

# 亞太旅遊醫學會「6 大強項」

## 觀光伴醫療，「醫康養」綜效加倍

### 一、前言

國際醫療市場競爭相當激烈，許多醫院禁不起服務和教學重擔雙重夾殺，營運日趨困難。面對此一困境，萬芳醫院副院長、人稱「亞太旅遊醫學之父」的家醫權威、為亞太旅遊醫學會創辦人、現任理事長謝瀛華認為，不論是政府或民間，都應該加速投入國際醫療服務市場的開發，旅遊休閒產業結盟。不但可以將醫療資源的運用，升級到更上一層樓的服務層次，把餅做大，更可以把觀光、商務、養生產業結合，再創疫後經濟奇蹟。

### 二、亞太旅遊醫學會 6 大強項

#### (一)國際醫療市場利潤大

從目前趨勢看來，有越來越多人喜愛利用旅遊、洽公機會，到境外抗衰老或健康檢查。舉例來說，歐美人士喜愛選擇到中國大陸和東南亞國家從事醫療行為的主要誘因，除了當地醫療費用比本國便宜約 2 至 3 成外，另外一個考量，就是可以順道度假旅遊，體驗異國風味。由於這些市場需求的因素，也為國際醫療注入了服務加值的利基與商機。

中國大陸、新加坡、泰國、馬來西亞、韓國等國家，很早就已經開始經營旅遊醫療市場，其中泰國和新加坡，更是將觀光醫療列為政院重點施政計畫之一。而事實也證明，國際醫療市場利潤的確不容小覷。到曼谷邦蘭格醫院( Bum-rungrad Hospital ) 進行觀光醫療已有百萬人之多，比起前年成長 30%，為邦蘭格醫院帶來人民幣百億的豐厚營收。

統計數據指出，光是去年，就有近 50 萬美國人赴海外就醫，邦蘭格醫院的外籍門診中，就有 75% 的人士來自美國，其所衍生的醫療及觀光周邊效益，難以計數。而這股風潮正方興未艾，根據估計，2025 年全球觀光醫療產業產值，估計可高達 600 億美元。

#### (二)國際門診 一站購足深受青睞

早在十幾年前，謝瀛華就看到國際醫療市場的機會，因而創立亞太旅遊醫學會，積極推動商務、觀光醫療服務。並在當時的凱悅飯店( 現為君悅飯店 ) 設立國際醫療中心，還曾經有一天為多達超過 50 位外籍人士看診的紀錄。

目前台灣的醫院，如台大、萬芳、長庚、義守及秀傳等醫院都在積極推動國際醫療規畫。其中台大與萬芳醫院已在院內設置國際旅遊門診，秀傳與義守醫院則是推出健康旅遊，長庚醫院則有養生村和桃園分院。

萬芳醫院的國際門診中心設在二樓，同一樓層還包括健檢、美容醫學中心及中醫部門，囊括所有外籍人士最感興趣的醫療項目，提供一站購足 ( one-stop shopping ) 服務。資料統計，外籍人士到萬芳醫院國際門診就醫，平均一年為 4,500 人次。這個數字，還未包括重症轉介及使用其他進一步醫療服務的 2,000 至 3,000 人次。

### **(三)結合「康養」，善用「醫療」服務**

「提供高品質的醫療服務，是醫療產業進軍國際最有力的武器！」謝瀛華強而有力地表示，並在同一時間，列舉出兩岸醫療技術最頂尖的領域，洋洋灑灑，包括心臟醫療、肝臟移植、膝關節醫療及整型美容手術等近數十項服務，這些技術不僅稱霸亞洲，在全球各地都深具口碑，可以結合三甲醫院，推出「醫康養套餐」。除了有技術優勢外，兩岸醫療服務價格，在國際市場也非常具有競爭力。謝瀛華舉例，兩岸接受醫療服務及手術的價格，大約只有美國國內的三分之一到二分之一左右，甚至比新加坡和泰國還要優質，對於外籍人士而言，吸引力自然不在話下。

### **(四)產業搶盡利基 一加一大於二**

觀光資源，則是另外一個兩岸在發展國際醫療時，必須借力使力，同時也是不可或缺之處。

不論是大陸內地的美食，或是壯麗的風光山色，都讓曾經來內地旅遊的外籍人士留連忘返、回味再三。謝瀛華就建議，國際旅遊醫療當前急需要異業結合、觀光休閒產業和各單位一起來大力推動，才可能將效益極大化。

以具有國際醫療聖地之稱的泰國為例，泰國成功結合當地醫療及觀光資源，不斷吸引外籍人士到泰國進行觀光兼醫療服務，讓這兩個產業在泰國的產值不斷廣大，充分發揮一加一大於二的綜效，而且互為因果，已經分不清楚到底是誰在幫誰了。

### **(五)宣傳行銷國際化**

謝瀛華進一步分析泰國國際醫療產業發展過程，發現到其成功的因素，不外乎是當地的醫療親切服務及宣傳奏效。

醫療實力兩岸早已聞名國際，多項手術執亞洲之牛耳，絕對不害怕拿來被比較，但是一談到國際宣傳，卻是保守有餘。「就像是一個商家，空有品質精良、價格

合理划算的產品，卻沒法為消費者所知。」謝瀛華透過亞太旅遊醫學會，已建立國際「醫康養」行銷平台。

譬如說，多年前，沒有人認識在中東沙漠的杜拜城市，但後來，杜拜開始建造七星級帆船飯店，並把全球最頂尖的 100 多家廣告公司都帶到杜拜去，讓每個人每天都在幫忙宣傳杜拜，才使得這個原本毫不起眼的城市，一躍成為度假聖地。謝瀛華認為，可以向杜拜和泰國學習如何運用行銷的力量，至少找 20 至 30 家廣告公司幫忙從事國際宣傳，讓全世界都有認識兩岸國際醫療服務，同時建立起異業結合的商機。

謝瀛華本身也常利用出國觀摩考察機會，大力宣傳兩岸旅遊醫療服務。在近期代表台灣萬芳醫院參加杜拜世貿展時，便馬不停蹄地拜訪所有參展的各國業界代表，連帶去的名片都不夠用，還同時接受當地四家媒體專訪，積極向世界介紹亞太旅遊醫學會的服務。

## (六)建立海外據點 國際醫療更廣大

此外，謝瀛華特別提出「海外據點」的重要性，並再三表示，藉由國際據點的配合及轉介，是讓國際醫療長存的有效策略。

所稱「海外據點」，並非直接至海外設立分院。謝瀛華解釋，受限於各國醫療法規不同，希望透過海外企業家，在重要的旅遊勝地，投資成立「國際醫療中心」，由兩岸醫院派出管理及專業人才協助指導，吸引赴當地的商務、旅遊等外籍人士，並將案列轉回，再繼續使用兩岸的醫療或觀光服務。

謝瀛華指出，受歡迎的旅遊景點，一年可以吸引數千萬外籍觀光客，對於打開兩岸國際醫療的知名度及服務的延續，有非常大幫助。目前在越南的胡志明市，就有日本、美國、法國、韓國等多國籍團隊在當地服務。

## 三、 總結

### 「醫養康」合一，創造核心價值

面對國際化競爭，醫院的經營，不論是在硬體設備或醫護人員的素質及心態上，都必須隨之調整。

謝瀛華分享多次海外觀摩的經驗表示，媲美五星級飯店式的醫院是未來國際醫療的走向，已是毋庸置疑。而泰國曼谷的康民醫院及曼谷國際醫院，所提供的，不僅僅是壯觀的硬體，還有國際化的醫療服務。

在曼谷國際醫院的大樓中，甚至設有專門針對日本人及阿拉伯人門診的樓層。日本人門診的樓層，提供的是 NHK 電視台、日本茶，以及日文雜誌；而阿拉伯人的門診樓層，則完全改成半島電視台、阿拉伯咖啡及阿拉伯文的報章雜誌。

除了聘用受過美國訓練的醫師，專屬語言服務的醫療人員及符合就診人士文化的貼心服務，讓看診病人有不再有醫院中冰冷的恐懼感，反倒有像在飯店中度假的悠閒，是泰國在國際醫療服務建立起的差異化。

謝瀛華指出，為了迎接國際醫療風潮到來，兩岸的「醫養康」必須整合，不但設立英文及外語專業團隊，同時加強志工的語言訓練，還有專人窗口服務。近期內，可以同時顯示中、外語三種語言版本的國際門診網站，也即將開始提供服務，希望透過網路的無遠弗屆，讓世界各地的人士，都有機會了解兩岸的醫療服務。在謝瀛華的心中，兩岸要成為新的國際「醫養康」聖地，只是時間早晚的問題，那一天，已經蓄勢待發，又強又壯。