

跨境电商背景下中医诊疗境外推介研究

陈蕾,张春烨,黄蕊,陈玉龙
(哈尔滨理工大学,黑龙江 哈尔滨 150000)

摘要:现如今,世界范围内各个国家之间经济交往日益密切,随着网络技术的发展,使跨境电商迅速发展,本文基于21世纪的跨境电商的兴起和中医诊疗在国内外的发展的研究背景,利用“互联网+”的平台,将中医诊疗传播推广到世界各国去,并与此同时向海外输出中国文化。全文内容分为以下几个部分:首先是分析了“互联网+”与中医药的结合现状,对本文的研究内容进行了简要的介绍和概述。然后对跨境电商模式下中医针灸宣传网站的建设的模式进行了具体分析。最后一部分阐述使用地道英文介绍中国传统中医针灸疗法的方法,集中解决整个文化传播与交流活动之前的关联性矛盾和障碍因素,特别是要注重解决文化语言不畅问题。基于以上分析和研究,为我国中医文化发展争取机遇,弘扬中医文化。

关键词:跨境电商;互联网+;中医诊疗

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.33.314

“互联网+”是现代全球化时代背景下,存在的一种互联网的创新功能的一种新形式和各种经济领域深度融合的经济产物,是对互联网的升华和发展,旨在促进互联网与经济社会的深度融合,推动经济社会的创新发展。在现如今,互联网正逐步成为改进经济社会实体管理、生产和经营方式的创新要素。自21世纪以来,依托着“互联网+”而崛起的跨境电子商务领域作为一个独特的为经济发展提供发展平台的分支逐渐引人注目。据统计数字表明,2013年中国跨境电商交易规模达3.1万亿元,在2008年的销售额仅为0.8万亿元。由此观之,跨境电商的年均增速将近30%。在全面实现小康社会和“十三五”收官之年,“互联网+”作为当前经济和社会发展的重要方式,跨境电子商务的地位日益显著。与此同时,在近几年笔者发现愈加成熟的科学信息技术和多样的贸易方式的更迭为跨境电商提供了在国际贸易的舞台上发展的新机遇。在分析我国现阶段“互联网+中医药”环境下典型中医药企业的发展实践经验后,结合“互联网+”的市场化改革和信息化建设特点,如何借助贸易便利化,促使跨境电商成熟稳定发展是经济发展的重中之重,并且重构中医药全产业链未来发展模式为本文重点研究内容。

1 “互联网+”与中医药的结合现状

通过研究我国中医诊疗和以跨境推介为背景,“互联网+”和中医诊疗的结合最早可以追溯到2010年,自那时起,中医诊疗便大范围的发展起来。笔者注意到,一方面,我国传统的中医诊疗文化历史悠久,源远流长,其医用价值已经为临床实践所证实。另一方面,“互联网+”在医疗行业的发展迅猛,推动了国际的金融发展。自1972年美国尼克松访问中国,开启了中美两个国家各自不同领域的交流大门。中医药学的发展也得到了新的机遇,经过30余年的发展,中医药领域在美国初始的边缘化,局限化,非正规化逐渐朝着普通化,大众化,合法化的发展。笔者也注意到,美国率先提出要将通信技术和电子技术融合到医学中,有据可循且有现实意义,较其他模式应用广泛。尤其是在新冠肺炎疫情防控阶段,线上诊疗作为一种新的就医手段受到了大家的广泛关注和好评,解决了疫情期间就医难的问题。但是目前该模式主要针对国外的中老年群体,并且存在着服务推广力度不足、使用率尚不够高的问题。虽然国外互联网市场也为广大医患服务提供相关的平台,但未查阅见相关文献^[1]。除此之外,目前国外的中医诊疗研究主要聚焦于大众健康领域,如健康管理、慢病管理领域,而跨境助医陪护方面的报道和项目的实施

并不多见,可供外国病患参考的跨境就医的途径也是少之又少,以至于国外病患没有了解中医诊疗服务的渠道,从而无法得到有效的救治。尽管“互联网+”和中医诊疗实在政府的大范围支持下兴起的,但是民众渗透率仍然只是小范围,跨境的中医诊疗更是屈指可数,大部分网络用户对此医疗形式持否认或者怀疑的态度。所以,目前取得用户群众的支持与认可至关重要。但是线上诊疗带来的便捷就是病患若有难言之隐的病情,可以避免和主治医师面对面的害羞、焦虑、拘谨,提高就医效率。线上医患交流模式多种多样,家长式交流、咨询式交流、患者主导形式的交流在临床试验上的都取得了很好的效果^[2]。

在疫情期间笔者也注意到互联网的中医诊疗方式不仅打破了时空的限制,而且在全球疫情的安全保障中也发挥了至关重要的作用。与此同时,“互联网+”和中医诊疗结合的方法让大部分患者能够在严密的疫情防控期间及时得到医疗上的帮助。除此之外,由于互联网上对于中医针灸疗法的介绍大多以中文形式呈现,即使现如今境外市场有英文的中医诊疗介绍,但也不够详尽清楚。因而大部分国外患者并不了解我国国内中医诊疗发展现状和治疗效果。同时,即使境外的患者了解到了中医诊疗的信息并愿意进行中医诊疗的治疗,但是也会存在语言不通的问题,相关平台宣传不充分,国外患者对中国中医疗法知之甚少。所以在诊疗服务中,依靠电子医疗手段实现了网上挂号、购买药物、支付费用,不仅有利于民众节约时间而且也节约了经济成本,提升了医患在诊疗过程中的体验而且提高了治疗的效率和避免先在疫情期间的交叉性感染;并依靠互联网在看病之后与医生进行洽谈和沟通。基于跨境电商模式,创办中医诊疗的中英宣传网站,用地道的英文去介绍中国传统中医疗法,弘扬传统医学精粹。

2 跨境电商模式下中医针灸宣传网站的建设

据统计数字表明:2013年中国跨境电商交易规模为3.1万亿元,增长率为31.3%,其中B2C占比6.10%。从网络的角度,而不只是从营销的角度,看消费者和跨平台电子商务平台的电子商务网站之间的关系,跨境电商和中医诊疗的结合具有非常远大的前景。但是,中国的跨境电商目前面临的问题是,一方面中国跨境以出口为主,经济入口方面具有极大的欠缺和发展迟缓的问题,并且跨境医疗方面的渗透率依然较低,跨境电商的交易方式的发展是基于电脑网络的虚拟途径进行开展和实施的,从另一方面来看这种跨境电商

具有及时性的优势,摆脱了时间地点的束缚,将便民、利民的好处贯彻到底。考虑到国外患者的中医治疗的需求与国内中医诊疗服务对接不良的情况,笔者在实际操作中提供国外就医群体急需的服务—助医诊疗,以互联网为平台,由团队成员作为第三方助医服务机构为就医群体提供陪同就医服务,引导患者正确就医,包括提供挂号陪护、交通安排及预约检查等助医服务,主要负责外国人来华后的住宿、交通、陪诊服务等 20 多项服务内容,实现国外宣传国内就医一体化管理。在医患间建立简便快捷的通道,以提高就医效率。中医诊疗的跨境销售,售卖的并不是某种商品,而是通过网络的巨大影响力和覆盖面,宣传我国的传统中医疗法和文化,使更多的外国人了解中医诊疗的巨大成效,吸引外国病患来中国治疗顽疾以及西医无法根治的病症。跨境电商打开了闭塞的电子商务国门,并且有利于贯彻执行经济全球化给我们带来的机遇。

在跨境电商模式下推广中医诊疗的方案,关键是进行设计制作以及宣传中英文的中医诊疗信息网站;接下来进行调查、研究、学习中医针灸诊疗原理及效果,并将其主要内容和中医诊疗的好处融入网站的设计和维护过程中;制定宣传策略,有效推介中医诊疗方法的原理内容;不仅如此,还需做到线上沟通,线下引导等服务,从而保证推介的有效效果。在制作宣传网站的过程中,还应在前期实地调研,秉承着“一切为了患者”的目的,力求为患者寻求有合法就医资质(基本条件)、优质、可靠的就医资源,尽可能减少因就医条件和医术问题产生的医患纠纷。现如今电子处方的普及与标准的制定也为跨境电商的宣传提供了便利的条件。当前的电子处方服务模式包括药品零售模式、企业电子处方服务模式、医疗机构电子处方信息共享服务模式、互联网医院电子处方服务模式和医疗电子商务电子处方服务模式。电子处方服务可以作为一种创新的服务模式满足医药零售行业、医疗机构和患者的实际需求。

在实际操作中可以与医院进行合作,提高医院对“互联网+”助医服务的重视度,主动参与推广宣传服务,以提高就医群体的认知度和信任度^[1]。同时借鉴其他推广形式,将其与跨境就医引导有机结合。最后,还应在双方签订合同的过程中明确权责,告知患者我方责任范围,避免造成不必要的纠纷。在设计制作网站时,还应保证绝不会由于商业性目的而进行误导和虚假宣传,在推广宣传治疗效果过程中提醒患者注意诊疗风险。依托本项目,网站建设现如今处于策划期、推广期和宣传期三者并行的时期,综合考察整合多种网络资源和各种手段,对中医诊疗进行筹划和思考,以便付诸执行。网站所采取的宣传方式主要是通过搜索引擎定向搜搜获得,和在 BBS 供求信息或论坛发布宣传信息,这种宣传时效性较强,制作宣传网站的过程中,还需了解国外受众对网站的喜好,尽量避免网站操作复杂化,模糊化,尽量做到易操作,人性化。当下,大众对助医服务的认知程度低,开展境外服务难度就更大。

3 使用地道英文介绍中国传统中医针灸疗法

随着社会发展,患颈椎病,腰椎病,肩周炎等“现代病”的人数与日俱增,在这些慢性疾病的治疗上,中医针灸疗法凸显出了它的优越性。国内中医学者通过实验发现,通过对适当的穴位进行针灸治疗,促进血液循环,疏通经络、消肿止痛、活血散瘀,对改善颈椎腰椎等相关症状有积极作用。中医的医学理论与中国 5000 多年以来的传统文化息息相关,中医疗法的有效传播不仅可以传播中医诊疗服务,还可以传播中国传统文化。因此,目前的中医名词翻译也引起了我们的重视,比如说,在很多中药的翻译中出现了直译的翻译用法,也就是说这种翻译方法是直接将中英意义直接翻译,并不赘述过

多。其实这种翻译方式的普及有助于保存我国的文化源泉,但是这样的翻译方法会导致译文失去中医药文化及其内涵的科学性。比如把红参翻译成 Red Ginseng,其实,红参是加工炮制过的人参 Processed Radix Ginseng。把赤芍翻译成 Red peony root,把白芍翻译成 White peony root。其实它们来源于一个植物,也不是因为花的颜色不同而区分,是因为野生和家种而区分为赤芍、白芍^[2]。因为中医和中国文化息息相关,其中蕴含的文化还需要投入大量精力研究探索发现。目前生态翻译学视角下的中药名词的翻译同样引领着翻译的新风潮。这种翻译方法关注中药所处的社会环境和历史环境,对语言,交际和文化的生态平衡着重关注。翻译时应该采用向外国人民准确传达中药的真实内涵^[3]。比如下面的例子,因为冬虫夏草是长在蝙蝠蛾科昆虫幼虫上的一种真菌,因而将其译为“Chinese caterpillar fungus”最为恰当^[4]。

中医药诊疗是我国卫生事业的重要组成部分,长期以来担负着防病治病、保障人民健康的重要任务。当前科学技术发展飞快,并且中医诊疗技术在这次的新冠肺炎疫情上也做出了极大的贡献,由此可以看出中医诊疗现如今正走向国际化的发展中。因此,在保持发挥自身优势的前提下,围绕广大人民群众的健康保障需求,基于 21 世纪的“互联网+”的平台和跨境电商的兴起,笔者希望可以将中医诊疗及中国文化传播弘扬到世界各地去。

中医诊疗跨文化发展道路崎岖,阻碍重重,但正因如此,笔者呼吁专家学者们要迎难而上,不错失文化发展的机遇。让海外患者了解和接受中国传统中医针灸疗法的精髓,弘扬中医文化。

参考文献

- [1]陈静锋,郭崇慧,魏伟.“互联网+中医药”:重构中医药全产业链发展模式[J].中国软科学,2016(06):26-38.
- [2]程明.关于中药名词翻译的几个常见问题[J].中国实验方剂学杂志,2010,16(02):137-138+80.
- [3]冯聿泉,裴彩利,林颀民.“互联网+”助医服务国内外应用与研究进展[J].全科医学临床与教育,2018,16(05):538-540.
- [4]刘德阳,王静,周乃彤,等.我国电子处方服务模式现状与发展[J].中国药房,2021,32(01):5-12.
- [5]马晨.中国跨境电商的发展现状及今后对策研究[D].对外经济贸易大学,2015.
- [6]孟群,尹新,梁宸.中国“互联网+健康医疗”现状与发展综述[J].中国卫生信息管理杂志,2017,14(02):110-118.
- [7]王芳,闫影,陈继祥.生态翻译学视角下四字中药名翻译研究[J].淮海工学院学报(人文社会科学版),2019,17(06):56-60.
- [8]于兆艳.浅析我国跨境电商存在的问题与对策[J].现代商业,2020(36):94-96.

作者简介:张春烨(1981-),女,博士,副教授,单位:哈尔滨理工大学,研究方向:跨文化,翻译,高等教育研究;陈蕾(1999-),女,学生,项目负责人,单位:哈尔滨理工大学;黄蕊(1997-),女,学生,单位:哈尔滨理工大学;陈玉龙(1999-),男,学生,单位:哈尔滨理工大学。