;保健品主要出口至美国、加拿大、越南和日本等国家;中药材及饮片主要出口至日本、韩国、越南、马来西亚等国家;植物提取物则主要出口至美国、日本和韩国等国家^[2,3]。

单以中成药为例,世界各国的消费趋向都不尽一致。2012年中成药在亚洲国家的出口商品为一些消炎止痛、清热去火的药品,如银翘片、乌鸡白凤丸、复方南板蓝根颗粒、枇杷叶膏、三金西

瓜霜、白凤丸、扶正解毒散、花红片、牛黄解毒片、人参再造丸、黄连素片。这些产品大多是中国老字号产品,具有久远的医药历史,容易获得知悉或者长期服用老字号中成药的日本、新加坡、马来西亚、越南、印度尼西亚以及韩国等中华文化圈国家消费者的认同。在中东及非洲一些国家中,中成药主要出口产品是清凉油,这与当地的炎热气候和清凉油的清凉散热、预防中暑、止痒止痛等药效有着一定的关系。出口美国和加拿大的中成药大多和出口亚洲的产品相似,是一些清热解毒、消炎止痛的药品,其主要消费者是旅居北美的华人及其后裔。而出口欧盟的中成药产品,大多为浓缩颗粒以及胶囊,这与欧盟严格的植物药品标准有着密切联系。

1.2 中药海外出口特征分析

我国中药出口海外存在如下几个方面的特征:

第一,我国中成药出口显现出相对集中的药理性特征。从我国2012年中成药主要出口品种来看,大多是具有消炎止痛、清热去火功效的药物,以及一些配方悠久的妇科药物。在这些品种中,真正连续多年单个品种出口过千万美元的只有人参和清凉油2种产品。清凉油作为我国主要中成药出口品种具有清凉散热、醒脑提神,尤其具有针对蚊虫叮咬止痒止痛的功效,因此其出口地区也主要集中在东南亚、非洲等气候潮热、蚊虫较多的国家和地区。2012年我国对非洲清凉油的出口量达到3465216 kg,同比增长达到50%^[2]。

第二,在中药出口总额中,我国植物提取物、中药材及饮片的出口额所占比重远高于中成药出口的比重,表明我国中药出口仍为初级产品和半成品为主、技术含量较低,未能充分体现中药产品的附加值。植物提取物产业是中药出口行业发展最为迅速的一个产业,近20年来其出口额一直保持较高的增幅。这与全球“崇尚自然”的理念相吻合,与大健康产业密切相关,如广泛应用于食品、药品和化妆品的芦丁,主要出口至德国、法国、日本等国家。此外,也体现了中西方消费者在中药消费理念上的差异:中药强调辨证论治和君臣佐使,应用复方配药以减缓某些成分的毒性,例如正天丸复方中就含有白芍、防风以及麻黄等成分以减缓乌头根部一附子的毒性;但是

西药一直追求药物成分的准确性,强调药物安全性、有效性,重点研究药物的纯度、体内代谢途径等因素。因对中药毒性的认识不足,西方医药管理机构经常以含有某种有毒成分为由禁止中药(主要是中成药)的进口及销售,或提出使用警告。但经认可为安全的提取物,则激发出巨大市场需求,如2012年我国甜叶菊出口额约为7800万美元^[3],主要原因是欧盟市场认可了甜叶菊提取物的低热量高安全性特点。

第三,供出口的中药材用途与在国内不同。因中西方在用药习惯以及医疗机构用药规定存有差异,一些在我国中药体系中主要被用于治疗疾病等健康用途的药物在国外则不然。例如出口到西方国家的相当一部分甘草并非用于中药配药,而是被提取甘草甜素、甘草酸和甘草次酸,而其在我国则是中药体系中最常用的一味药(俗称为“十方九草”)。我国出口国外的麻黄和麻黄浸膏相当一部分在国外被用于生产冰毒^[4],而这两种药物在我国则主要用于发汗散寒,宣肺平喘,利尿消肿。

第四,中成药消费主体相对集中在亚裔群体。日本、美国、新加坡、马来西亚、越南、泰国、印度尼西亚、加拿大、俄罗斯以及澳大利亚是我国中成药出口额总量较多的国家,其中对亚洲国家的出口额明显高于大部分欧美国家,主要原因是亚洲人对于中医的接受程度普遍高于西方国家。对于西方国家来说,使用中医药的群体则相对局限于华人和其他一些亚裔群体,其中以出口美国的中成药量为最多。一国华人和亚裔人员的数量与出口的中成药数额虽然并不形成确定的线性关系,但也体现出一定的相关性。

1.3 中药国际化的困境分析

第一,医药文化之屏障。西医是基于病理解剖学基础的医学体系,疾病是机体在一定的致病因素作用下,因稳态破坏而发生的内环境紊乱和生命活动障碍,专注于对“疾病”的治疗而非对人的“调整”,因而治疗疾病主要采用对抗疗法和替代疗法,即找到引起疾病的原因而消除掉。而中医则认为疾病源于人与环境的不协调或人体自身脏腑的失衡,讲究人体脏腑之间的联系与和谐,因此通过对人体系统信息的分析和调整来治疗疾病^[5]。中医重宏观,治疗上讲究辨证论治,而西医重微观,侧重于单纯病种和局部定位治疗,

对病理认识的差异以及治疗方法上的差异直接导致中西医在使用药品方面的不同,因此东西方医药文化的差异给中药国际化带来一定的文化壁垒^[6]。

第二,技术标准壁垒。西方医药讲究单一性、准确性和数据性,基于用药安全性和有效性要求,西方医药管理机构对中药也提出相应的准入标准,但我国大多数中药企业无法满足西药的标准认证要求。比如,欧美对于在民间和临床上已长期应用,且人体对其有较好耐受性的植物药要求较为宽松,要求提供多年临床使用数据,或是以动物毒性数据等其他安全性文献代替所要求的临床试验数据。但我国目前多数中药研发只停留在粗略观察阶段,没有建立相应的药品非临床研究质量管理规范(Good Laboratory Practice of Drug, GLP)和药物临床试验质量管理规范(Good Clinical Practice, GCP)等标准规范,缺乏基于采用双盲、随机、对照方法进行的、以新药临床试验所获得的科学数据为支撑的临床疗效评价。

第三,中药市场国际竞争导致的市场萎缩。在世界植物药市场中,日本和韩国的汉方药市场在不断扩大,我国一些传统的中药出口市场正在被日本和韩国的同类产品所侵蚀。先前有研究表明,我国的中药贸易仅占国际市场3%至5%的份额,而且65%以上为原料药和保健品,其余97%的份额被日本、韩国、泰国、印度等国家占据^[7]。尽管我国关于中药市场国际份额的数据可能被低估,但至少从目前我国中药的出口形势而言,虽然我国是主要天然药物原料生产大国,同时也是天然药物生产大国和消费大国,但不是中药贸易大国,中药产业国际化程度较低,距离中药国际化尚远^[8]。日益激烈的国际市场竞争使我国中药产业面临更加严峻的挑战,是我国中药国际化的又一道障碍。

2 “一带一路”战略与中药国际化应对策略

2.1 “一带一路”战略对中药国际化的意义

“一带一路”建设是一项系统工程,其在地域空间上是跨越亚洲、欧洲以及非洲60多个国家及其领土的国际合作工程;其在时空上是千百年来

“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”的丝绸之路精神的传承与弘扬。基础设施的互联互通是实现“一带一路”战略的硬件保障,贸易和资金的自由融通是实现“一带一路”战略的软件保障,政策和民心相通则是实现“一带一路”战略的持续保障。尽管“一带一路”战略是中国领导人在各种国际外交场合中所倡议的,但目前已上升为国家的“愿景和行动”,并已获得60多个沿线国家和国际组织的支持。诸多沿线国家通过与我国签署联合宣言或联合公报的形式肯定了共建“一带”或“一路”的意义,表达了积极合作的愿望。

《一带一路愿景与行动》明确指出,要扩大与沿线国家在传统医药领域的合作,旨在促进沿线贫困地区生产生活条件的改善,为深化双边和多边合作奠定坚实的民意基础。比如《中医药健康服务发展规划(2015-2020)》规定“遴选可持续发展项目,与丝绸之路经济带、21世纪海上丝绸之路沿线国家开展中医药交流与合作,提升中医药健康服务国际影响力”。

其实,我国早已与一些“一带一路”沿线国家签署过中医药研发和利用的双边协议,如1996年我国和印度签署《卫生和医学科学合作协定》,约定将“传统医学,包括瑜伽和针灸”作为科技合作的范围;2007年和法国签署《关于在中医药领域合作的协议》,明确“双方就中医治疗的各个不同阶段中对中药产品以及中医治疗手段的认证等进行双边合作研究,以便保证安全有效地应用中医药,为民众的健康提供服务”的合作宗旨。

因此,“一带一路”战略对中药国际化具有以下三个方面的意义:

第一,“一带一路”战略为中药国际化提供内在动力。就中药国际化来讲,“一带一路”战略是中国与“一带一路”沿线国家确立新型关系的国家对外行为,不仅具有历史基础,而且已获得众多沿线国家的支持。《中医药健康服务发展规划(2015-2020)》作为指导国内相关部门、行业产业发展的国家对内政策,已明确中药国际化与“一带一路”战略的对接路径。因此,随着“一带一路”战略的实施,中药国际化已走出国内规划阶段,获得可持续向外发展的内在动力。

第二,“一带一路”战略为中药国际化提供创新思路。“一带一路”战略不仅在合作内容方面提

出“政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通和民心相通”等创新合作内容,而且在合作机制方面也提出“通过多层次、多渠道沟通磋商强化双边和多边合作机制,建立更加开放包容、互利共赢”的创新区域合作机制。因此,“一带一路”战略不仅是对古代丝绸之路精神的传承,而且是对目前区域国际合作模式的一种制度创新,为中药国际化提供了一个创新思路。也就是说,中药国际化需确立相应的中医药政策沟通、中医服务贸易和中药货物贸易畅通、资金融通等机制,同时探索民心相通的合作方案,且为合作方案的保障实施建立各种双边或多边协商机制、运行机制以及监督机制。

第三,“一带一路”战略为中药国际化提供全新机遇。中药的海外传播历史证明,中药国际化并不是孤立的,而是随着使团、商团的来往和宗教的传播进行发展的。“一带一路”战略既是跨越亚洲、欧洲以及非洲60多个国家的国际合作工程,也是覆盖新一轮贸易、政治、外交、文化等全方位区域合作的总规划,因此,“一带一路”战略的实施无疑将为中药的国际化提供更加广阔的国际市场和一个全新的发展机遇。

2.2 中药国际化之应对策略

第一,中药国际化应注重与“一带一路”制度构建和中华优秀传统文化的结合,形成文化、产品和制度合力。一方面,中药国际化作为个别事项进行谈判可能不具有优势或障碍重重,但纳入到服务贸易或者货物贸易的一揽子协议之中,借助其他服务贸易或货物贸易的优势则相对容易获得优势谈判地位,这有利于解决中药国际化的制度障碍。另一方面,要凸显中药国际化与中华优秀传统文化的紧密关系,与中华优秀传统文化的海外传播一同推广中医药文化及产品。据国家汉办网报道,截止2014年12月,全球126个国家(地区)建立了475所孔子学院和851个孔子课堂。通过在孔子学院开设中医药文化体验课程,改变外国消费者对中医药的印象,使得外国人对中医药文化有正确认识,这对中药国际化观念障碍的清除具有重要意义。

第二,注重行业战略制定,培育中药国际化的服务群体。一方面,中药行业协会要巩固传统中药市场优势,借助边境贸易以及宗教和文化趋同等优势,因地制宜地制定中药行业出口战略,

比如通过宁夏与穆斯林阿拉伯地区在宗教习俗和文化方面的深厚历史关系拓展中东中药市场。另一方面,培育中医群体,依靠中医推动中药国际化。“以医带药”是中药走向国际化的重要方式,中医群体的扩大必定提升中医药事业的影响,同时也是对于中医理念最好的宣扬,不断增强世界对于中医阴阳、五行、辩证统一、君臣佐使等用药理念的理解才能更好地将更多种类中药推向国际市场。

第三,提升中药生产技术,熟悉国际药品市场制度,引导中药企业转型。第一,要不断提高中药的科技化水平,紧跟当今国际市场标准变化趋势,进一步完善我国中药从源头种植的品种归属、农药残留、重金属超标再到生产过程中的质量控制、工艺完善等中药生产销售整条流水线的技术要求,引导其学习和借鉴日本和韩国在中药国际化方面的经验,加快中药技术的改进。第二,尽管我国积极推动中药国际化标准的制定,但各国市场准入标准则仍有可能存有差别,因此需要引导中药出口企业熟知中药进口国的准入制度,并建立相应良好实验室规范、临床试验规范标准等标准规范,才能保障其产品进入国外市场。第三,激励是经济绩效的根本决定因素^[9],政府应当加大对中药企业的创新激励和竞争激励,通过对中药研发和技术改进加大财政补贴,对中药出口企业予以税收优惠并按照出口业绩进行财政奖励等方式,推动中药企业的创新转型和竞争转型,以此提升中药出口产品的附加值水平,扩大中药产品的海外市场份额,提高中药在国际植物药市场中的知名度。

3 结语

尽管共建“一带一路”是中国提出的倡议,但实践证明“一带一路”战略正演变为中国与沿线国家的共同愿望。“一带一路”战略和国家《中医药健康服务发展规划(2015-2020)》,从国家对外

和对内政策两个侧面明确表达了要与沿线国家扩大在中医药领域的合作意志。中国—印度、中国—法国在中医药领域既已签署的双边合作协定,以及千百年来“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”的丝绸之路精神充分说明,中国与“一带一路”沿线国家之间中医药领域的国际合作具有坚实的历史基础。中国提出的“一带一路”战略以及与诸多国家共同签署的联合宣言无疑成为推动中药国际制度发展和中药产品国际化的重要力量。

但中药出口情况分析则说明,目前中药出口及其国际化存在着现实障碍,因此急需在中药国际化领域实施创新和转型,而“一带一路”战略正为其提供内在动力、创新思路和全新机遇。国家和政府、行业协会以及企业公司应立足中医药传统文化的传承与弘扬的历史必然,建立中药国际化相关创新制度、政策和战略,只有三者齐心协力,中药国际化才可以真正得以实现。

参考文献:

- [1] 刘国伟,左宁. 中医海外传播史特点分析[J]. 中医临床研究, 2014, 15: 1-5.
- [2] 霍卫. 2012年中成药出口分析[J]. 中国现代中药, 2013, 4: 329-332.
- [3] 于志斌,罗扬. 2012年中药进出口分析[J]. 中国现代中药, 2013, 2: 143-146.
- [4] 贾谦. 中药现代化国际化的反思[J]. 中国中医药信息杂志, 2003, 6: 1-4.
- [5] 李佃贵. 中医当前的形势和对未来的思考[J]. 医学研究与教育, 2011, 5: 1-13.
- [6] 王学东. 中药国际市场营销环境[J]. 南通大学学报(社会科学版), 2009, 3: 110-113.
- [7] 杨来科,廖春. 论我国中药产业的成长性及国际化战略[J]. 经济纵横, 2003, 4: 13-15.
- [8] 虞忠,卞鹰,胡元佳,王涛. 我国中药占国际市场份额的测算及相关概念辨析[J]. 中国药房, 2006, 5: 328-330.
- [9] [美]道格拉斯·诺思. 制度、制度变迁与经济绩效[M]. 上海:格致出版社, 2008: 187.