

# 第5章

人联网中医助力大健康  
智慧医疗走向生态闭环



## 第五章 人联网中医助力大健康智慧医疗走向生态闭环

### 第一节 中医大健康生态圈的五个底层逻辑

前面几章里，我们已经探讨中医解决诊断模糊、治疗效果不显、药汤难熬等痛点，提出实现中医量化、数字化、人联网化的可能性。

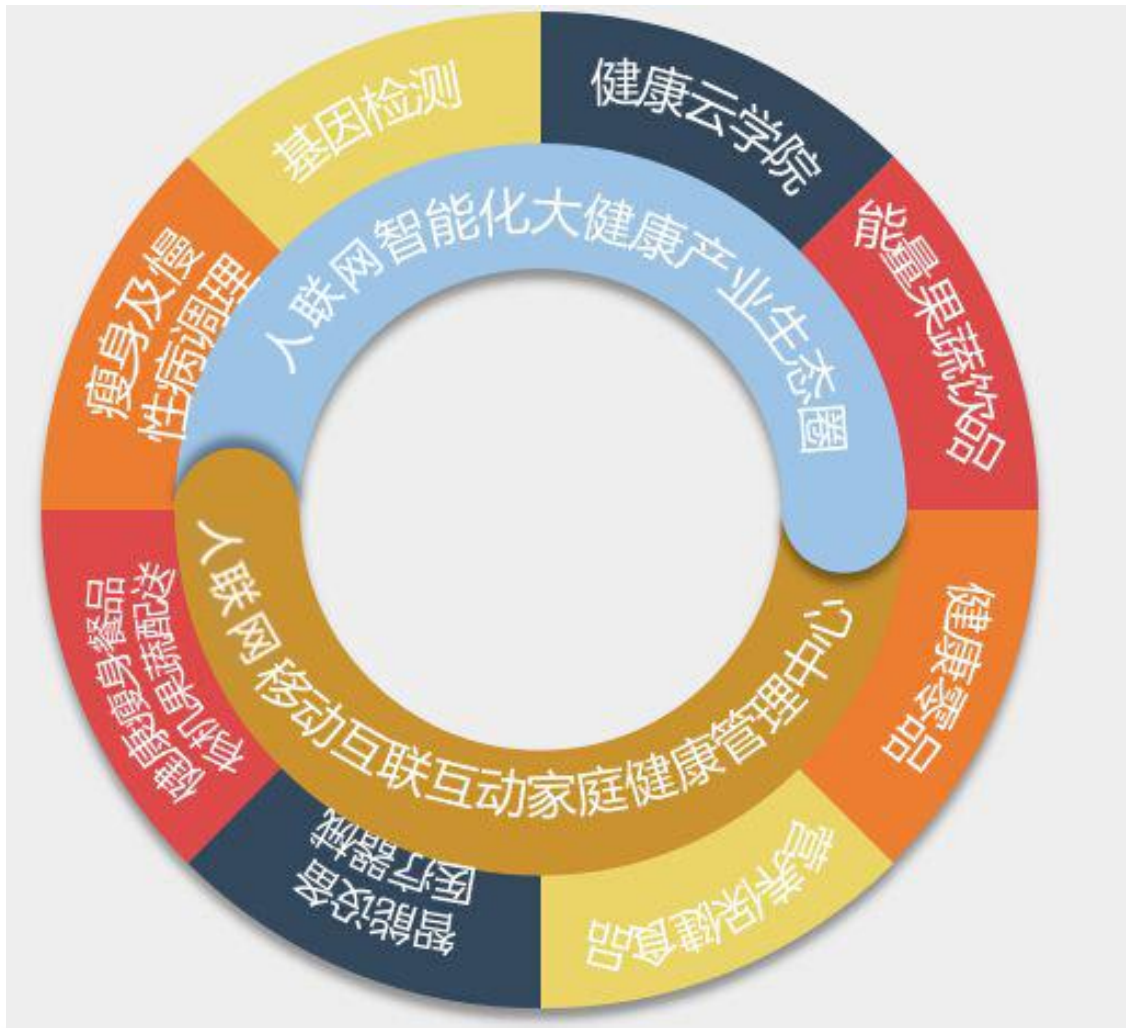
中医属于大健康领域的一部分，中医因其文化属性，诊断治疗费用低廉的原因，构成大健康生态圈中必不可少的重要环节，发展中医其实是撬动了大健康生态圈的支点，起到纲举目张的重要作用。但是，中医虽是支点，没有人联网这个杠杆的协助，还是无法带动大健康生态圈的。

人联网的内容、重要性与意义，在《人联网——开启万物互联互通新时代》一书中已经阐述，这里不再赘述。

人工智能属于人联网系统中举足轻重的一环，其发展的程度直接影响人联网在万物中的沉浸度与普及度，因此，此节是专门论述人工智能运行的底层逻辑，希望能助力中医人联网、人联网大健康的快速发展。

在人联网系统中，当一个身体有恙的人进入医院时，已经开始进入被监控的区域，隐藏的摄像头会对此人进行定位、识别。此人虽没有讲出名字、身份、工作、健康、病史等情况，但是摄像头捕捉人物头像之后，从大数据库自动识别出此人的所有信息。只要定位，就能识别，这便是人工智能运行的第一个底层算法——定位。

此人将手放到智能机器人医生的触发区时，智能机器便会自动地感应手里的皮肤、脉搏、温度、湿度等一切可以感应到的信息，这就是最基础的切诊。当然望、闻、问三诊也是利用人工智能感应的这一个功能。只要感应到，就能捕捉到，这便是人工智能运行的第二个底层逻辑——感应。



健康生态圈

此人拿到诊断并开药之后，回到家里，其手机、电视、冰箱、灯、空箱等一切电子设备均是互联网智能的延伸体，都能追踪此人有没有遵医嘱，忌吃某些食物，有没有按时吃药等情况，如果没有会发出警报，提醒此人去做。家里的人联网智能机器可以是此人生活中用的一切，因此可以实现 24 小时 360 度无死角跟踪监测。对于此人服药后的身体恢复情况，病情是否缓解、血压是否正常、运动量是否适度等等，人工智能均能随时跟踪监测，并将情况上报互联网智慧服务大脑，由其统一处理。这便是人工智能运行的第三个底层逻辑——跟踪。

前面三个过程，全部都是人工智能自动化完成的，不需要任何的人工指令。人工智能成为最称职的医院员工、最优秀的健康管理员、最贴心的贴身保姆，全部自动自

发完成有利于病人健康的工作。自动化与智能化密不可分，在不同的语义环境里，其科技发展程度不一样，但是它们的终点目标都是一样的，就是智慧化。这便是人工智能运行的第四个底层逻辑——自动化。

自动化、智能化的最高形态是智慧化，就是我们常说的机器深度学习。判断一件东西是否有智慧，最根本的标准是它有没有深度学习的能力。猿从树上来到地面，开始学习两脚行走，学习使用简单工具，学习制作复杂的工具，学习使用火等等，一部人类进化史，就是一部人类学习史。中医人联网智能化其实也是如此，要进化到更高级的阶段，学习能力必不可少。这便是人工智能运行的第五个底层逻辑——机器深度学习。

中医全健康生态圈包罗万象，①实的方面包括中医养老产业、家庭、社区、中医馆、中医院、中医药企、养老院；包括医药电商、中医食疗、中药材、中医自检现代化；包括中医健康管理产业，体检中心、体外诊断、微量元素检测、生殖健康、中医养生、月子中心和康复中心、养生产业；包括中医美养产业，医疗美容+中草药化妆品+养生美容+中医文化心灵疗愈；包括中医养生旅游产业生态圈，颐养智慧医疗+风水文化+古建庭园+养心养生养老森林温泉与天然氧吧+中医特色药浴山泉与山间轻眠+中医医人教育文化.....

②虚的方面包括易的象数理、元气、阴阳、四象、四时、五行、风水、干支时空等；包括治未病、养生、保健、康复、文化、哲学等；包括恋爱咨询、婚姻咨询、孩子教育、孝顺文化等等；包括品牌、运营、管理、培训、服务等等。

中医人联网全健康生态圈如果要顺利开展，离不开人工智能这五个底层逻辑的支撑，更离不开人联网运行的规则，此内容在已出版的《人联网》丛书有所体现，现摘录如下：

“人联网，是以人为本，用互联网、物联网为工具，联接人体内部、人与人，人

与自然之间物质、能量、信息交流、转换，融合虚拟的、真实的世界为一体，战胜自己，认识他人，把已有智能的生命激发到超能的研究、应用、服务的人联网络。”

“而未来的人联网将领先世界五大核心科技，开启万物互联互通新的时代。人联网融合了互联网、物联网、区块链、5G、云计算、数字金融、人工智能、元宇宙等所有现代高科技，在实践应用层面有五大核心技术：

## 人联网领先世界的五大核心科技

人联网融合了互联网、物联网、大数据、区块链、5G、云计算、数字金融等所有现代高科技，在实践应用层面有五大发明创造：

- 1、以人为始终的能量联接；
- 2、无限分级能量逐层放大；
- 3、搜索引擎目标精准优化；
- 4、云量信息数字管理技术；
- 5、万物互联互通循环平衡。

**人联网** 五大发明是以人为起点，以人为终点，以终为始，无限循环。既能够智能化地获取、分析大数据，同时也能够精准优化大数据，围绕人的需求，实现个性化定制服务。

**图B、数字人宇宙（人联网）—开启万物互联互通的新时代**

- 1、以人为始终的能量联接；
- 2、无限分级能量逐层放大；
- 3、搜索引擎目标精准优化；
- 4、云量信息数字管理技术；
- 5、万物互联互通循环平衡。

人联网以这五大核心科技以人为起点，以人为终点，以终为始，无限循环。既能够智能化地获取、分析大数据，同时也能够精准优化大数据，围绕人的需求，实现个性化定制服务。

人工智能的五个底层逻辑，人联网用一个词就解决了，其实就是——人联网，人、联、网三字包含了人工智能的所有内容。

中医讲人——以人为本、治病救人人本观，中医讲联——天人合一宇宙观、阴阳五行平衡观，中医讲网——万物互联自然观、未病先防避险观。中医也讲人、联、网，中医天然拥有人联网的基因，**适乎中医就是人联网，人联网适乎就是中医。**

## 第二节 中医须借鉴西医的运营、管理经验

### 1. 中医如何借鉴现代化的品牌塑造与商业结构模式

中医在抗疫中的优异表现，已使中医成为一块向国外输出的金字招牌。拔火罐、针灸不经意走红欧美运动员与 NBA 球员的新闻，使中医的品牌效应拥有了中国温度。

只是中医这个大品牌虽然有知名度，但是具体到某个中医院、中医馆、中医诊所等小品牌，却没有这种知名度。而中医大品牌要持续发展壮大，需要这些具体的小品牌来推动。所谓不积小流，何以成江海。又有麻雀虽小，五脏俱全。

因此，做好中医各式各样的小品牌，就是做好中国医学这个大品牌。

对于绝大多数的中医院、中医馆来讲，吸引患者的不是医院与医馆的品牌，而是里面坐堂的名医。名医若走，医院与医馆的品牌便不复存在。

那么，应该怎么做好中医院、中医馆等企业或店面的品牌呢？

我们在人联网丛书《蚂蚁精灵——品牌的力量》中已经提到过构建品牌的五个步骤、品牌被人快速记住的三个技巧、品牌落地的四大策略，以及商标设计方法等。品牌建立 无非定位、产品、故事、重复、传播等内容，这里不再老生常谈。

需要引起注意的是，因为中医理论博大精深，中医不同于我们之前讲的任何产品，因为中医既是产品（把病治好），也是文化（易儒道释黄帝内经），也是避险（治未病），也是哲学（天人合一宇宙观等）。中医比任何产品都复杂，因此传播它的时候，稍有不慎就会影响中医的整个品牌形象。



### 中医品牌塑造与商业模式

中医品牌与世界上的所有事物一样，不会简单到只有一个决定元素。品牌既有纵向的内在逻辑，也有着横向的外在关联的完整系统。因此，品牌的价值，远不是靠某一个“点”所能够支撑的。

正如世界著名广告大师、奥美广告创始人奥格威对品牌所做的定义——品牌是一种错综复杂的象征，是其属性、名称、包装、价格、历史、声誉、广告风格的无形组合。

从内在逻辑上看，中医品牌的塑造要通过规划体系识别战略机会，界定市场空间，寻求价值共鸣，从而确定自身的价值取向和发展方向；要通过中医内涵体系，进而通过确定品牌的定位与品牌的价值，构建起与消费者沟通的基调；然后，通过中医形象体系将品牌内涵转化成为品牌的形象识别系统，作为展示传递品牌内涵的内容；再通过传播体系将品牌形象传递出去，以解决消费者对品牌的认知转化；当消费者购买产品之后，要通过中医营销体系来实现品牌的高附加值，可持续的市场转化，最终，实现品牌溢价，为中医企业创造出更好的品牌资产。当然，这其中还需要经营支撑体系来打造品牌的核心竞争力，还需要管理体系对品牌起到避危增效的作用。

从规划到内涵，从形象到传播，从营销到管理，从支撑到资产，这八大体系是一个不可分割的整体，某一个维度的缺失都必然会影响到品牌的价值与意义。

在中医品牌的规划体系中，战略机会的识别与市场空间的界定，一方面与自身的资源、生产、管理、营销、人才等方面的能力有关，同时又与社会或行业的痛点问题、刚性需求以及自身优势与竞争态势有关。

在中医品牌的传播体系中，从内在逻辑上看，包括了为何传（目的），对谁传（受众），传什么（内容），在哪传（媒介），怎么传（形式）。从外在关联上，又与传播环境、受众的心理与行为、技术的支持等方面密切相关。

在中医品牌的营销体系中，消费者的交易达成，除了从功效、安全、心理、情感等方面的需求外，还与价格、渠道、服务和文化等外在因素有关。

此为中医品牌塑造的方法。

品牌是决定中医形象与口碑的问题，而商业模式则关系到中医盈利甚至存亡的问题。

良好的品牌可为企业带有声誉、销量、附加值，但是品牌不能替代商业模式。

人联网代表着世界的未来，互联网、物联网是人联网的工具，作为人联网工具的



互联网企业的商业模式也是所有商业模式中最先进的，许多传统企业运用互联网商业模式实现了产业的扩张与利润的增长。

互联网商业模式目前主要有三种：单边模式、平台模式、免费增值模式。

单边模式类似于传统企业，只有企业与消费者单边互动，企业把产品销售给消费者。

平台模式是搭建一个信息互动的平台，让用户之间互相提供服务，但是平台本身不提供产品与服务。平台包含单边、双边和多边平台。比如微信是单边平台，用户之间通过微信这个平台，互相交流和沟通；淘宝是双边平台，用户和商家通过淘宝建立连接，买卖商品；百度是多边平台，用户从内容作者和广告主处获得信息，内容作者提供信息给用户，商家将广告展示给用户。

增值商业模式是企业通过向用户提供免费内容或者补贴价格，来实现两个目的：向用户销售另一种利润更高的产品；向第三方（比如广告商）销售用户数据。

很显然，单边模式不适合中医产业的快速发展，平台模式正是互联网中医正在采用的模式，即：打造中医互联网智慧平台，所有的中医院、中医馆、养老产业、家庭、社区、中医药企、医药电商、中医健康管理产业，体检中心、月子中心和康复中心、养生产业、中医美养产业，医疗美容等等全部上线互联网云平台，在平台上为患者提供诊断、治疗、预防、康复、养生、养老、医美、送药上门等服务，互联网智慧平台制定规则，并收取一定的手续费。比如在中医互联网平台上，江中的猴菇饼干、九芝堂阿胶等企业将食养产品日用化、日常化便可大获成功，或者一些中医企业为高端客户开设面向患者的中医培训课程，将中医历史文化、医疗旅游和养生功操结合，给高端用户提供保健体验，也是不错的尝试。无论是食养产品还是中医文化培训，如果只是在线下市场推广销售，效果或许有，但是，借助人联网中医线上平台，可以将其价值、销量放大至少几十倍甚至几百倍。这便是平台模式的魅力之处。

增值商业模式是一种先免费引流后变现的模式，餐饮免费赠送酒水吸引顾客进店消费便是此种类型。腾讯用 QQ 免费模式吸引粉丝，然后推出会员、游戏，与其他平台联合给其他平台（京东、美团）引流，也是这种方式。

成功用此模式的共同特点是，用户认可提供有偿服务确实有成本，且付费服务对用户确实有价值。此模式迅速吸引用户群后，如何推出收费服务，取决于用户的三个因素，用户是谁，用户规模，用户是否认可价值。简单来讲，中医用引流的模式吸引病人或健康的人进来之后，形成的庞大数据是否有用，怎么用，用后能否收到费用等。

其实增值商业模式完全可以与平台模式融合，几乎每个平台企业在刚开始的时候都是使用增值商业模式，而每个增值企业引流成功，形成庞大的粉丝或会员量，就会形成垄断，向平台型模式靠拢。

比如，在增值商业模式中，中医跟随时代步伐，捕捉到现代人生活方式的改变，便将中医秘方中拥有美容养颜、营养瘦身、新陈代谢、改善睡眠、调节食欲等产品，作为免费赠送的产品，吸引塑身人群、孕产妇、糖尿病肿瘤等慢性病等人群进入人联网中医平台，而人联网中医智慧平台高效整合当地中医资源，整合中医药产业，通过使优质的中医药资源下沉，推动中医药行业发展，为医疗机构赋能，辐射全国市场。

人联网中医智慧平台推动各个中医企业搭建大数据、人工智能、元宇宙、AR 等技术+中医药，为各地中医厂商、运营商提供中医药资源整合、行业信息交流、医疗市场拓展的互动新环境，将过去受制于传统商业形态的“面对面”交易模式简化为“屏对屏”，实现精准经营，为每个用户定制属于个人的健康诊断方案与保健方案，让消费者足不出户就能享受到便捷、优质的中医药服务，在治未病的同时，把全中国人民的身体健康指标与身体素质整体提升一个大档次。

有人联网中医智慧平台的加持，我们相信，中医药全健康产业将不断做大做强，将助力国民健康水平的提高和健康中国建设，届时，中国人的身体素质一定是全世界

最棒的。

## 2. 中医如何借鉴现代化的营销模式

现代化的营销模式有很多类型，比如直销、会销、直播营销、社交营销等。

直销的本义是厂家直接把产品卖给消费者，没中间商的参与。但是后来发展成为一种带有会销形式的下线销售的模式。



安利、隆力奇、绿之韵等直销公司，其直销产品都是以传统中医药理论为支撑的保健产品与日常生活品。

因此，中医发展借鉴直销模式有天然的基因。只是直销模式没有学好，容易演变为传销，把以质量为王变成了以拉下线为王，没有优质产品，单纯地靠拉下线入伙来赚钱分钱。

中医药其实一直在用使用直销模式，发展得好的中医药公司，就变成了我们大家所熟悉的那些直销公司。

直销模式与互联网结合，变成了微商，其模式优势主要有以下几点：价格低、社交黏性强、推广有奖。

拼多多琢磨透了这种玩法，推出拼多多，大获成功。

互联网商城突破 1000 亿销售额，京东用了 10 年，淘宝用了 5 年，拼多多只用了 2 年。拼多多能够在互联网大佬的竞争夹缝中杀出来，有它独到的营销模式，我们从客户、成本、沟通、便利的 4C 理论来分析，它的成功主要有以下四点：

### （1）争取被忽视的底层伙伴与客户

淘宝与京东在打假，拼多多不打假，因为它合作的供货商没有品牌多是杂牌，杂牌产品有谁愿意去假冒它呢？

而中国的杂牌产品比品牌产品的数量大很多，当天猫与京东在争取大品牌有实力的供货商时，拼多多在争取小门店小商铺小厂商。拼多多的合作伙伴是底层的厂家，来拼多多消费的也是底层的百姓，拼多多将自己的核心用户定位在了三、四线城市，拼多多的用户 70%为女性，65%来自三线及以下城市。

拼多多走的是从农村包围城市的策略，在发展前期没有太多的竞争的压力，节省了大量的竞争成本，它用人民战争的营销方式来赢得天下。

### （2）实行更加低廉的价格

价格战永远是市场竞争中最锋利的武器。拼多多的价格是最能打动用户的，相比天猫和京东品牌专区，拼多多更加重视用户的购买成本，这也使得很多用户对拼多多形成了价格上的依赖，从而变成拼多多的忠诚用户。

### （3）拼一拼黏性十足

社交电商的特点就是购物具有社交属性，而在拼多多购买产品想要获得最优惠的

价格，就需要找人“拼一拼”“砍一刀”，从而变成一人购买商品，全家动员全村动员，多人参与其中的场景，使得拼多多的用户在短时间内迅速增长。

#### （4）背靠微信获客渠道便利

腾讯作为拼多多大股东，对拼多多的帮助不遗余力。拼多多的拼团、砍价都是基于微信平台的，而微信是目前我国使用人数最多的沟通交流软件，是社交电商的最重要渠道。

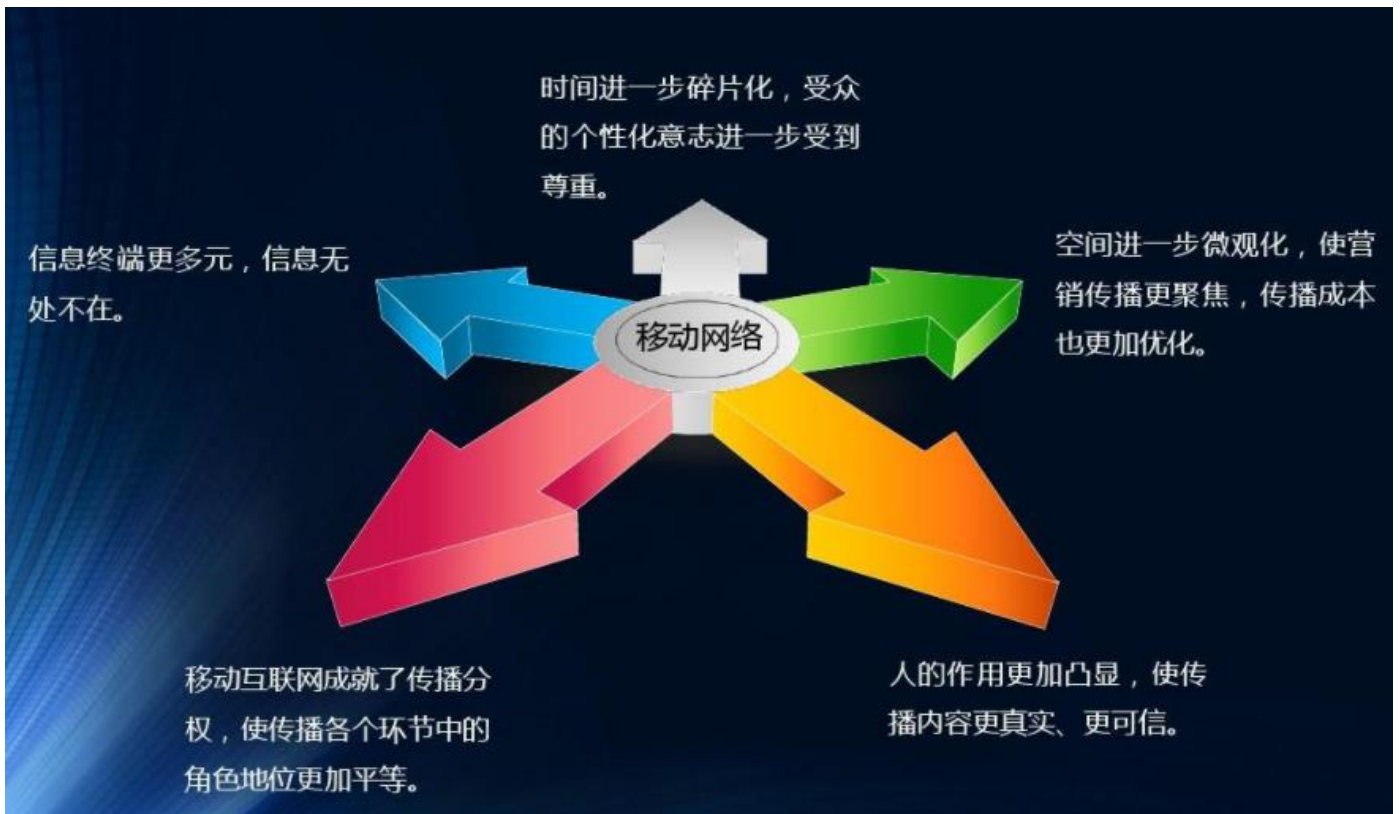
打造人联网中医全健康生态圈，在营销模式上其实可以借鉴拼多多的模式。

（1）在客户方面，中医药以其质优价廉与诊断治疗人性化的特性，将客户群体下沉到三四线城市，跟当地政府一起建立人联网中医健康中心，联接市、乡、镇、村居民的健康、工作、收入信息等，录入大数据平台以供智能机器人医生筛查、判断贫困户、残疾、孤儿等人员，除此之外，以人联网智能网络自动联盟全国慈善中心、爱心诊所、志愿者服务中心等，捐款捐物，帮助收入不高的孤寡老人、留守儿童等家庭。

一直以来，慈善中心的账务不透明成为被诟病的痛点，借助人联网区块链信息平台，就能将每一笔入账出账以及支出用途等算得清清楚楚，用中医人联网来对捐赠物资统一管理、分配，必能吸引大量的低收入人群进入人联网中医平台，成为平台的忠实用户。

人联网中医平台发展到一定程度，可以与国家社保中心接入，成为国家民生医疗失业社保最重要的枢纽部分。

（2）在成本方面，人联网中全健康平台，搭建区块链、AR、人工智能、大数据、云计算、元宇宙等网络，吸收各大药材厂、中医院、医疗器械厂等进入平台竞价，用户足不出户就能在网上对全国各地的产品进行搜索、对比、筛选，从而选到优质而价低的中药材、饮片等，另外，用户还可以根据药品的详情页、销量、评价等方式，找到药品等产品的热度与使用情况，全方面支持用户买到低价正品。



### 移动网络的营销模式

(3) 在沟通方面，用户在人联网全健康平台买药、消费，可以拉亲朋好友砍一刀，以获得最低的价格，同时帮助人联网全健康智能平台最快速度地获得用户增长。还可以利用 VR、元宇宙等技术，实现虚拟世界的社交互动、社群团购。比如，在养生产品方面，人联网全健康平台本身就是最大的企业，结合西方营养学和中医养生理念，以现代生命科学成果为依据，建立衣食住行乐五方面全面养生，达到饮食养生、行为养生、穿戴养生、住宅养生、办公养生的效果，针对现代人工作压力大，心理情绪不和谐的现状，还可以结合心理咨询机构，建立心灵养生的模式。这些养生产品都可以在人联网全健康平台中的元宇宙、VR、人工智能等技术的帮助下以最真实地呈现，以让用户获得最愉快的购物体验与社交体验。

(4) 在便利方面，人联网全健康平台的发展，可以背靠几棵大树：一是政府网络。人联网全健康平台吸收国家资金进入，让政府的各种网络包括医疗网络、社保网络、

慈善中心网络等成为人联网吸引用户的第一渠道；二是互联网社交巨头。比如人联网全健康平台跟微信、脸书等顶级社交平台合作，直接从平台里吸引大量用户。通过这两种方式，人联网全健康平台在前期就能得到最迅速的壮大，后期就能自成平台与生态圈，拥有固定的庞大用户。

人联网中医全健康智慧平台的搭建，是一件利国利民的大事，只要平台建成了，我们现在遇到养老问题、医疗问题等都会迎刃而解，到时中国将成为全世界幸福感最高的国家，全球顶尖医疗健康人才都会涌入中国，反过来推动中国全健康事业向更好的方向发展。

### 3.中医如何借鉴现代化的运营与管理方式

现代化的运营与管理，全世界有两个代表人物，西方的代表人物是德鲁克，日本的代表人物是稻盛和夫。

德鲁克的管理思想十分庞杂系统，我们用几个关键词来说明他的管理精髓。德鲁克认为管理必须有效，必须分权与授权，必须创新，必须顾客至上，必须利己利人有社会担当，必须永续……他认为管理不是管理人，而是领导人，领导是比管理更高级的方式。激发员工潜能，让员工自我管理才是正道。

稻盛和夫的经营管理思想主要体现在阿米巴经营管理，他认为企业经营者的责任，不是为了利润而经营，他认为应该把全体员工当作共同经营的主人，通过他们自己的双手创造价值，让企业的利润和员工的劳动贡献联系起来，使之具有可视性。阿米巴经营很早就提出来过，以它为蓝本，现在演化出股权理论的众多版本，但万变不离其宗：让员工拥有经营股权，成为企业的主人，这样他们会变成自燃的人，从被人管理变成管理自己。随着经营管理实践的丰富，稻盛和夫将企业经营管理经验提长到了做人修行的层次上，他将企业经营的成败都归结于人心，将所有的成功都归因于一颗“利

他之心”，这与王阳明的光明之心倒有异曲同工之妙。

除此之外，我想谈一下我们中国的伟大管理者，称为组织者也许更恰当，就是以毛泽东同志领导的共产党组织。毛泽东从来不说管理，而是说组织。

什么是组织呢？

有坚定信念、有共同价值观、有特定结构、有共同机制（体系），把两个以上的人凝聚起来，为共同目标而奋斗的群体。

从凝聚力和战斗力来讲，组织>团队>团伙。我们现在管理学老是讲团队，讲管理，其实已落了下乘。因为，组织不是靠物质不是靠利益来凝聚人！

阶级觉悟是一个人能否管理好自己的根源，因此信仰问题和思想改造成为组织中领导者首要考虑的因素。

人不需要被人管理，管理的最高境界是自己管自己。

无论是德鲁克，还是稻盛和夫，他们的管理思想有一个共点，就是激发人的积极性，让员工不需要被管理。他们对管理的伟大创新是，颠覆利益的分配方式，让员工当企业主人，让员工拿股权，让员工自己管理自己。

而他们说的内容其实毛泽东早就在《毛选》提出来了，只是表述不同而已。

中医是中国优秀传统文化的代表，中医产业要顺利发展，既要吸收西方文化中注重效率性、责任性、质量化、善用工具、信息管理、标准化的特点，也要学习以日本为代表的东方文化的人性化、精细化、差异化、效率化、协作化等特点，还要坚持我们中国有特色的组织化、有信仰、有愿景等特点。

以中药企业为例，以企业股东大会为重大事情决策机构，决定公司发展方向等重大事项，对全体员工实行网络扁平化管理。每一个员工按贡献度绩效度分配相应股权，激发中药员工的干劲与潜能，让他们成为能够管理自己的人。

股东辖董事长，董事长辖总经理，总经理辖部门经理。



生产部、供应部、质量管理部、营销部、财务部、问诊部、人力部、仓储部、信息部、研发部、审计部等各部门经理负责抓员工的组织思想，把“支部建在连上”，部门副经理抓员工绩效，不需要监督，只要起到协调作用就行。当然部门经理要做好全局的项目规划，做好四个要素：计划、目标、周期、方式。你计划做什么，达成什么目标，实现目标的周期多久，采用哪些方式达到目标。

我们也可以将人联网智能网络搭建好，让每个员工能利用 AR、人工智能、区块链、元宇宙、物联网等技术，将这五要素在工作中很好地串联起来，并提供给他们相应的金钱、人才、技术配合。他们的每一项业绩，都有人联网智能区块链记录，并分发相应的股权与红利，以激发他们更忠实公司文化与愿景，把自己当成公司的主人，切实管理自己，监督自己，自律自己。以营销部为例，中药营销员做的工作不是销售药物，反而是满足人民日益增长的医疗、预防、康复和保健的需求，宣扬中医养生、治未病的理念，将“治未病”理念、方法和措施深度融合于健康养生、高危人群防控、慢性病管理为代表的“防、诊、治、护、养”的全生命周期之中。用户感兴趣之后，再把用户引入问诊部，由专业的中医师进行诊断，利用人联网中医治未病健康服务信息大平台，为广大亚健康及慢病调理服务对象制定一系列“治未病”服务流程，包括中医健康状态信息采集、中医健康状态辨识及风险评估、中医健康咨询指导、中医特色疗法的健康干预等。

管理者要成长为真正的领导人，被管理者要成长为自我管理着，只要坚持中医以人为本的理念，吸收现代管理中的流程标准、绩效体制与股权机制，中医产业的管理水平与模式必将得到极大的提升。

### 第三节 人联网中医康养产业生态圈

随着我国人口老龄化趋势的不断加深，以及全健康产业利好政策的实施，我国全

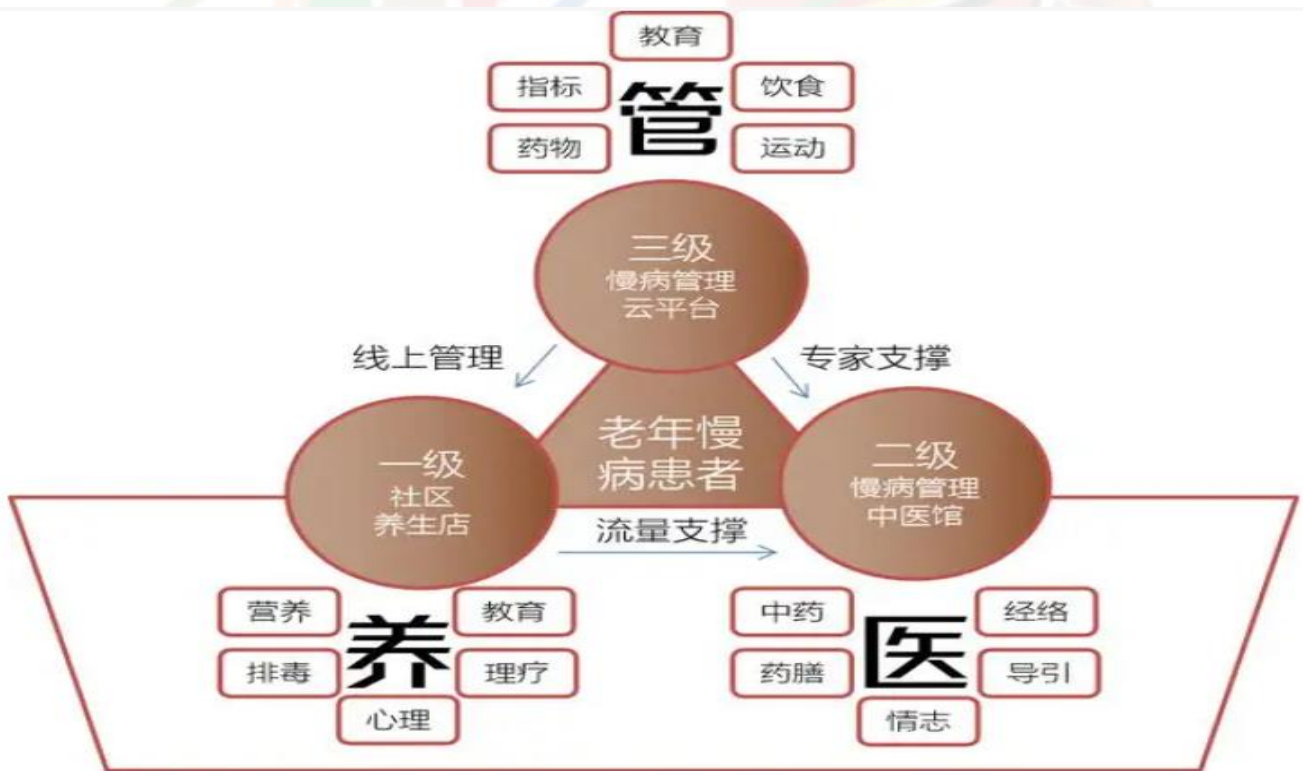
健康产业迎来了重要的发展时期。

全健康是一种全局的健康理念，不仅追求身体健康，还包括心理、精神、道德、社会、环境等多方面的健康。健康中国少不了 2.6 亿老年人康养晚年，大力发展康养产业，提升医疗康养水平，均衡医疗康养资源，应对老龄化及经济发展带来的多层次养老需求已经成为全社会共同关注的话题。

中医康养产业应借政策+科技的东风，加大互联网中医医养结合模式的引入力度，重点发展互联网中医网络咨询服务、互联网居家中医体质和居民基本健康管理服务、社区定点中医养生操作服务（按摩、拔罐、艾灸等）、中医上门康复服务等。

### (1) 中医康养的意义

老年人的身体机能逐渐衰退，容易患病或受伤，老年人群中比较高发的疾病包括心脑血管疾病、高血压、糖尿病、肿瘤、老年痴呆等，都是危害老年人健康的重大隐患，因此老年人康养产业中少不了医疗保健的需求。



中医康养模式

中医具有比较强的养生优势，中医“医养结合”的养老模式，可以对脏腑功能逐渐减弱，气血阴阳失调的老年人进行治疗，改变其虚实夹杂、病症多变、多病丛生、隐匿缓慢等特点。中医会指导老年人在动静结合的情况下顺应自然，谨养正气，在社交与活动中悦情养性，调畅情志，同时采用运动、饮食、五脏、四时、药物、针灸、按摩等诸多中医养生方法。通过科学的养生，提升老年人的生活质量，实现其延缓衰老、延年益寿等目标。

## **(2) 人联网+中医康养的探索**

人联网与国家卫健委、医保中心联合起来，利用先进的区块链、物联网、大数据、云计算、元宇宙等技术，将中医康养服务与居民家庭医生服务相结合，充分发挥人联网万物互联互通的传播优势，在其人联网全健康平台中开发基于微信端的中医康养服务小程序，以简便的健康问卷形式，收集社区居民存在的健康问题，通过人联网智能辨证系统，给出个性化的中医健康养生综合方案，以视频、音频、文字等多种信息流形式进行展现，包括健康饮食、中医传统功法、子午流注穴位按摩、日常情志调节等多种中医特色健康干预措施。

另外，人联网中医康养服务网络将家庭、社区、中医馆、中医院、中医药企、养老院、中医院等融合在整个网络平台中，并利用程序规范各自的职责，比如为各级医疗机构赋予了健康干预信息节点功能，将三级医院作为中医适宜技术指导信息节点，将二级医院作为中医健康理论宣教信息节点，将社区卫生服务中心作为中医健康评估窗口节点，将居民健康、社区服务与康养服务机构需求密切对接，为居民健康提供全方位的中医健康服务指导，同时使其作为中医健康服务效果反馈信息节点，实现了中医健康理念有群众发声，居民中医健康素养有较大提升，中医健康适宜技术有系统培训，居民健康问题有中医特色指导，中医健康服务有充分人力保障的效果。

## **(3) 人联网中医康养产业生态圈**

健康养老要实现老有所养老有所医老有所乐，选择位置极其关键。目前，我们养老的方式主要集中于三种位置：一是居家养老；二是社区养老；三是机构养老。

居家养老虽然让老人能够享受在家的自在、轻松，但是，如果儿女不在身边，老伴年纪也大了，这种情况会导致身边没有可靠的人来照顾，只能请家政服务里的保姆，这种养老方式一是费用花费大，一般百姓无法应用，二是请的保姆能否尽力尽心照顾好老人，无法确定。三是老人虽然生活受到照顾，但是心理上却无法被照顾。因为保姆跟老人建立雇佣关系之前，两人的生活、阅历、知识等完全不一样，所以老人可能在心灵上会比较孤单。四是儿女照顾老人，但不能时刻陪伴老人。儿女有工作要忙，有小孩要养，而且年龄的隔阂随着越来越多的疏于沟通，会越来越大，反而让老人产生子女不孝，让子女产生对年迈父母愧疚的心理。

综述上面原因，居家养老并不适合作为康养主流。

机构养老是指由机构建立养老性质的环境，把老人集中起来一起养老。机构养老包括避险公司养老、养老院养老、康养中心养老、旅游养老、中医诊所养老等。

机构养老的问题跟居家养老的问题类似，在第一条费用大、第二条保姆无法尽心、第三老人心理无法被照顾上，三条原因一样。比如，养老院虽然设置了棋牌室、阅读室等供老人使用，但是老人接触到的人，其实都是陌生人，作为活了大半辈子的人，更需要的是陪伴自己很长时间的老朋友，而不是再去结交新朋友。老朋友之间有共同的回忆，有聊不完的话题，有心领神会的默契，这都是新朋友无法给予的。

实际上，若非不得已，没有老人愿意去养老院养老，他们退而求其次的是居家养老，即便儿女忙工作疏于照顾他们，导致他们有时候饿肚子，他们也愿意待在家里慢慢老去。

所以，尽管养老的机构越来越多，设施越来越好，医疗水平越来越高，但是，却是老人们最后的选择。

相比于机构养老、居家养老，社区养老拥有非常大的优势。

首先，花费低。社区养老不用请专职保姆，也不用请机构养老服务工作人员，而是由社区里的每个老人互相照顾。

其次，社交正常化与心理和谐化。在社区里面都是熟悉的人，老人会过得自在、舒服，毕竟生活在这里几十年，不是朋友也变成老朋友了。在这种熟悉的环境里，老人过得愉快，疾病也会少得，生活质量得到提升，延年益寿成为必然。

再次，跟家人可相伴。中国人讲究养儿防老，其实每个中国人年迈时，都是希望能给子女生活一起，希望儿孙绕膝、含饴弄孙，享受天伦之乐。而社区养老就在住所附近，能够让老人与家人相伴的。

中医人联网利用区块链、物联网、人工智能、元宇宙、生物科技等技术，联合当地政府卫生局、社保局等部门，搭建社区（村庄）人联网康养机构，把它作为中医医养结合的落地方、实施方、知识传播方，形成服务生态闭环，为养老人群提供养生、保健、预防、医疗、护理、家庭病床、转诊、住院、康复、生活照料等一体化的服务。

同时，人联网借助社区卫生员、志愿者、护理员等贴近居民、服务一线的优势，开展对养老护理员队伍尤其是包括中青年居民与老龄人的中医药文化、知识与技能的培训或培养，打造社区更专业性覆盖面更大的中医医养结合服务网络，届时，每个老年人及其家人都是中医医养结合的传播点，能够提高中医药文化的扩散面，扩大社区居民对中医药服务的接收渠道。

人联网中医康养生态圈以政府为主导，以社区为核心、以老人实际需求为导向点，利用最新科技全面融合中医药膳康养机构、中医馆、中医院、中医药企、养老院、中医食疗企业、中药企业、中医自检现代化企业等产业与服务，能够有效发挥中医在老人养老中的医、养、健、食、娱、居的作用，有效增强医养结合能力，全面提高老人养老服务质量。

#### 第四节 人联网中医健康管理产业生态圈

健康管理分为自我健康管理与健康管理服务两种。前者主要是个人注意健康保健，比如个人对健康的重视程度，个人对自身健康的了解程度，个人对相关健康医学的了解程度，执行力等。后者是用中医系统的科学的方式帮助个体进行健康管理。我们本篇主要是讲后者。

中医健康管理服务就是运用中医学“治未病”、“整体观”、“辨证论治”、“天人合一观”、“阴阳平衡观”、“万物互联观”的核心思想，结合现代健康管理学的理论方法，通过对健康人群、亚健康人群及患病人群，从躯体、社会自然环境、心理情志等多维角度，进行健康、亚健康和疾病的监测，分析、评估，并根据个体不同健康状态提供相应的养生调治，健康维护的管理方案。

之所以会提出中医健康管理的理念，是因为人类对健康的需求以及医疗市场的发展而产生的。随着社会财富的不断增长，人类对健康观念的改变，人口的老龄化、急性传染病的蔓延、慢性病发病率的提升以及环境的不断恶化，导致了对健康管理的需求日益增加。

国内外大量的预防专家表示，在预防上花 1 元钱，就可以节省近 9 元的药费，还能相应节省近 100 元的抢救费、误工损失、陪护费等。也就是说，不进行预防，一旦得病的风险费用是预防费用的 9 倍，甚至 100 倍。

身体需要定期维护，健康需要专业管理，很多的亚健康疾病，都是不规律的生活方式病，调整饮食作息规律，放松心情，加强体育锻炼，定期调理身体，很多的疾病都可以不药而愈。

人体本身就是人本身就是一个高能量的发射器和接收体，可以接受大自然生物之间的信息，皮肤表面的微神经感应系统就像一座生物雷达 传送和接收各种能量。我们用医学为例，人本身就是一台高精尖的诊断仪器，西医 大型的诊断设备，像核磁共

振也只能测到人体某个局部的信息。而中医呢？望、闻、问、切、叩，加上哲学思辨，不仅可以看到肉体的疾病，还可以知道是先天遗传疾病还是环境因素引起的疾病，进行辨证施治。在治疗方面，人体也是一台超大型治疗设备。随着时代发展，人们时间比较紧张，不可能像祖先在深山老林里面，练功几十年与自然融为一体，把外气吸入体内，练成比正常人体大几倍的气功压力，找到肿瘤细胞壁频率，发气功同频共振把病人肿瘤细胞壁震破，瞬间把肿瘤病人治好。人体本身就是一个综合药库，有免疫系统和自我修复的能力。随着仿生学的发展，人类是会用科技来模仿人的特异功能，但最后还是离不开人。所以人联网的发展与自然和谐共处，万物互联的力量将大大地大于单个物体互联的力量，人的智能将升级到超人，人联网是制造伟人的工具。

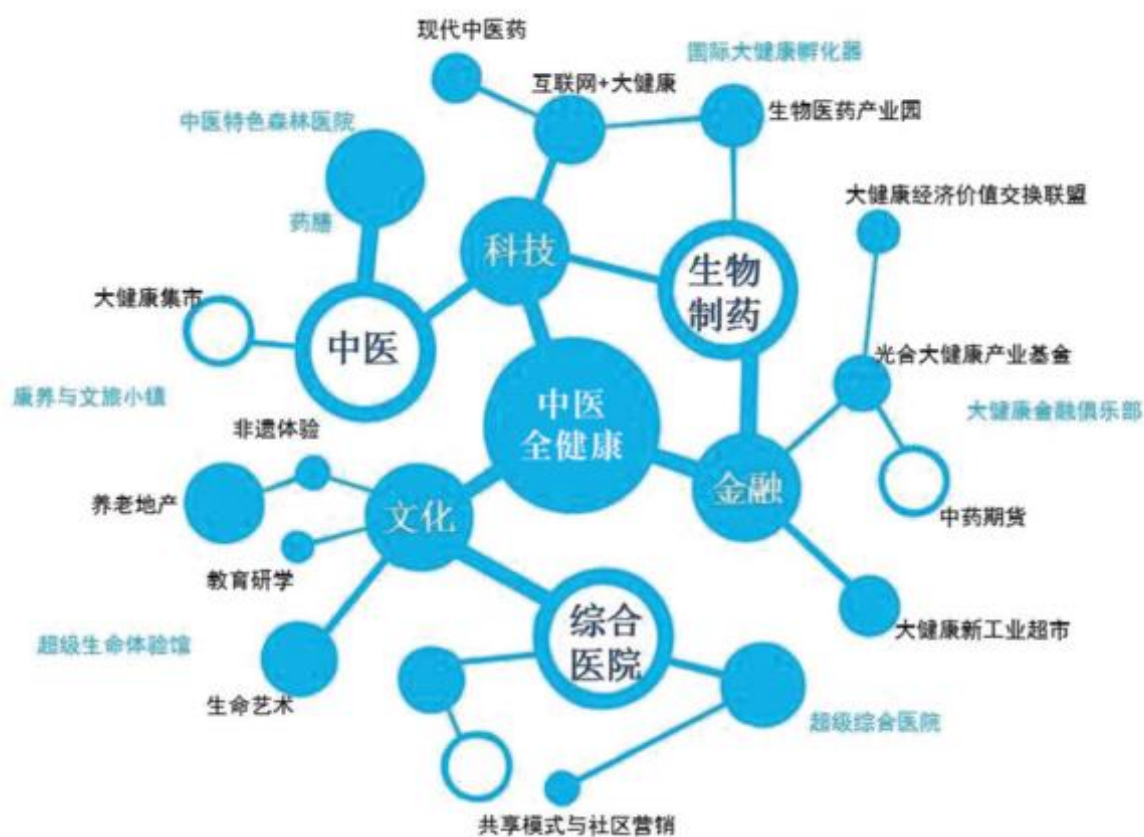
中医健康管理由于现阶段各方面人才发展不足，导致中医治未病时，并没有足够的经验丰富，医术高超的中医师参与进来，而一线的基层卫生服务机构由于病患众多，社区基层中医工作人员工作量大，无法保质保量对患者进行健康管理，严重影响到中医治未病健康管理服务的推广和实现。

因此，建立人联网中医健康管理生态平台尤为重要。通过人联网整合区域内医疗资源，由高等中医院治未病中心牵头，形成医院、药企、养生中心等与社区的上下联动；利用AR、元宇宙、物联网、云计算、大数据、人工智能、区块链等人联网技术，打破时间与空间的阻碍，实现实时对患者的监控；人联网化便民就医程序或APP的创建，更有力提升社区卫生服务机构中医治未病的 service 管理能力和效率。

利用元宇宙、人工智能、云计算、大数据、人联网等先进通信与信息技术，从惠民、惠医、惠业三个角度打造中医健康管理生态圈。

①医院与基层卫生机构分工合作，由专业技术能力强的医院负责与人工智能中医生的深度交流、训练与教育，让每一个人工智能机器人拥有专业中医师的水平，经大数据平台审核通过后，方可由人工智能中医机器人负责居民健康保障的诊断、诊后追

踪与干预，构建涵盖诊前、诊中、诊后，线上、线下一体化的中医治未病服务模式，让社区居民享有便捷、优质的中医特色医疗健康服务；②构建智慧中医治未病云平台，分享名医知识，传承中医文化与技能，提升基层医生中医治未病的技能水平；③构建特色中医服务体系，重构中医、中药、养生、健康险等产业生态链，带动中医全健康产业



### 人联网全健康中医健康管理模式

中医健康管理的内容有五个部分组成，从信息的收集、健康的辨识到养生措施、慢性病管理。

我们结合人联网，对中医健康管理的产业与内容逐次进行阐述。

#### ①用户健康信息采集与管理

采集信息的人群包括三个部分，一是健康人群。有热爱健康的用户已认识到健康的重要性，但是健康知识不足，希望得到科学的、专业的、系统的、个性化的健康教



育与指导，并拟通过定期健康评估，以保持健康危险的低风险。二是亚健康人群。这些人因为工作压力、家庭负担而长期处于疲劳，无力、心力交瘁、失眠，免疫力低下等状态。他们明白自己的健康状况正在下滑，希望采取医疗措施恢复健康，以保证更好的工作效率与精神状态。三是疾病人群。因为生过病，所以他们更希望愈后能够积极地改善自己的健康状况，他们希望痊愈后疾病不再复发，且有意识地控制得病的风险，提高生命质量。

在每一个社区都设有人工智能中医师机器人，用户只要站在面前，机器人便能将用户的舌、面、脉、问诊的信息上传大数据库。机器人还可以通过体质量卷、病史问卷、过敏问卷等方式采集到用户更多的健康信息。

人联网中医健康生态平台包括居民端（APP 移动端）、中医人工智能名医端与社区中医生端，通过联通医院与政府医保中心的用户健康大数据，医生可直接调取居民健康监测、检验检查、门诊记录等信息，进行中医健康干预。

人联网中医健康生态平台实现线上服务与线下诊疗相结合，由人工智能中医师实施中医评估与健康方案的首诊，通过平台将干预方案与进度下发至社区医师端与居民用户端，社区卫生服务中心根据已下发的治未病健康干预方案对居民进行追踪与干预，将干预工作下沉到社区卫生服务中心层，从而达到优化医疗资源，提升社区卫生服务中心的健康管理服务能力和效率的目的。

## ②健康状态辨识与评估

在未病时期进行健康检测、辨识，及早诊断发现健康隐患，运用多种手段实现治未病、管慢病、防大病目的，化被动为主动，先病一步，提前干预。

依托人联网智慧中医可视化系统和设备，头面检测只需 30 秒，全身检测也仅需 2 分钟。人工智能检测完成后自动输出红外检测报告，进而为体质辨识、养生保健和健康管理提供重要依据。

人联网中医健康平台通过用户的体质信息进行综合分析之后，予以体质辨识、寒热、阴阳和虚实等属性的辨识及五态人格（包括太阴之人、少阴之人、太阳之人、少阳之人、阴阳和平之人）等相关中医特色辨识，以评估用户的体质类型与人格特征，从而形成中医治未病健康电子档案，方便对患者的进一步诊疗与追踪。人网智能机器人结合线下中医名师的经验、技术等对不同患者，根据预防学 4P（预见性、预防性、个体化和参与性）健康管理理念，有针对性地提出个体化健康管理干预方案录入平台，平台根据方案自动生成调理处方，当然这个处方会由高等中医院的老中医、名中医最后审定，审定无误之后，会将处方发送给患者以及患者所在的合作的社区医疗机构。

### ③健康养生与干预指导

社区中医机构通过人联网中医健康平台接收处方后，根据处方针对性生成个人专属健康日历，从中医治未病角度对患者进行健康干预，包括情志调摄、食疗药膳、经络穴位、茶饮药浴、运动锻炼、饮食起居、养身方药等。患者（用户或居民）移动端会根据个人专属健康日历进行智能提醒，执行健康管理的内容。人网智能机器人摄像头、感应器可能就是患者身上的手环、手机或患者家里的电器，会持续监控患者健康日历的执行情况，患者也可以直接与社区中医生进行交流，由社区中医生根据实际情况进行指导与处方调整，或者建议居民进行重新评估以确定新的健康管理处方。

### ④对干预效果的评估

人联网中医健康评估干预措施能够有效地改善患者的健康状态，因为它将患者健康管理前后的状况、数据都进行了保存与分享，通过区块链、人工智能、大数据、云计算等技术的应用，患者健康管理前的体质问卷、脉诊、舌诊、面诊等信息被“量化”“图表化”，而患者健康管理后的信息也在人工智能机器人的扫描下一目了然，通过前后两次的检测结果的对比，患者可以明确自己的身体状况是否得到改善，哪些方面有明显改善，哪些方面还需要加强，这让以前中医师那种“有理说不清”的局面变得十

分直白明显。

比如，人联网智能中医大脑通过对比不同时期的红外检测图像，可以客观展示治疗前后的身体温度变化、脏腑功能状态变化情况。通过周期性的健康评价对比，可清晰见证健康管理成果，并持续优化调理方案。智能化系统全程记录完整的检测、辨证、调理过程，形成数字档案随时调取，实现全生命周期的健康管理。

利用人联网中医健康平台，打通线上与线下，融医疗机构、社区、居民等为一体，为每一个居民带来“检、诊、疗、评、管”一体化的服务模式。

#### ⑤各种慢性病的管理与服务

人联网中医健康管理平台通过社区和大量人群的基本信息采集，和各种中医养生干预方法的实施，对于高血压、糖尿病、冠心病等慢性病患者，从各种体质和各疾病阶段的大数据库中智能筛选出一套行之有效和适宜的保健方法，从而最大限度地控制慢性病的加深与恶化，提高慢性病人群的生活质量。

亚健康、慢性疾病重在预防，预防大于治疗。未病先防，既病防变，健康管理，刻不容缓。所以人联网的发展与自然和谐共处，万物互联的力量将大大地大于单个物体的力量，人的智能将提高到超人。

人联网告诉我们，人本身就是一个高能量的发射器和接收体，可以接受大自然生物之间的信息，皮肤表面的微神经感应系统就像一座生物雷达传送和接收各种能量。

我们用中医为例，人本身就是一台高精尖的诊断仪器和治疗设备，而且还是综合大型药库。西医大型的诊断设备，像核磁共振也只能测到人体某个局部的信息。而中医呢？望、闻、问、切、叩，加上哲学思辨，不仅可以看到肉体的疾病，还可以知道是先天遗传还是环境因素引起的疾病，进行辨证施治。在治疗方面，人体也是一台超大型治疗设备，随着时代发展，人们时间比较紧张，不可能像祖先在深山老林里面，练功几十年与自然融为一体，把外气吸入体内，练成比正常人体大几倍的气功压力，

找到肿瘤细胞壁频率，发气功同频共振把病人肿瘤细胞壁震破，瞬间把肿瘤病人治好。随着仿生学的发展，人类是会用科技来模仿人的特异功能，但最后还是离不开人。人体本身也是一个大型药库，你要懂生物学，一旦有个伤风感冒，头疼脑热，自己按摩几个穴位发发热，疏通经络，调动人体本身免疫力系统和自我修复的能力，也许就这按摩一下也就好了。人联网中医健康管理 with 中医治未病健康管理服务融合，利用先进的区块链、大数据、云计算、人工智能等信息技术，共享医疗数字资源，从而充分发挥中医药在健康管理领域的优势，以治未病中心为站点，联动上下游医院、诊所、药企、医药电商、健康检测、康复中心、养生产业、体检中心、避险保障、养老机构、心理咨询、美容养生、保健品厂家等产业，以各社区为主导，开展人口体质辨识，借助人联网智能平台实现对居民健康状况进行实时、动态管理，提供全方位的中医治未病健康管理服务，为中国人的健康管理贡献重要力量。

## 第五节 人联网推动中医现代化走向世界

此次新冠病毒肆虐全球，对于每个国家都是一个大考，令我们惊奇的是，那些自诩自由平等的欧美发达国家的考分普遍不高，疫情首当其冲的中国反而取得令人振奋的成绩。

中国抗疫取得阶段性胜利，跟很多因素有关，就像我们在本书的开篇里提到的一样，有西方学者指出：

中国的“动态清零”是政治，经济，文化（优秀中医文化）在实践上的一次展示之举，它由以下六个要素组成：

（1）国家动员能力+（2）基层政府执行能力+（3）国民纪律性+（4）“现代医学（中西医结合）”医药能力+（5）强大的物资保供保障能力+（6）互联网、物联网、人联网高水平应用=动态清零。

我们不再详细阐述六个方面代表的含义了。

我们想说的是，中医在抗疫中立下了汗马功劳，中医的抗疫思想、方法、模式值得向全世界的医学界推广。

从 2019 年末武汉的首次战疫，至今为止，新冠病毒已经持续了近两年。医学家在研究疫苗的时候，新冠病毒也在迭代升级，每一次升级，其传染性更强，让防疫药物难以跟上其变化。

面对不断变异的病毒，中医药抗疫有何绝招？为何病毒不断变异，中医药却总能找到应对之道？

原因就在于，中医不仅关注引起疫病的病因，还关注当病毒侵袭人体时，人体的内环境及功能所发生的全部变化，这为治疗疫病开启了新的思路。

西医认为新冠肺炎是新冠病毒引起的，那就消灭病毒，可是，新冠病毒不断变异，西医就要被病毒牵着鼻子跑，无法找到一种最有效、最快速地消灭该病毒的药物。

中医则不同，中医关注的不仅仅是病毒本身，更关注患病的人，认识疾病发生的原因、病机、病变部位以及发病过程的转变等等，从整体、全局的观念去看待疾病本身。

张伯礼院士对中西医诊治的区别，用了一个生动的故事，他说，一间屋子里堆了一些垃圾，生出了很多虫子，西医的办法是研究杀虫剂，消灭虫子。中医则采用清除垃圾，改善环境的思路，屋里干净了也就没有虫子了，这就是中医“审病求因，治病求本”的理念，无论什么病毒，根据证候来分析核心病机，就能以“不变”应万变，对每个患者辨证论治。

中医在治病上有极多优势，但是中医知识难掌握、中医实践难把握，非师徒不得以真传等等现状，导致了中医的发展非常缓慢，现在的中医只是西医的辅助。我们生了病，很少去看中医的，而是去西医院里照 CT，开药、打点滴等。

古代的时候，读书人属于精英文化圈层的人，寒窗十年，考了复考，没有一定经济实力是无法支撑一个贫寒家庭的，多数的读书人都出身于精英家庭。中医也是如此，要想把中医学好，一般的家庭子弟无法做到，要么是出身家底殷实，要么是出身中医世家。

我们从本书的开篇讲中医与传统文化易经、黄帝内经的关系，与现代计算机运算机制、高等数学计算模式、人工智能、大数据、云计算，互联网，物联网，人联网等的关系，其目的是希望搬开阻挠中医发展的最大绊脚石——中医模糊化。

我们希望从传统文化中的阴阳、五行、干支、河图洛书中找到量化中医的灵感，从现代先进科学技术中找到数字化中医的技术，实际上，不少有德大医也做这样的工作，我们一方面汲取他们的研究成果，另一方面也提出了自己的设想。

一路研究下来，我们有了自己的设想，就是用阴阳二进制打底，作为中医量化最底层架构的核心思想，以十进制包括干支、风水、命理、脏腑、经络等时空合一预测与诊断作为中医应用层，以多元分析包括判别分析、相关分析、回归分析对中医诊断方式进行量化，以 DME 方法对中医药的分量、效用进行量化，以人工神经网络等智能深度学习的方式对中医整体思维、人本思维、平衡思维等进行量化，再结合脑机芯片、量子医学等高科技对人体的体征信息的量化收集，再结合已经实现的智能影像技术、电磁红外技术等对病症的精确影像，以及国家推动对中医资质、药材、器械等标准的规范化，我们认为中医量化、现代化、人联网化完全可以实现。

只是中医现代化、人联网化实现的程度，需要根据现代科技对于中医的渗透与应用程度。

如果人工智能、大数据、云计算等人联网技术高度发达的时候，中医人联网也会大放异彩。



人联网：

**起**点在中国，  
**终**点在世界。

我们在家，用手机或其他电器就能连接中医人联网平台，语音方式就能唤醒中医人联网智能机器人。比如她会说，您有什么事吗？小依很高兴为您服务。然后人联网智能机器人小依看了你一眼，直接会预测你处于亚健康状态，你会得什么病，你要注意哪些饮食，其实她看你一眼的时候，已经对你的全身进行电磁红外、智能影像等技术扫描了。如果通过血压低、心率慢、交感神经抑制等判断你情绪不佳，还会用中医等传统文化安慰你，借用庄子的话，“朴素而天下莫能与之争美……至乐无乐，至誉无誉……以众小不胜为大盛。”或者对你拽几句诗文，“人生达命岂暇愁，且饮美酒登高楼。”

以后我们相伴最亲密的人，不是枕边的爱人，而可能是人联网智能机器人小依了。

她能够为你治未病，为你识别疑难杂症，为你算命看风水，为你讲中国文化，为你讲笑话等。

到时候中国人的全民素质必将得到全面提升，中国人可能成为奥运会中得金牌银牌铜奖牌三者最多的国家，而根据中医人联网打造的小依智能机器人必定也会完成原型机的设计，批量生产应用于家庭、养老院、康复中心、医院等，而中依的出口必定带来中国中医文化、中国文化、中国故事的一次全面而彻底的输出。相信，那个时候，中文将成为全世界的通用语言，中国的华佗、张仲景等名医也能像孔子、耶稣一样受到举世爱戴。

