

依法辦事

侯善元·著

## 作者简介

侯善元，南京人，1990年生，原名“侯圉堃”，九岁皈依佛法，法号“净如”。同时接受正规学历教育，东西碰撞，艰难思索，略有心得，始终坚持清心寡欲，淡泊明志，宁静致远。

## 内容简介

本书以“依法办事”为名，寓意佛家“依法不依人”的坚定信仰。汇总侯善元三十五岁以来，公开发表的各种原创文章、网志、设计图，逻辑图，纪念生日，欢迎传播，仅供参考。

# 个人简介

姓名	侯善元	性别	男	出生年月	1990.03.28	
婚姻状况	未婚	民族	汉	政治面貌	群众	
健康情况	健康	户籍地址	南京	身高	173 cm	
学历	硕士	信仰	佛教	体重	84 kg	
学习经历	2003-2008, 南京市金陵中学, 本部初中+高中 2008-2012, 江苏师范大学(江苏城市职业学院办学点), 资源环境与城乡规划管理, 本科 2012-2017, 南京工业大学, 城乡规划学, 硕士(延期毕业) 2021, 马来西亚, 泰莱大学, 建筑设计, 本科(退学) 2025, 西北政法大学, 法学, 同等学力硕士(在读)					
工作经历	2015, 江苏省城市规划设计研究院, 实习 2017, 江苏省城镇与乡村规划设计研究院, 实习 2017, 江苏省体育竞赛管理中心, 助理(帮忙) 2018, 南京尔目旅游规划设计研究所有限公司, 员工(辞职) 2019, 上海交通大学新农村发展研究院, 项目代理(辞职) 2020, 江苏南中医健康产业研究院有限公司, 员工(兼职) 2021, 南京市侯善元研究有限公司, 法定代表人(注销) 2022, 江苏埃克西尔工程科技有限公司, 工人(辞职) 2022, 玄武区侯善元私人规划设计咨询, 个体户(存续) 2024, 南京醇之源生态科技有限公司, 股东(退出) 2024, 江宁区侯善元私人规划设计咨询, 个体户(存续)					
发表文章	《浅谈城乡规划管理理念的发展——基于五行学说的理论尝试》, 《城市建筑》2016年第24期, 侯善元, 南京工业大学建筑学院, 210009 《城市老旧住区户外空间适老化改造策略研究——以常州清凉社区为例》, 南京工业大学, 2017-05-01, 硕士毕业论文					
户口地址	江苏省南京市玄武区新街口街道将军巷33号103室			租住地址	江苏省南京市江宁区汤山街道阜庄村道婆庵25号北侧	
联系电话	17715273410			邮箱	1633048444@qq.com	

# 序言

为什么出书？

因为过生日，

1990.3.28 ~ 2025.3.28，

三十五岁。

看了不少书，

写了不少文，

画了不少图。

# 目录

序言 .....	1
目录 .....	2
侯善元 .....	9
道法自然 .....	9
天下学问 .....	9
五行逻辑 .....	9
汇编旨要 .....	9
五行分析 .....	12
应用案例 .....	68
城乡规划 .....	68
天下五分 .....	74
金融产品 .....	76
体育赛事 .....	76
环保酵素 .....	97
摊商经济 .....	100
垃圾分类 .....	101
中医药健康旅游 .....	105
募资介绍 .....	105
协会会员 .....	109
研究框架 .....	110
专题研究 .....	113
项目介绍 .....	137
国内案例 .....	149
规划设计 .....	159
概念规划 .....	159
时间规划 .....	179
建筑设计 .....	193
科技创意 .....	207
标志设计 .....	261
诗歌创作 .....	264
《金陵夜雨话·侯善元》 .....	265
《农田种字赛文武·侯善元》 .....	265
《从文入观谈近史·侯善元》 .....	266
《国史可鉴·侯善元》 .....	266
《鉴欲·侯善元》 .....	266
《论关系·侯善元》 .....	267
《书斋小憩·侯善元》 .....	267
《燕南飞·侯善元》 .....	267
《劝世·侯善元》 .....	268
《现世报·侯善元》 .....	268
《看戏台语无·侯善元》 .....	268

《前有古人岂后无来者·侯善元》 .....	269
《治己病·侯善元》 .....	269
《治己乱·侯善元》 .....	270
《远鬼神·侯善元》 .....	270
《反谈·侯善元》 .....	270
《蔡·侯善元》 .....	270
《论台面·侯善元》 .....	271
《论民心·侯善元》 .....	271
《论民心·侯善元》 .....	272
短文创作 .....	273
治世原则 .....	273
法律制定 .....	273
法律制定 .....	273
什么叫“法律” .....	274
谁能做主？君、党、民？ .....	274
法律本质 .....	275
知行合一 .....	275
公安≠法律 .....	276
法律的作用 .....	276
依法治国的前提 .....	276
为什么要立宪 .....	277
法治社会 .....	277
搞运动不需要法律 .....	277
世界的人可以分为两类 .....	277
法治社会 .....	278
“精忠报国”≠“忠于皇上” .....	278
道德标准比法律高得多 .....	278
“法律超越阶级性” .....	278
法律原则不分阶级 .....	279
没有法律会怎样 .....	279
为什么法治超越意识形态？ .....	279
有谁的私有财产不需要法律保护么？ .....	280
华人的法律观 .....	280
法律面前人人平等 .....	280
从小学法 .....	280
为什么法治才是普世价值？ .....	280
非法财物 .....	281
古代与现代的参政议政 .....	281
民主对司法的影响 .....	281
先法律后领导 .....	282
法治与民主、资本的关系 .....	282
只有法治能统一中国 .....	282
潜规则盛行的原因 .....	283
古代法家 .....	283

所谓“民主共和” .....	284
“国”并没有“法”的必然 .....	284
法律与道德 .....	284
古代文明的现代雏形 .....	285
资本社会需要法治 .....	285
什么叫“伪道德” .....	286
为什么道德具有狭隘性 .....	286
道德与法律 .....	287
怎么理解法治的普适性 .....	287
什么叫“道德”？ .....	287
人是自私的 .....	288
什么叫“天下为公”？ .....	288
道德起源 .....	289
法律的“颜色” .....	289
道德的私人属性 .....	290
法治社会 .....	290
美国法律 .....	291
台湾现实 .....	291
什么叫“社会的进步” .....	292
什么叫“资本做主” .....	292
什么叫“实用主义” .....	292
什么叫“看人的社会” .....	293
为社么“儒家天下”不利于科技发展？ .....	293
乡村与城市 .....	293
农业文明的精神 .....	294
“工作”的伟大 .....	294
资本与金钱的区别 .....	295
影视经济的本质 .....	295
传统文化的特点 .....	295
世界的真相 .....	296
非人逻辑 .....	296
非人类史观 .....	297
外面的东西谁能做主？ .....	297
道德与法则 .....	297
血缘繁衍与人类的恶 .....	298
说到做到 .....	299
说到想到未必做到 .....	299
经久不衰的行业 .....	300
花钱 .....	300
思想才是进步的原动力 .....	301
学习 .....	301
论游牧民族与农耕民族的区别 .....	301
社会怎样产生幻想 .....	302
上去 .....	302

垃圾 .....	303
社会阅历 .....	303
工作本质 .....	303
工作本质 .....	303
强弱之辨 .....	304
孝顺 .....	304
被需要的虚假 .....	304
神与科学 .....	304
演员治世 .....	305
古今商道 .....	305
资本的终点是权力 .....	306
资本时代的教育内容 .....	306
资本干预 .....	306
社会主义层层罩套 .....	307
人性 .....	307
论社会经济管理 .....	307
什么是“人” .....	308
善恶经济 .....	308
构建低碳世界的虚伪 .....	309
全球气候变暖 .....	309
论俄国经济的机遇 .....	310
非洲经济危机的解法 .....	310
美式精神的起源 .....	311
美式性格 .....	311
产能过剩 .....	312
中华文明解决矛盾的方法 .....	312
用教育促进经济发展 .....	313
论演员群体的资本属性 .....	313
演艺行业 .....	314
论对财物的影响力 .....	314
论印度教 .....	314
西方世界的自然观 .....	315
经济泡沫的产生原因 .....	315
绿色宗教 .....	316
“脚踏实地” .....	316
“空谈无益” .....	316
四神兽 .....	317
水与火 .....	317
资本主义商品世界 .....	318
资本之下 .....	318
支持停战 .....	318
自然农法 .....	319
什么叫“旅游” .....	319
国内商业分两个方向 .....	319

产业的自由度 .....	320
世界最大的碳排放量 .....	320
国际动物 .....	320
商业与政治的区别 .....	320
儒释道 .....	321
读书人与农民的区别 .....	321
不同年龄段的梦 .....	321
资本在人与自然之间 .....	322
现代社会生存法则 .....	322
刺激消费的方法 .....	322
文化潜规则 .....	323
城市与乡村的文化特征 .....	323
思考死亡 .....	323
城市与乡村的区别 .....	324
东西方遗产的区别 .....	324
战争遗产 .....	324
美军 .....	325
西方的价值观 .....	325
颜值治世 .....	325
商人治世 .....	326
全球统一 .....	326
房产本质 .....	326
造梦有毒 .....	327
福报 .....	327
无用之用 .....	327
高考加分 .....	328
思考生育 .....	328
楼房高度 .....	328
天下交通 .....	328
婚庆+影视 .....	329
从清明上河图看商业环境 .....	329
什么叫“不需要” .....	329
毕业生与社会人 .....	329
特殊与平凡 .....	330
动物与人 .....	330
生育的意义 .....	330
胖东来 .....	331
所谓做人 .....	331
研究心理学有什么“意义” .....	331
什么叫“活人”？ .....	331
民众怎样开外国的门？ .....	332
为什么不结婚生子 .....	332
如何戒色 .....	332
传统文化的基础读物 .....	332

舆论、言论、观点、意见.....	333
语言与财富.....	333
怎么在地名里做梦.....	333
为什么不看好“房地产”.....	334
教育的目的.....	334
俄乌怎样停战.....	334
什么叫“上去”.....	335
活在“动物世界”的人.....	335
最搞笑的“是”.....	336
世界如何做梦？.....	336
“上下”社会的特征.....	336
“上下”社会.....	337
“干”与“说”.....	337
酵素有什么实际用途.....	337
佛教与基督教的区别.....	338
腾讯 app 登录地址.....	338
佛陀临终遗训.....	338
法治德治.....	339
以女治世.....	339
社会安全.....	339
想去美国.....	340
自由与不自由的环境.....	340
美国宪法第二修正案.....	340
社会主义与资本主义的社会对比.....	341
“斗争”型社会管理模式.....	341
冷战本质.....	341
中美差别.....	342
近现代历史简述.....	342
才德之辨.....	343
中美适合谁.....	343
香港问题.....	344
国际货币.....	344
法治区划.....	344
东西方的区别.....	344
社会阶层.....	345
民主≠法治.....	345
人民站在权力顶端.....	345
道德标准.....	345
官=管=关.....	346
资本世界的本质.....	346
传统中华.....	346
为什么平均主义不可能.....	347
建国“前三十年”.....	347
资本≠资本家.....	347

人的出生天差地别 .....	347
经济世界与政治世界 .....	348
权力的本质是什么 .....	348
为什么应届生才更有机会进体制 .....	348
社会主义的权力 .....	348
影响国家安全 .....	349
明与清 .....	349
破四旧 .....	350
论不平等 .....	350
权力与财富 .....	351
穷人与富人的区别 .....	352
穷人与富人 .....	352
资本主义的统治 .....	352
贸易保护主义的核心议题 .....	353
套子治国 .....	353
日本 .....	353
法的弊端 .....	353
世界的行为习惯 .....	354
北方国外 .....	354
国内权力结构 .....	354
论地名的政治属性 .....	355
区域发展差异化 .....	355
后记 .....	356

# 侯善元

## 道法自然

自然五行，可以解释一切哲学乃至科学问题

## 天下学问

## 五行逻辑

火：释放迸发

水：运输传导

木：组织结构

金：功能作用

土：贮存储藏

## 汇编旨要

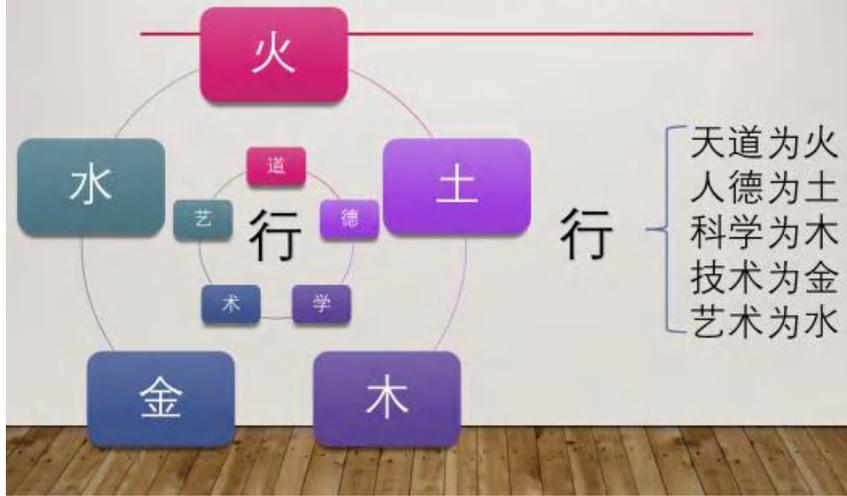
# 天下学问汇编旨要

总分八科、每科五目

## 四梁八柱——天下学问全览

项目	官	医	师	农	工	商	文	武
道	官道	医道	师道	农道	工道	商道	文道	武道
德	官德	医德	师德	农德	工德	商德	文德	武德
学	官学	医学	师学	农学	工学	商学	文学	武学
术	官术	医术	师术	农术	工术	商术	文术	武术
艺	官艺	医艺	师艺	农艺	工艺	商艺	文艺	武艺

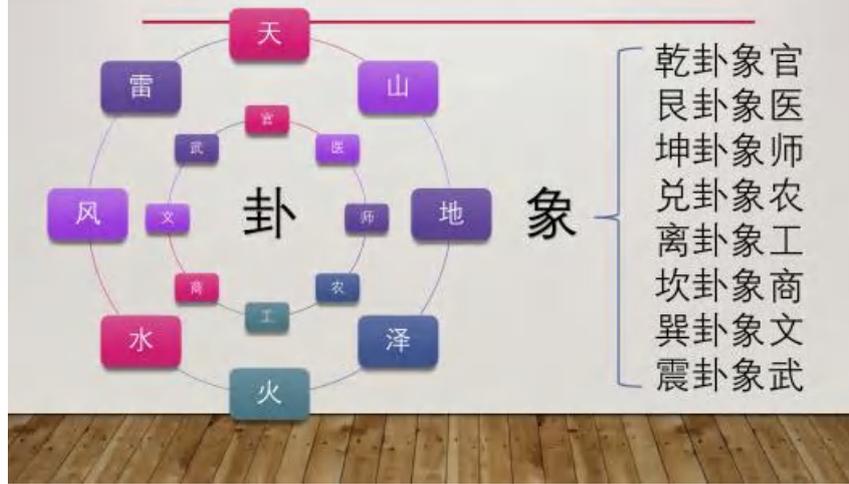
## 每科五目——五行相应



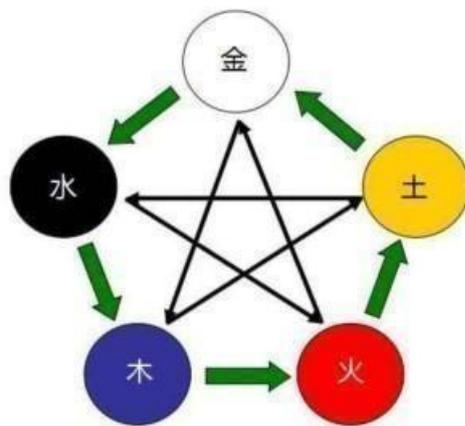
## 总分八科——八德相应



## 总分八科——八卦相应



## 五行分析



中华传统五行大道图示



微观经济学·五位一体图示



五伦大道关系示意图



国家发展·五位一体关系图



北京德恒律师事务所  
1152032355

国家危机·五位一体关系图



北京德恒律师事务所  
1152032355

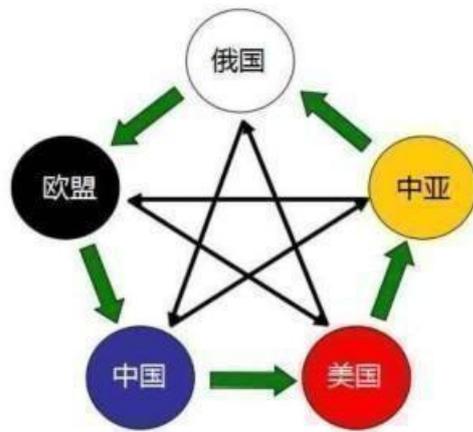
宏观经济学·五位一体图示



城乡规划用地功能关系图



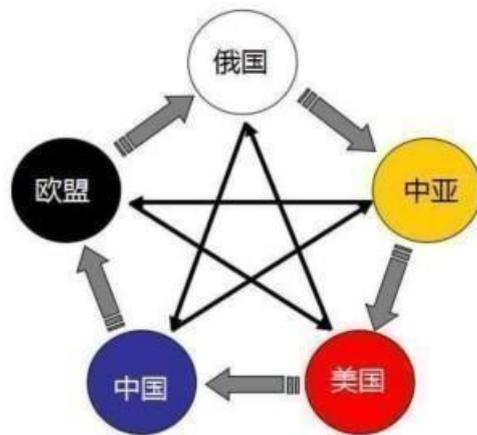
世界格局·五大势力关系图



辅助(生)  
 制约(克)

世界格局元 10.30.2020.05

世界格局·五大势力关系图



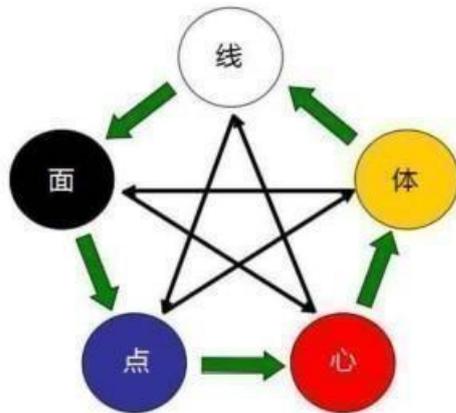
威胁(辱)  
 制约(克)

世界格局元 10.30.2020.05

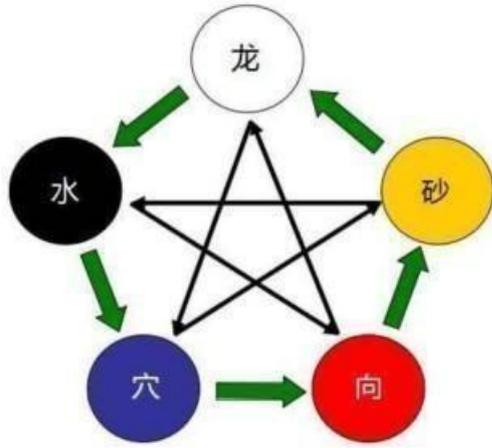
# 城市意象五要素良性关系图



# 立体几何五要素关系图



风水选址五要素关系图



形成(生)

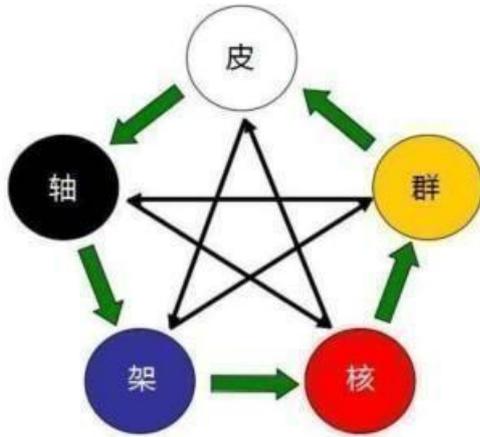


控制(克)



100% 100% 100% 100% 100%

城市设计五要素关系图



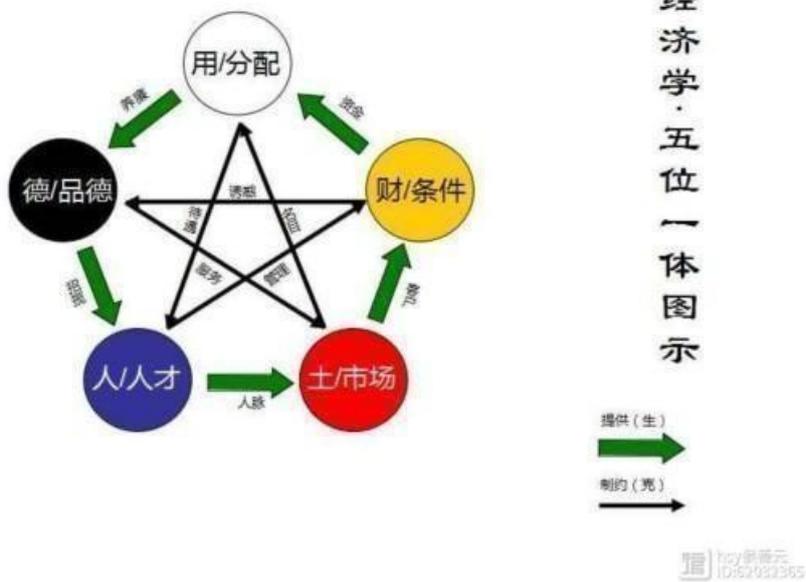
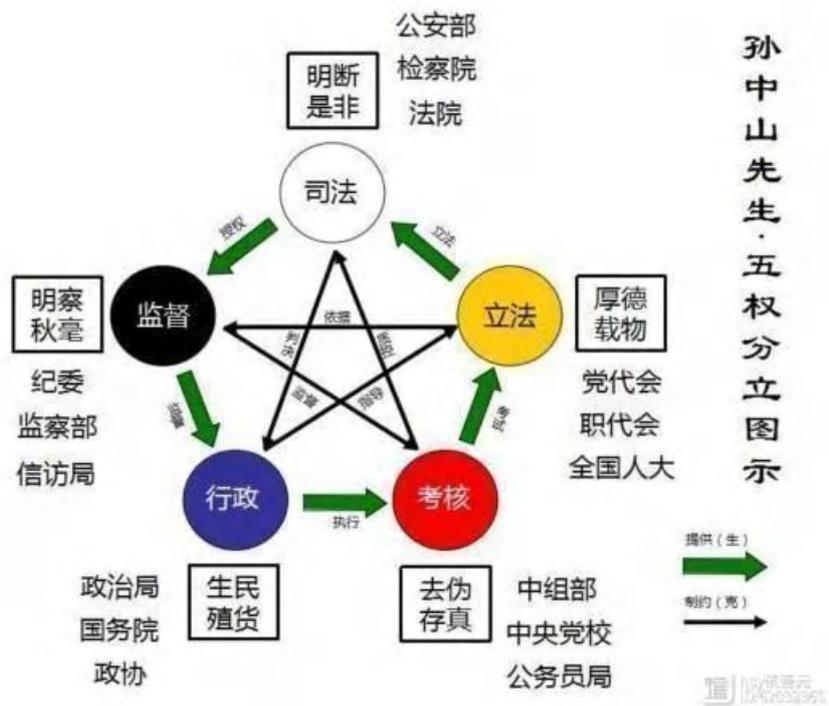
形成(生)



控制(克)



100% 100% 100% 100% 100%



### 城乡规划用地功能关系图



信 hcy 侯景元 ID:52032355

### 城乡建设机制·恶性循环图



信 hcy 侯景元 ID:52032355

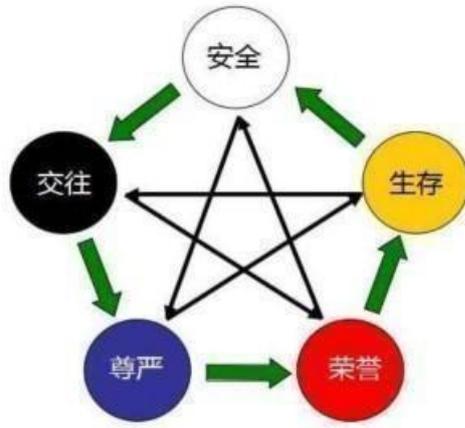
城乡建设机制·良性循环图



城市意象五要素恶性关系图



马斯洛需求层次理论图示

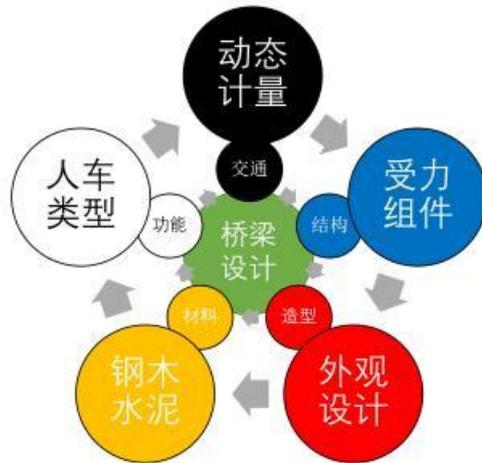


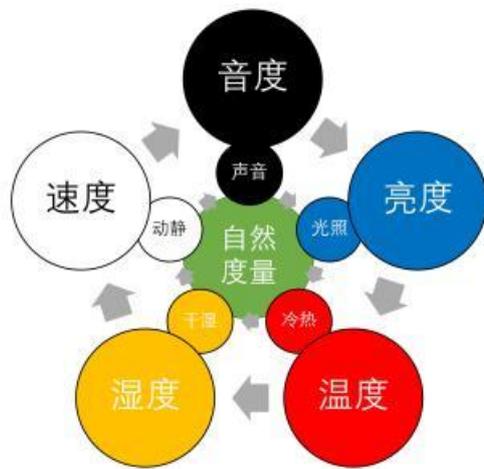
提供 (生)  
制约 (克)

1008287355



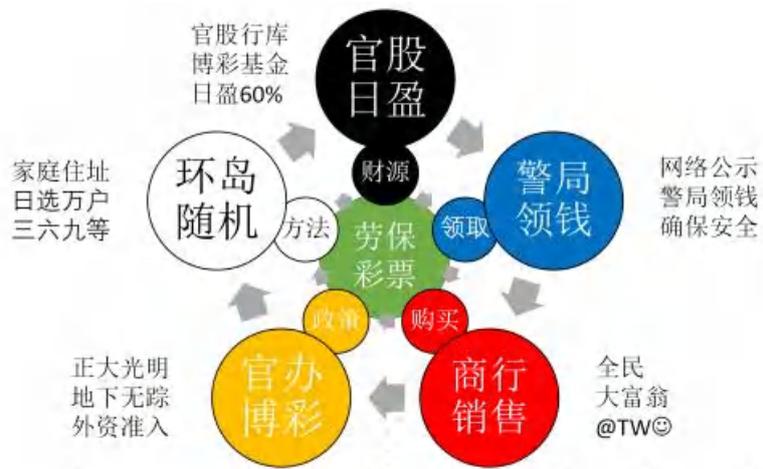
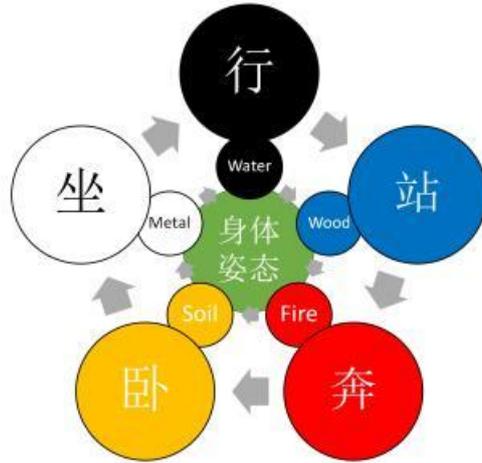
@房地产

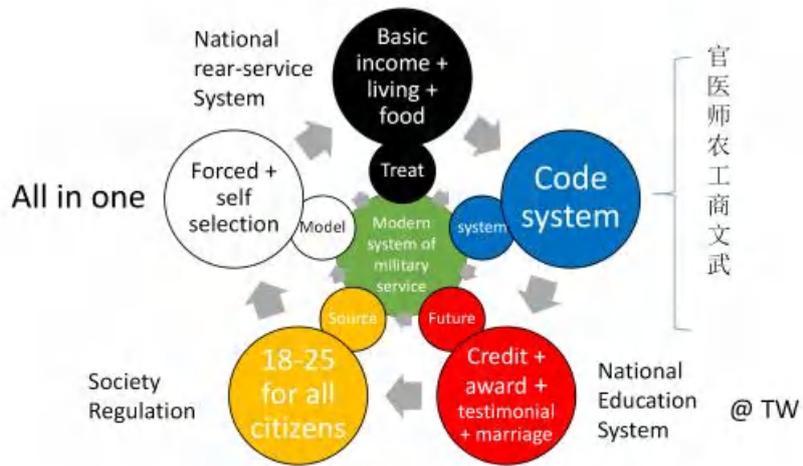


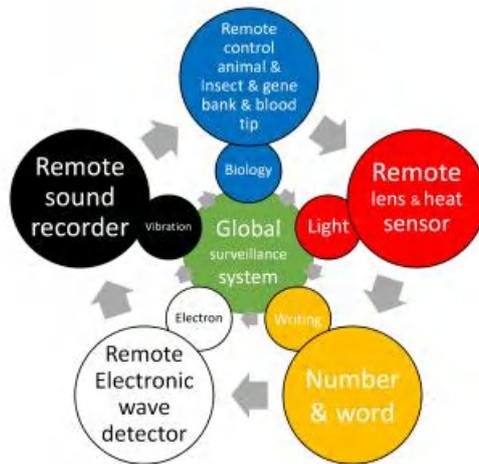
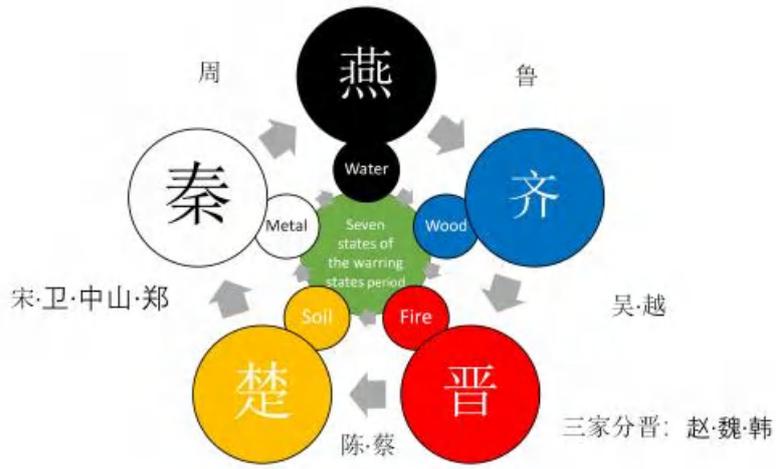


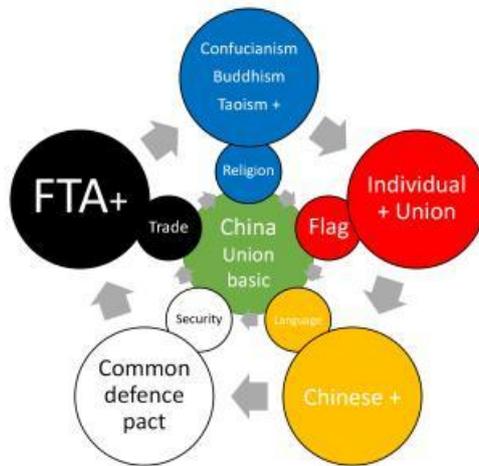
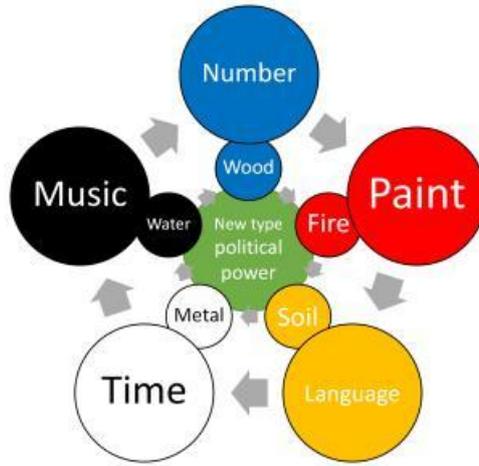


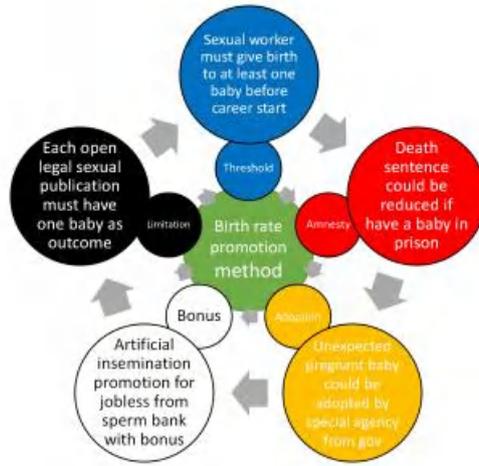


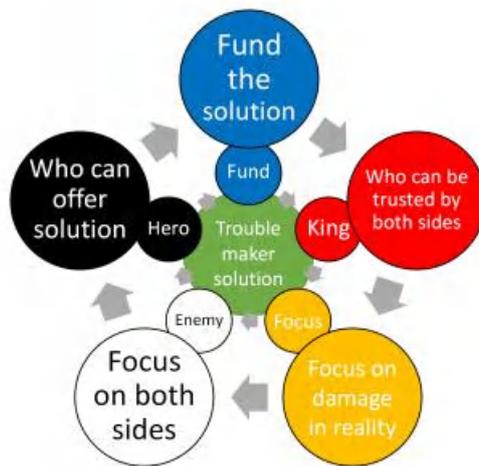
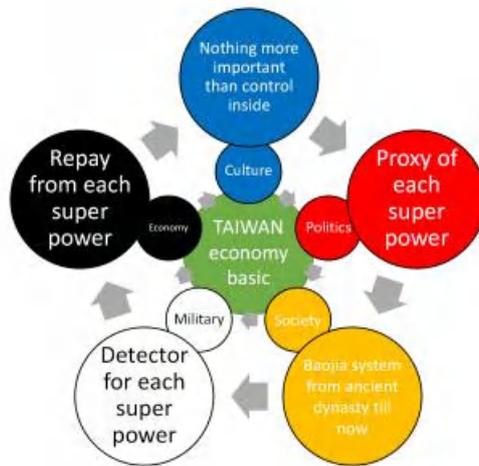


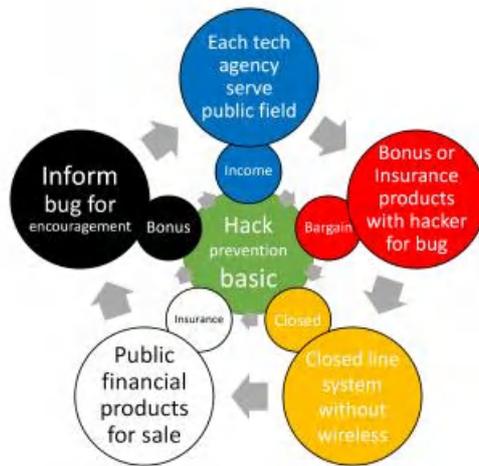
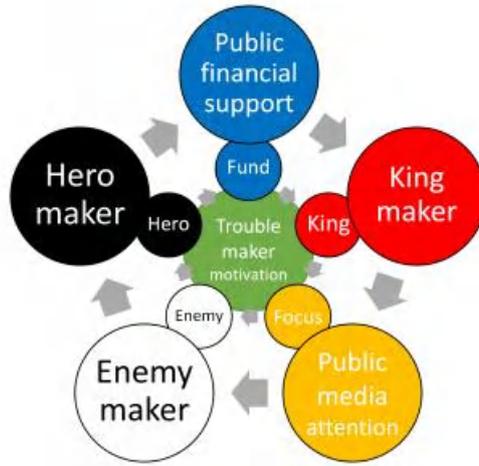


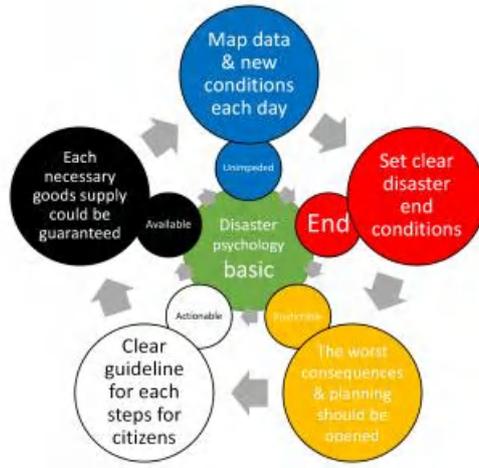




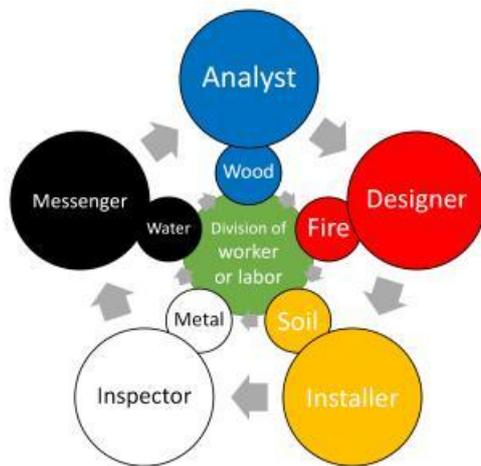
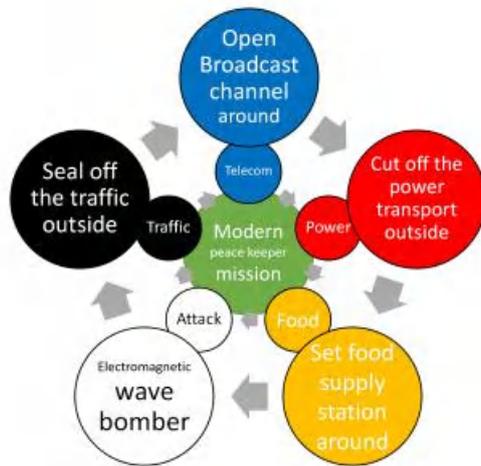


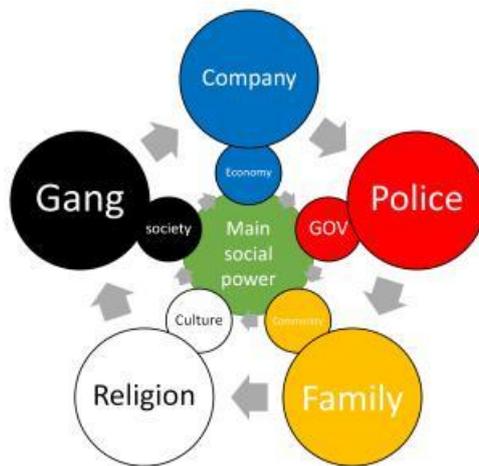
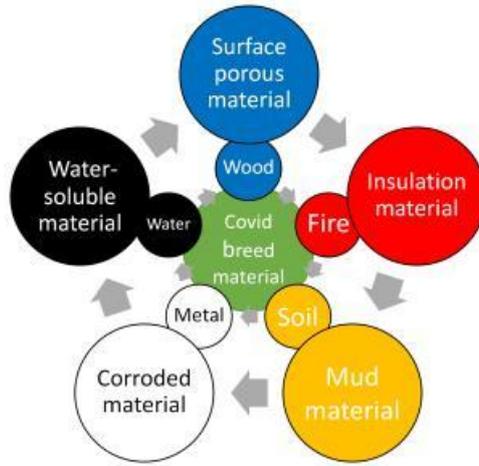


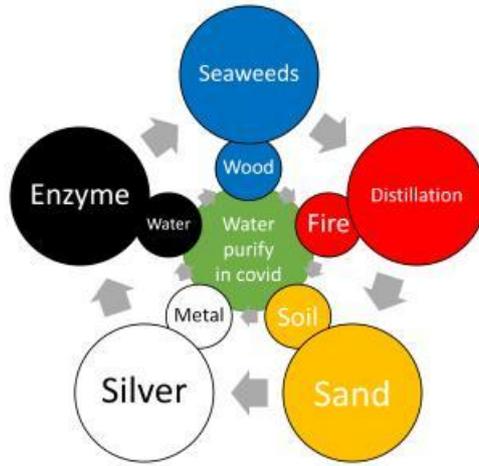


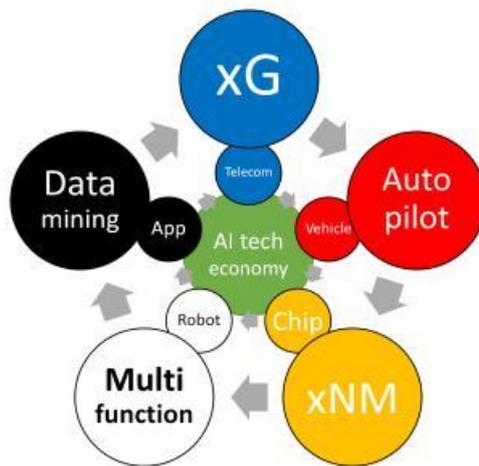
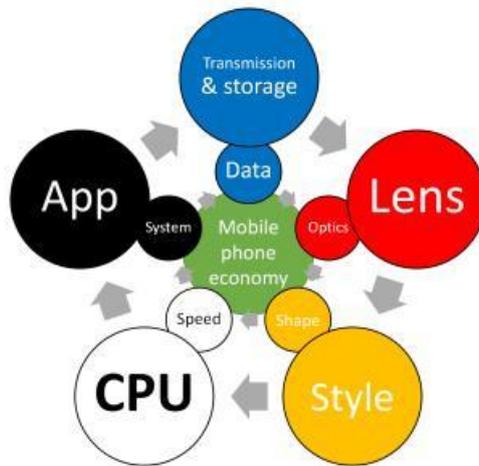
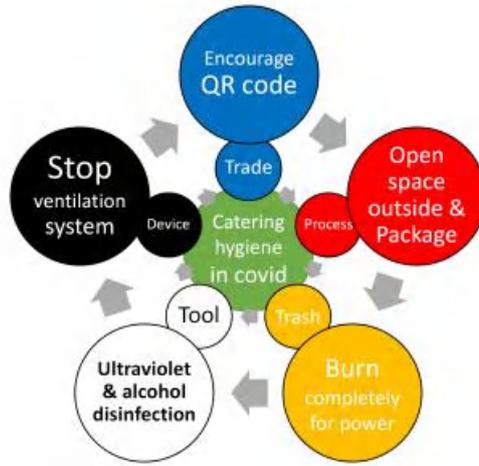


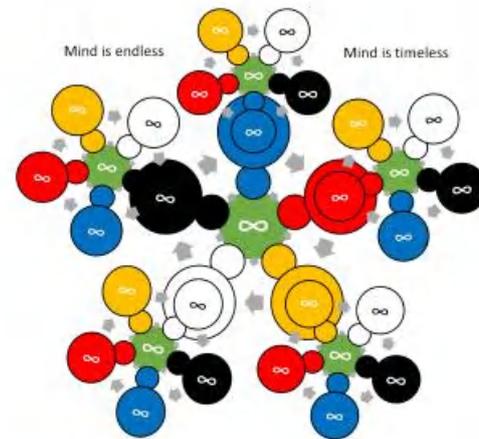
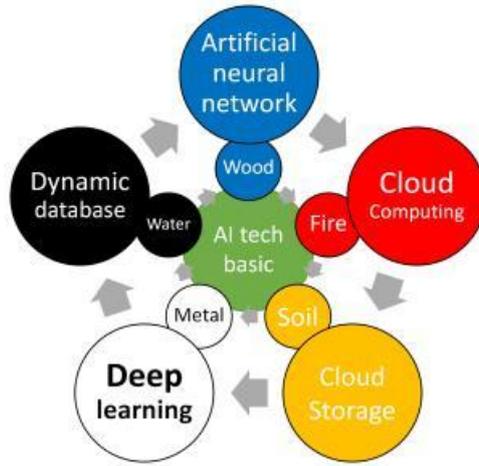


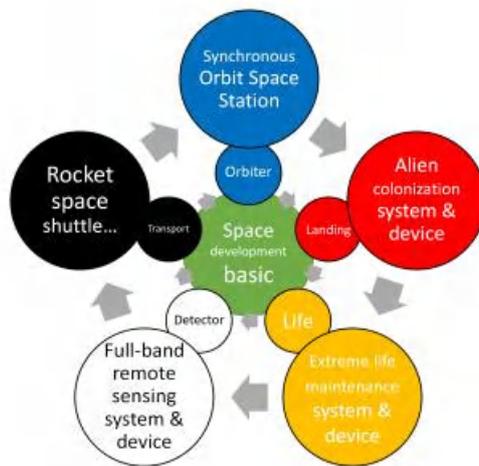
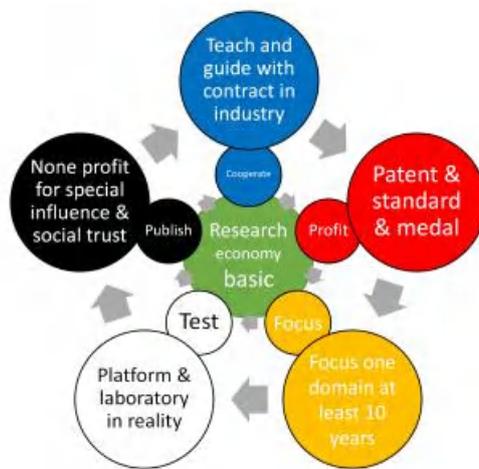


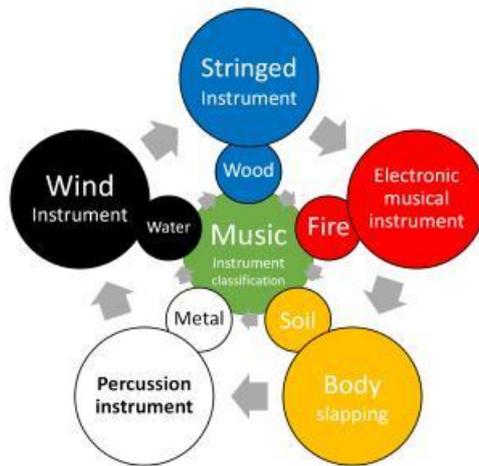
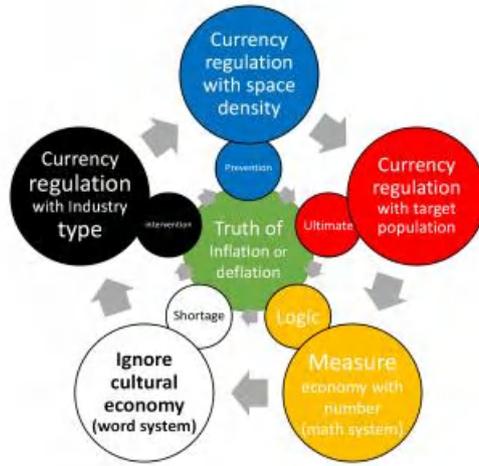


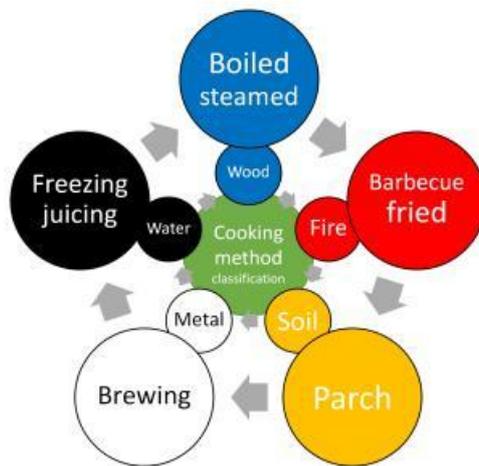
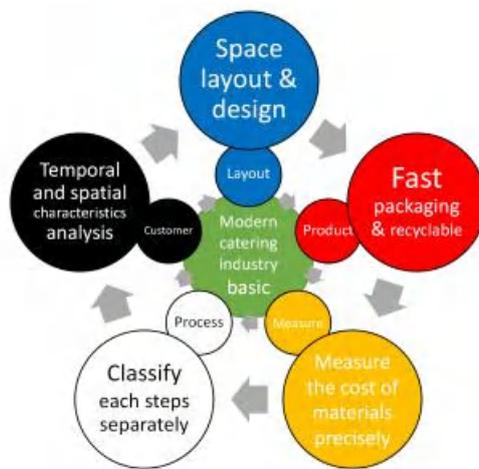
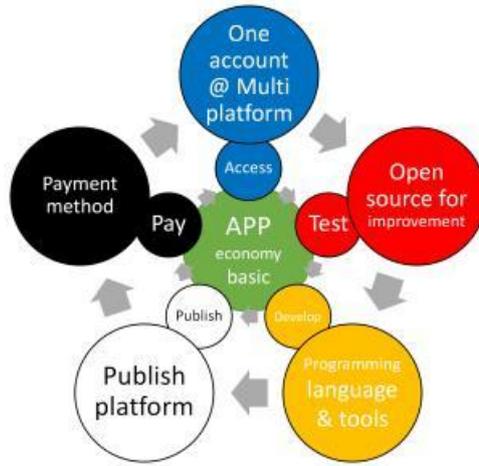


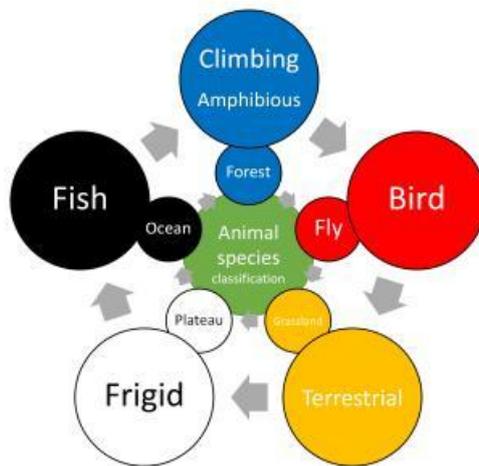
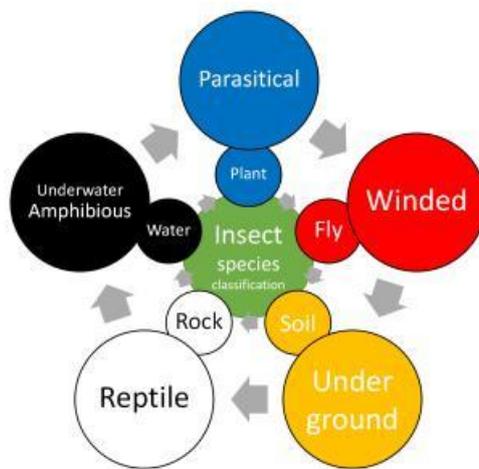
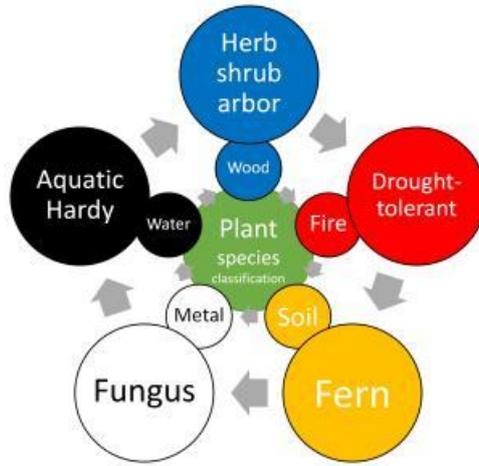


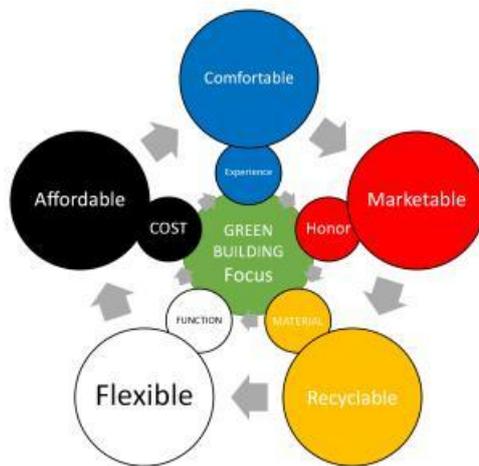
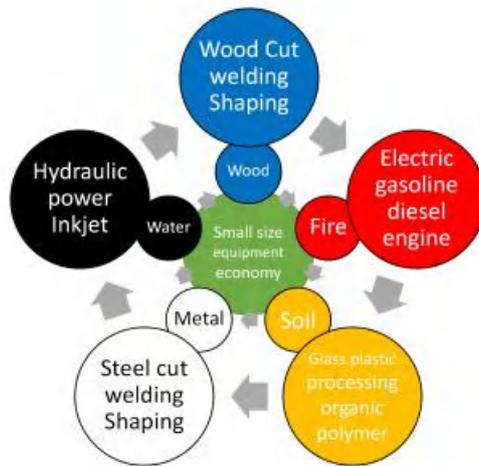
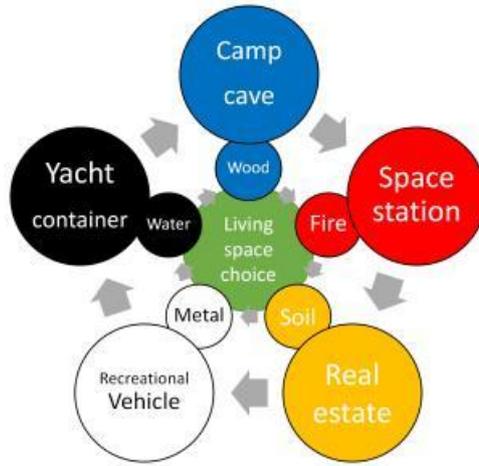


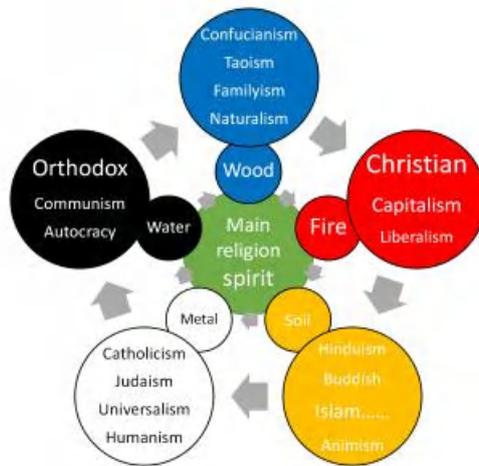
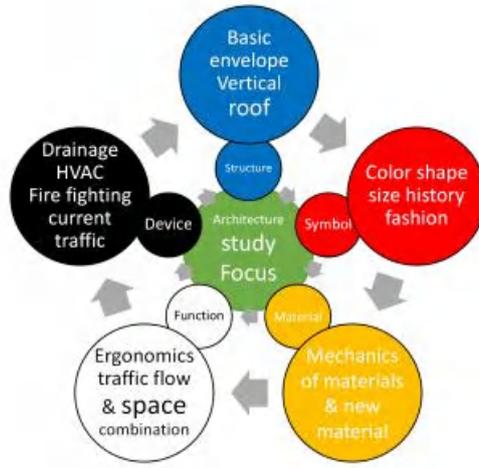


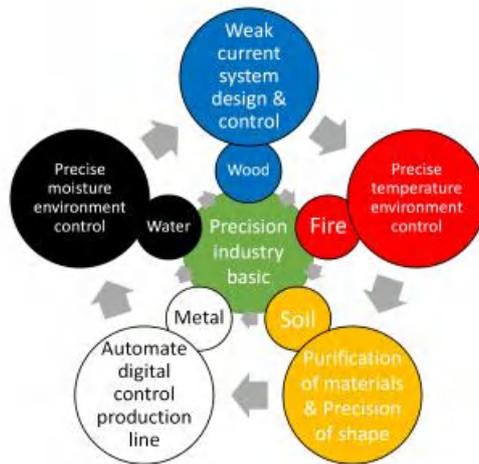
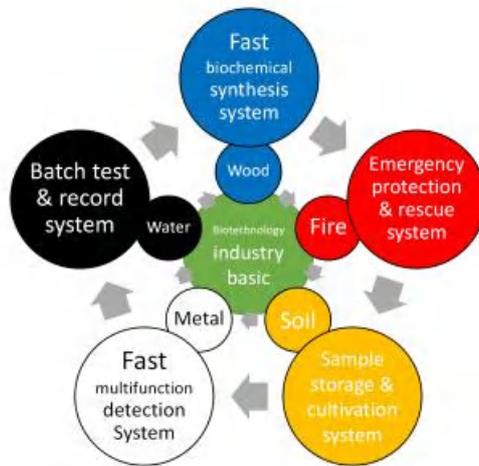
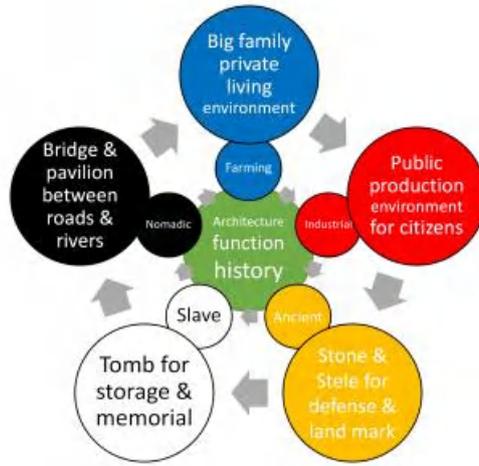


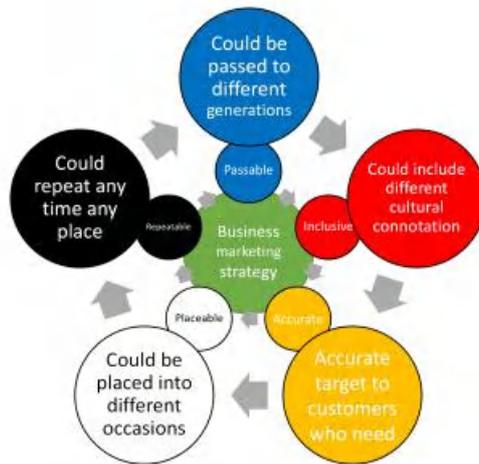
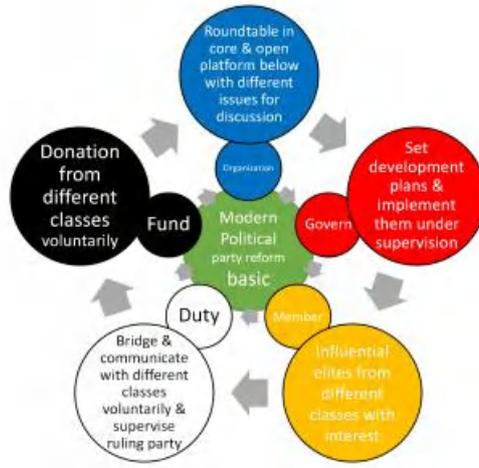


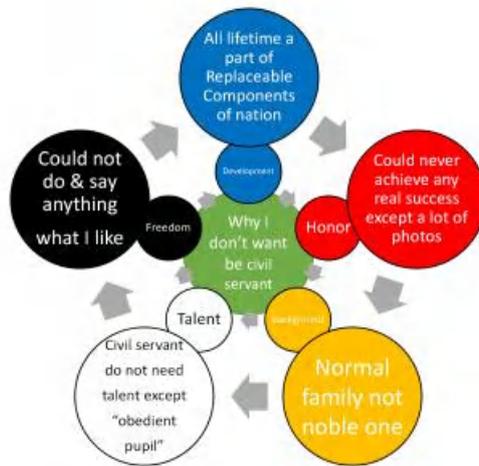


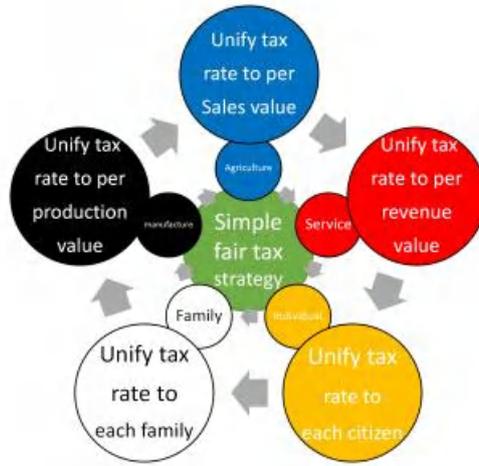


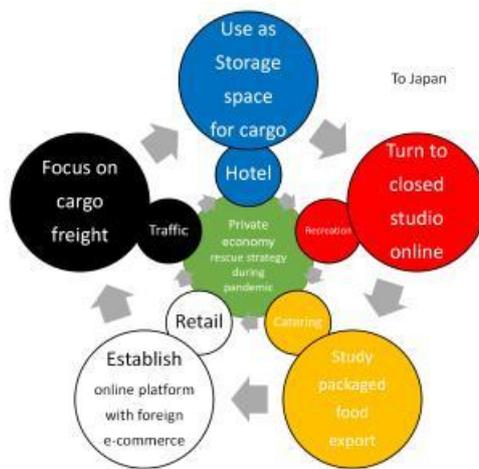
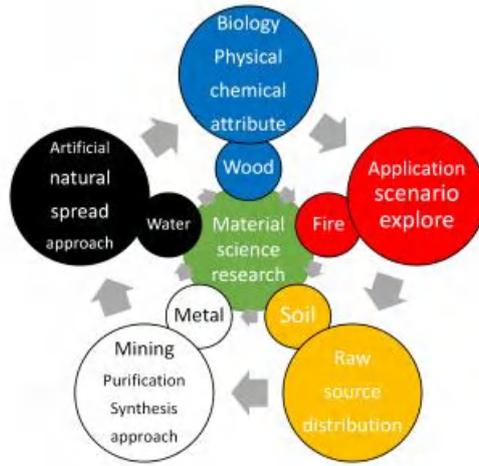


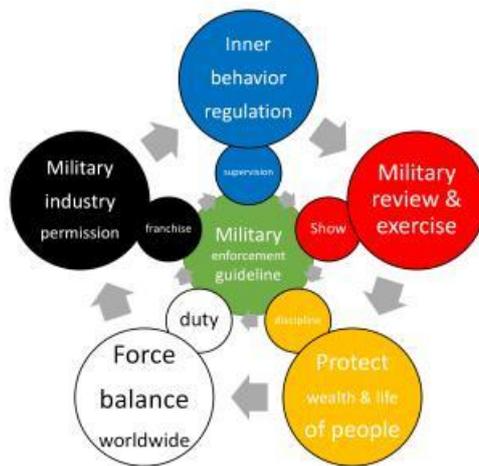
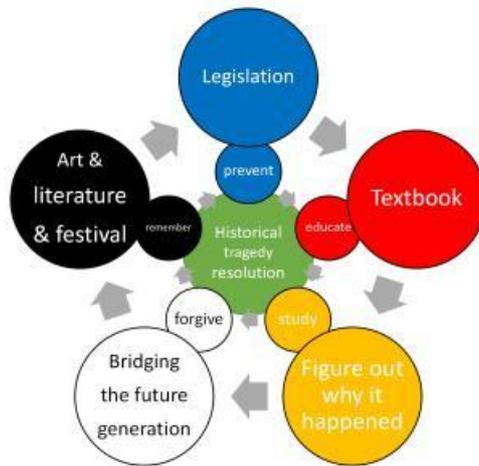


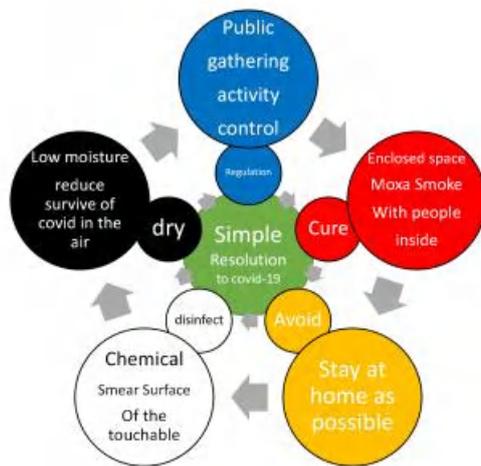
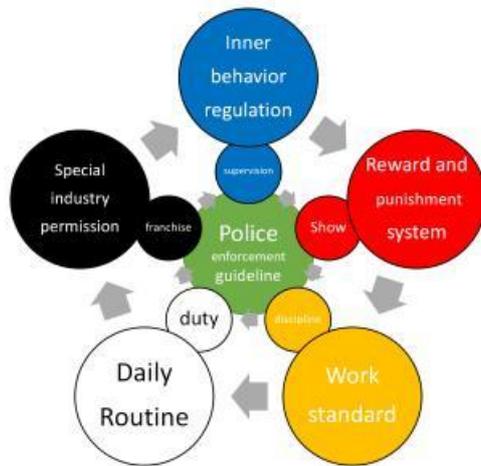
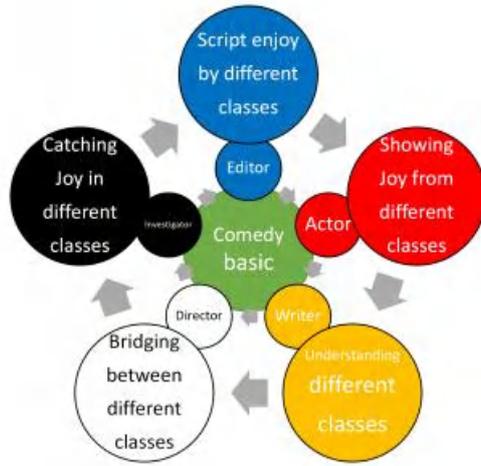


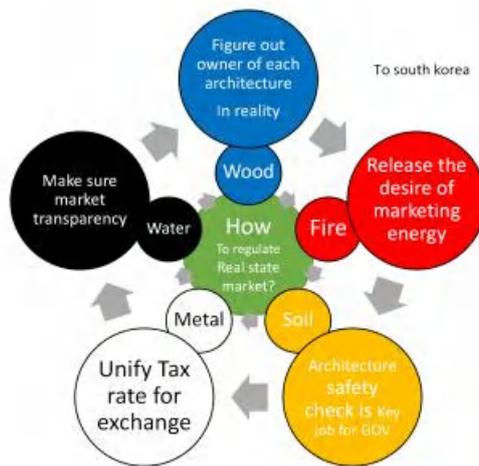
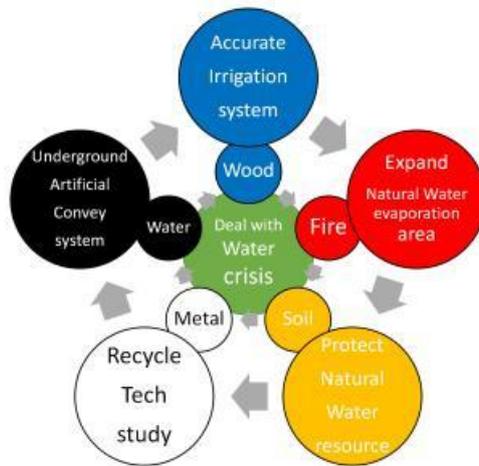
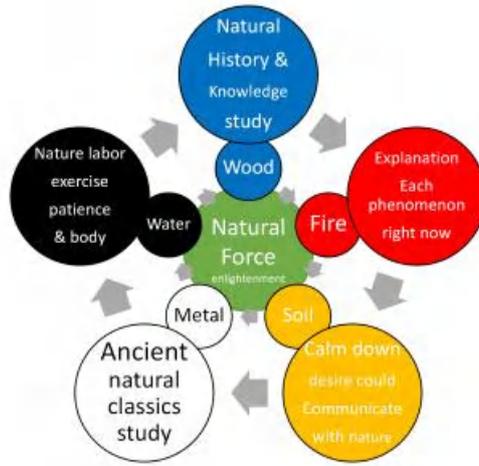


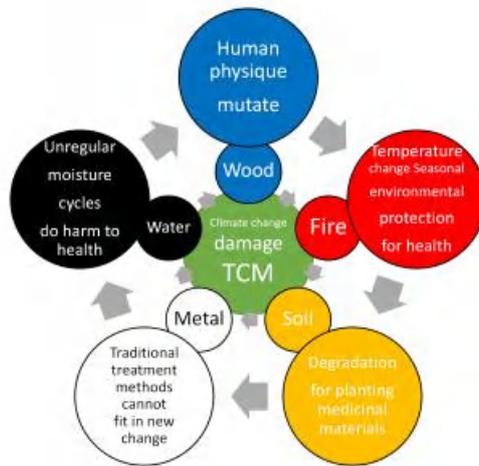


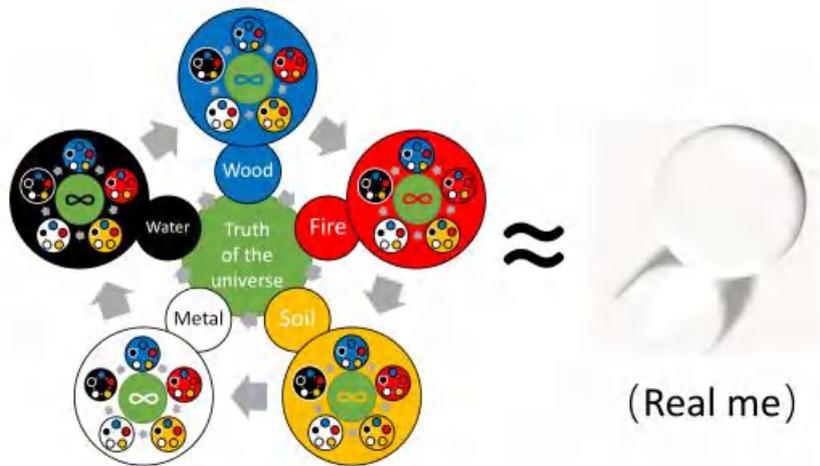


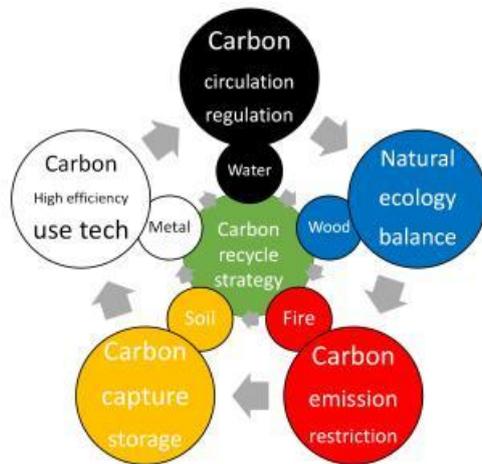
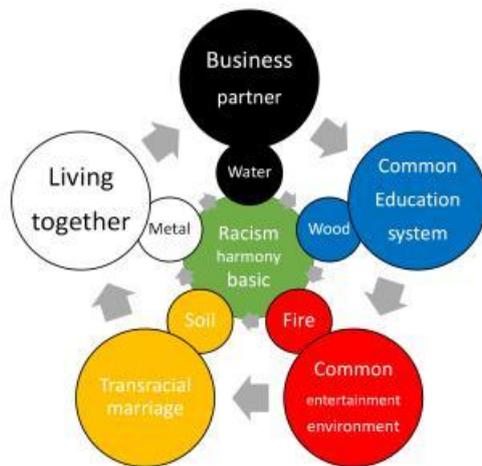


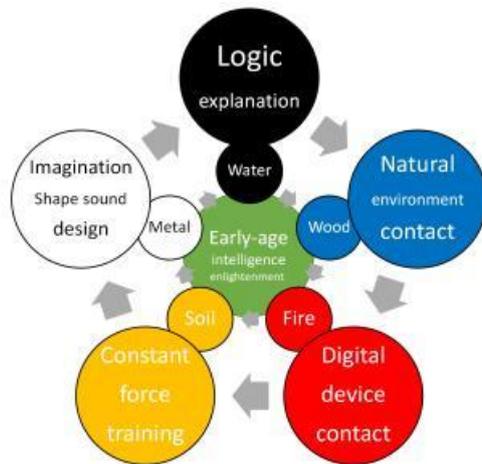
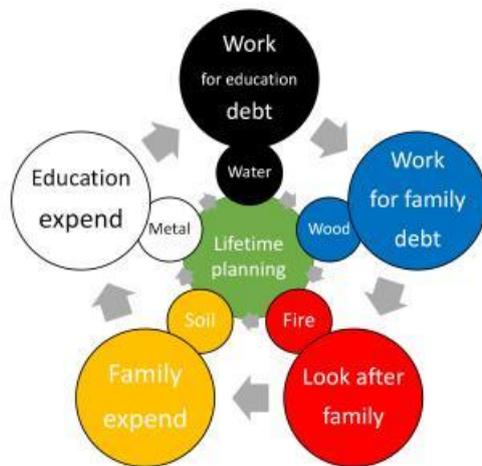
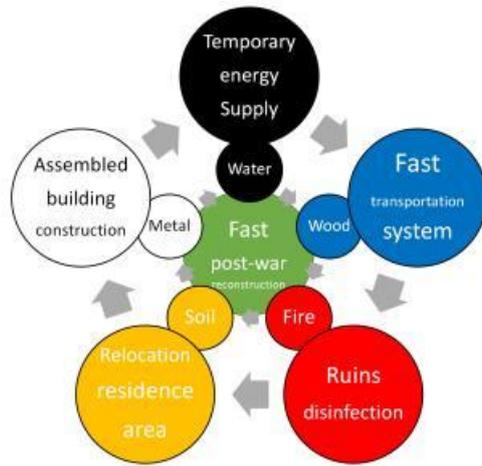


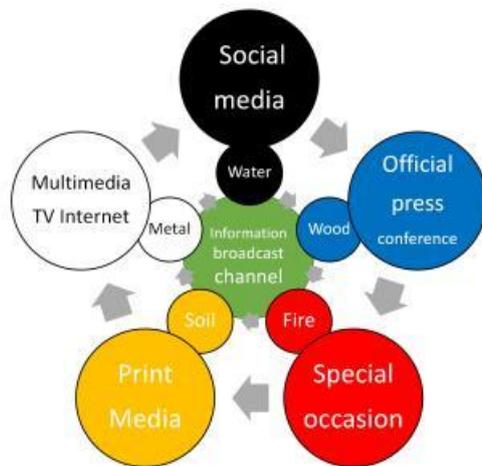


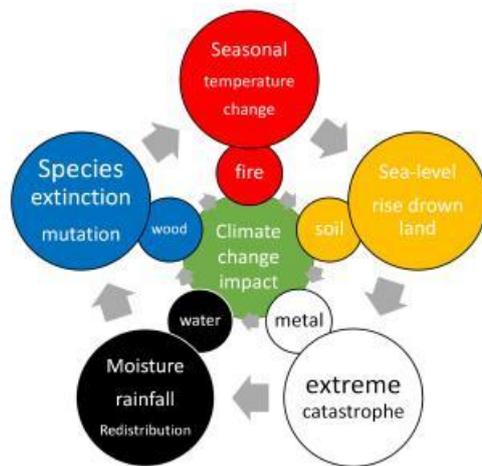
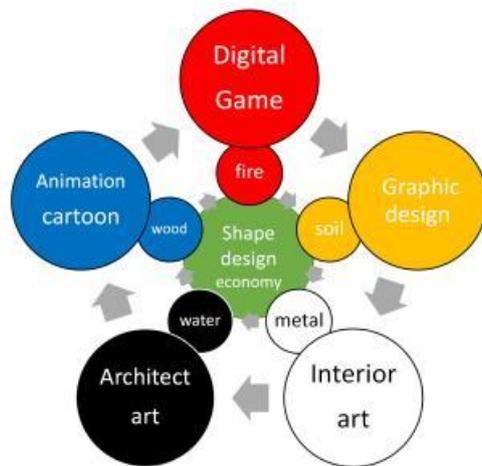
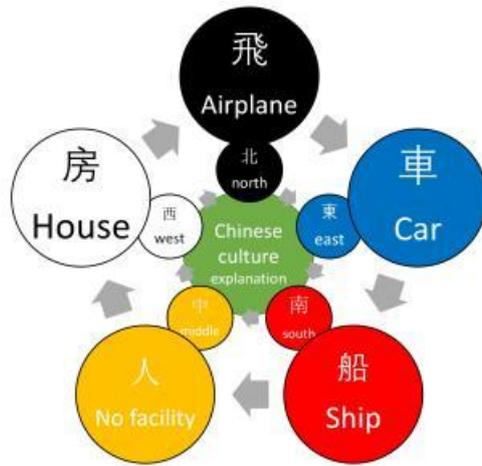


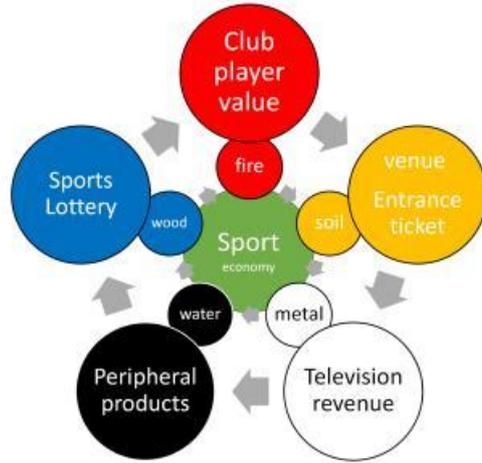


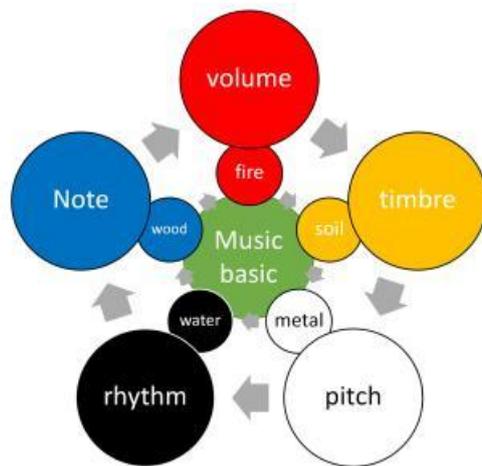
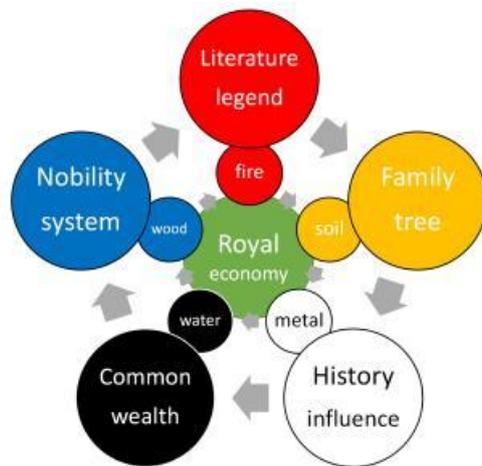


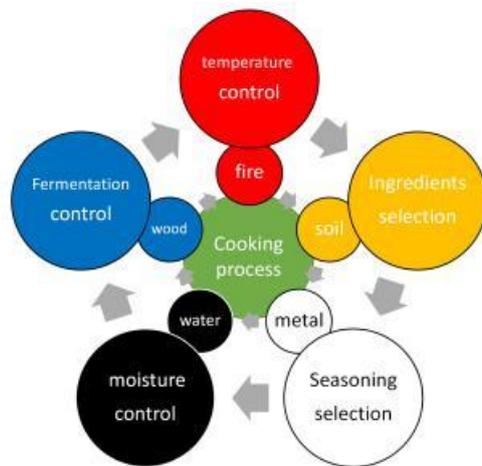
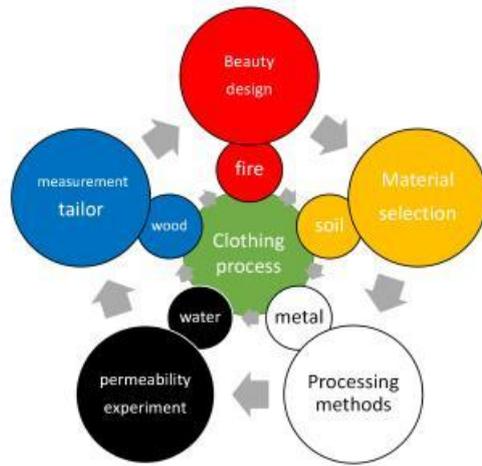


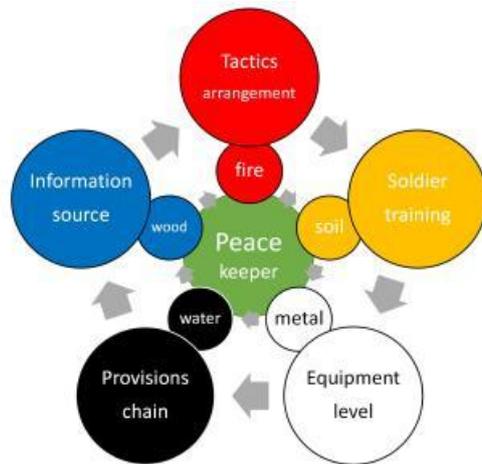
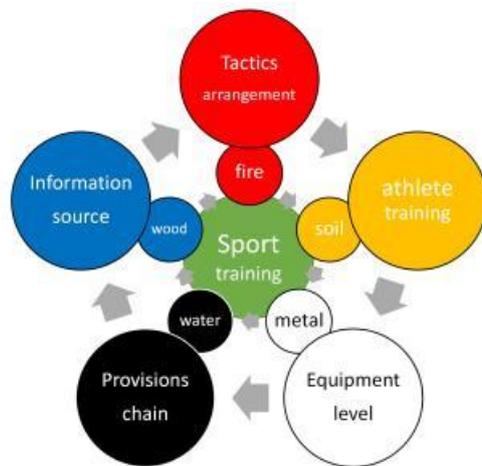
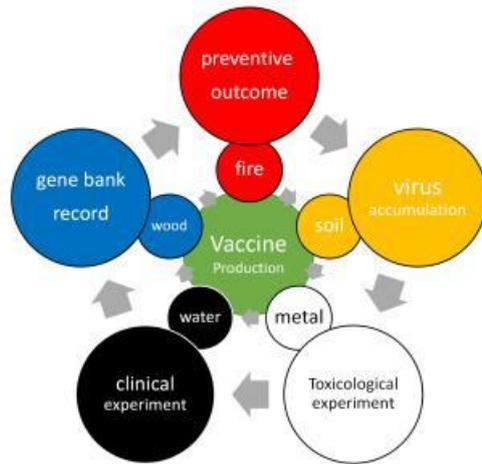


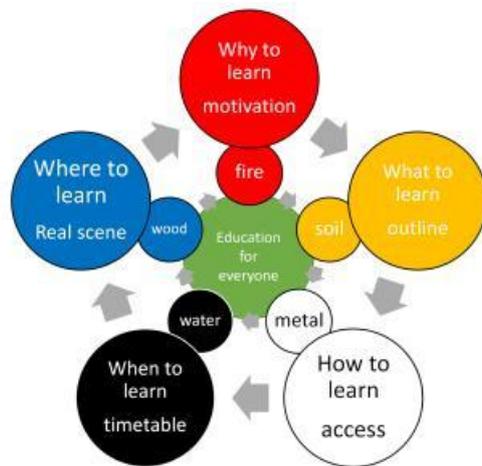
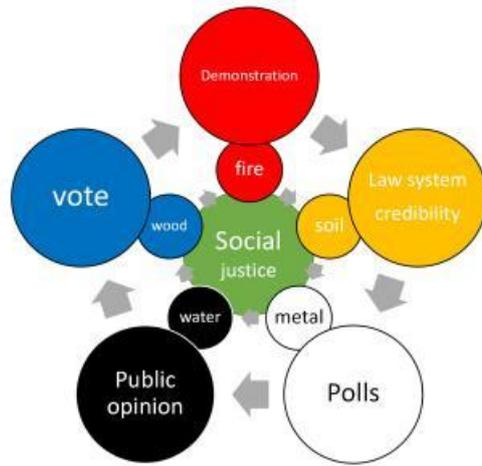


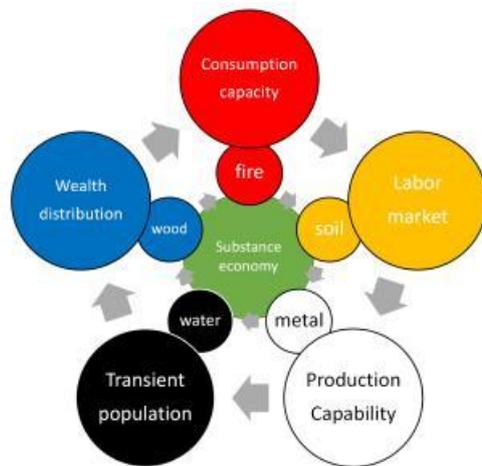
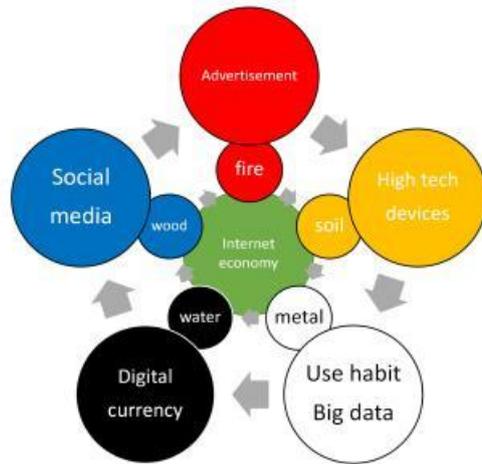


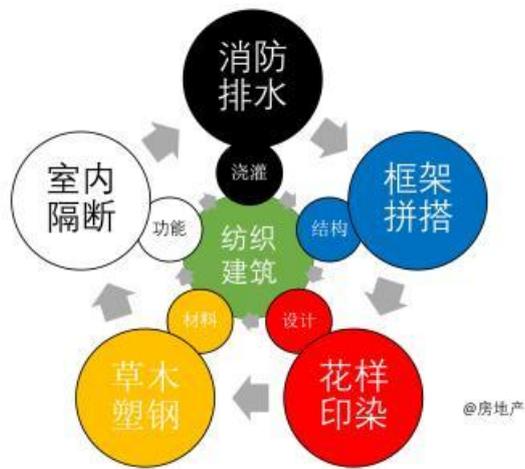
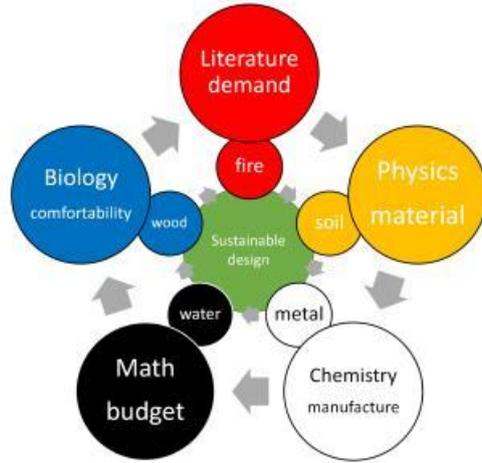




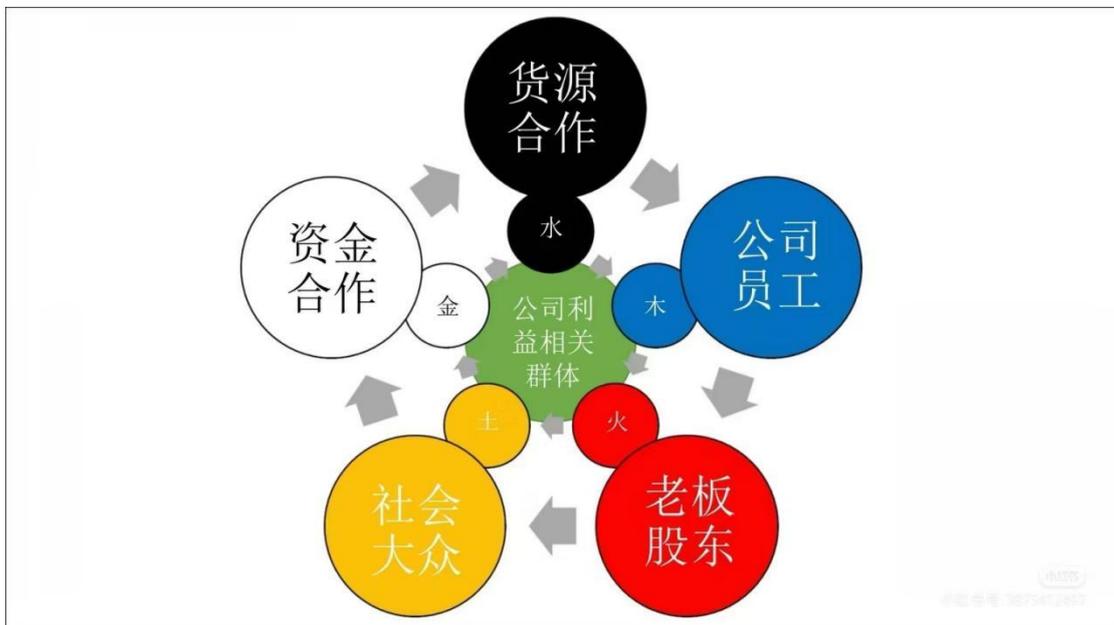




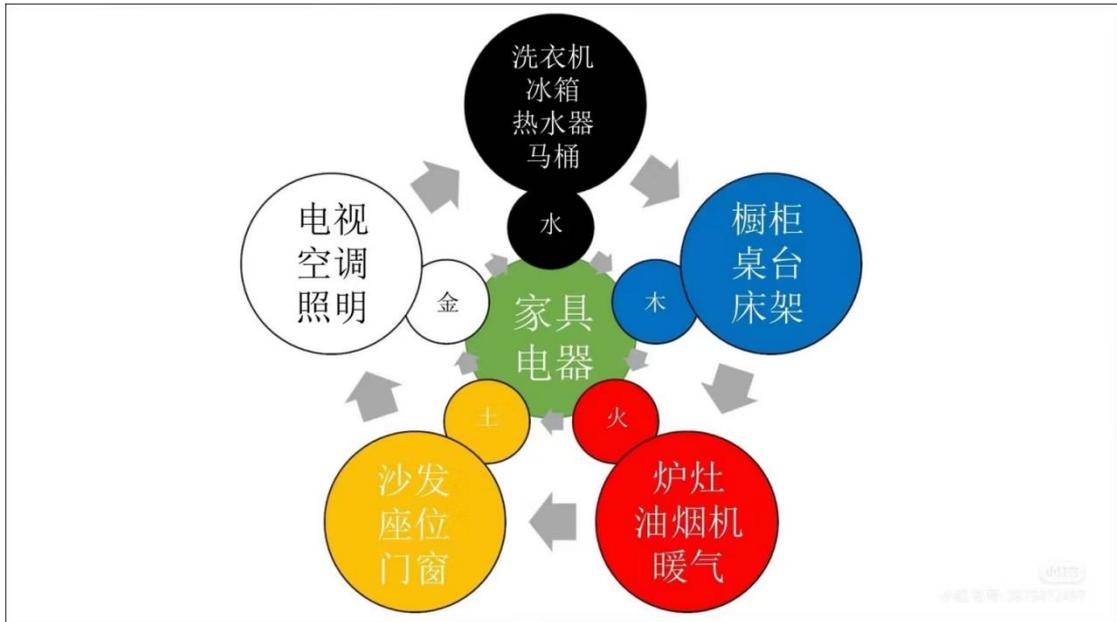




@房地产



中国地产 1857472457



# 应用案例

城乡规划

1

# 浅谈城乡管理理念的发展

## ——基于五行学说的理论尝试

侯善元

南京工业大学

建筑学院 2012 级城乡规划学研究生

### 一、提要：

本文从若干现行城乡管理理念的讨论出发，指出不足，并分析原因，进而结合中华传统文化价值的五行学说，提出较为完善的分析方法，解释分析结果，并指出重点与需要改进之处。

### 二、关键词：

城乡管理，理念，文化价值，五行学说，分析方法

### 三、正文：

#### 1、对于现行城乡管理理念的讨论

坦白讲，目前国内对于城乡管理理念的界定十分模糊，观点有很多，略举几种常见观点如下：

(1) 建造观：城乡管理就是把城乡现有空间形态要素按部就班的改造成规划师所设计的未来蓝图样式的方法。

(2) 经营观：城乡管理就是在城乡规划范围内，组织各种产业生产，解放生产力，满足居民消费与就业的需求，并在事业单位与企业单位的资金运作方面保持收支平衡。

(3) 协调观：城乡管理就是妥善处理人与人、人与自然、城与乡、贫与富、区域内与区域外、历史与现实种种矛盾，使得双方互利共赢，共同发展。

(4) 政策观：城乡管理就是政府职能的最佳发挥。以权力公平、公正、公开为原则，鼓励公众参与与监督，积极调整城乡各职能部门的运作效率，从而改善服务与管理水平。

以上只是关于城乡管理的很小一部分观点，实际存在的观点真是不胜枚举。很显然，以上所举的若干观点都言之有理，却都不完善，在突出了某一要素的同时，客观上忽略了其余的要素。

末学以为，之所以会造成这种情况，源于以下两点因素：

首先，是照搬照抄各家学说。众所周知，现代城市规划起源于英国，继而在欧洲大陆、美洲大陆推广，然后逐渐影响全世界的城乡规划建设与管理活动。客观地说，其理论必然受到当地特有文化价值的影响。之后，世界各国、各行业的人士都积极参与到城乡规划学科体系的发展与完善工作中来，城乡管理自然也不例外。说到管理，必然会涉及到政治，而这一课题的争论在世界范围内从未休止过。其根本原因在于世界文化的多样性所带来的价值观念的多元化，本无对错之分。因此，世界各国、各民族、各地区、各领域对城乡管理的看法也各不相同。在这种现实的客观环境里，如果照搬照抄一家之言，其结果必然是众口不一，各说各话也就不奇怪了。

其次，是对于地方特色的陌生与失察。所谓普遍性寓于个性之中。简单的说，世界上并不存在现成的、通用的城乡管理理论可供学习，而都是被赋予大量地方特色的产物。需

要先提取通用原则，并进一步把它与本地的客观实际相结合，才能达到实用的效果。

目前看来，第一步并不困难，已经有大量的学者在广泛的关注并虚心的学习着世界各地的先进经验。关键难在第二步，即大量学者并不熟悉本国的特殊性，其核心是文化价值，其衍生是方法论。请注意，这里提及的文化范畴并非一般意义的生活方式，而是民族特有的观察、分析、处理各种人、事、物的原则，是高度浓缩与概括的逻辑与思维方式。这种情况有其客观原因，毕竟在满清中后期，近代西方发展的成果对世界产生了巨大冲击，而东方一再错失了与时俱进的良机，致使国家四分五裂，民族生灵涂炭。当生存都受到威胁时，便无暇顾及历史文化的继承与弘扬，以至于近现代国民的价值观多有混乱之象，无依无靠，缺乏共同的精神家园。

文化价值的传承与教育，是一切学科教育的基石。它决定了各种学科能否为文化价值所接受与运用。随着十七届六中全会的召开，东方大地正在迎来传统文化的回归。相信会有越来越多的人能够正视历史传统的意义与文化价值的作用。

## 2、提出较为完善的分析方法进行分析

既然谈了这么多关于文化价值的话题，也应该就其本身展开详细的论述了。怎奈末学才疏学浅、功力微薄，仅能就中华传统文化中的五行学说略作粗浅的解释与应用。

关于五行学说，大家公认，最为完善的著作论述莫过于《黄帝内经》。这是一部传统的自然科学概论，其最为杰出的应用之一便是中华传统医学——中医。

先简单介绍下五行学说。五行学说是一种较为完善的分析方法。在承认世界多元的基础上，抽象出五个元素表示多元，用关系图表示多元的世界里各种元素的紧密而又复杂的联系，一起表示出和而不同、多元一体、共存共荣的和谐状态。当然了，至于为何不是六元一体、七元一体，或是四元一体、三元一体，而是五元一体？末学以为，五行学说只是分析方法中的一种类型，区别于现在世界通用的二元一体的对立分析法，但却是流传于本土文化中最为常用、最为经典的分析方法之一。因此，末学采用五行学说来分析城乡规划管理，虽是以偏概全、管中窥豹，却也也有些参考意义，便值得一试了。以下便是末学对于五行学说在城乡规划管理上的套用：

首先，从宏观与微观上做个区分。城乡规划管理，往大处讲，便是国家层面的战略。注意到最近十八大报告中提出的中国特色社会主义经济、政治、文化、社会、生态五位一体的发展战略，结合五行学说，图示如下：

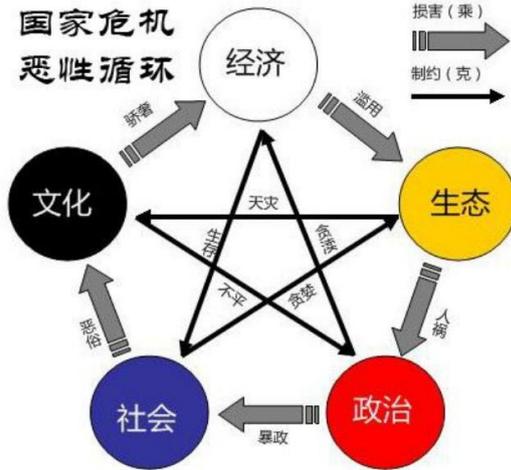
如图所示，在国



家发展的良性循环中，经济基础为文化发展提供了物质条件，文化繁荣为社会发展提供了道德支持，社会稳定为政治发展提供了民众信任，政治清明为生态发展提供了法律保护，生态品质为经济发展提供了资源支撑。

五者同时存在内在的制约关系：经济基础以待遇差别的方式制约着社会稳定，文化弘扬以推崇信仰的方式制约着政治走向，社会关系以刚性需求的方式制约着生态环境，政治原则以出台政策的方式制约着经济模式，而生态状况以改变环境的方式制约着文化传统。

在良性循环中，经济、政治、文化、社会、生态五者优势互补，共存共荣，可持续发展。



结合二元一体的对立分析法，宏观层面存在良性循环，自然也就存在恶性循环。两者同时产生，也同时消亡。

如图所示，在国家危机的恶性循环里，经济过热会耗费大量自然资源。生态破坏会导致饥荒、流离失所，继而引发抢劫、暴乱、战争种种人祸，危及政治体制。政治昏聩会导致强权暴政，从而危及社会稳定。社会动荡会导致恶毒风俗的蔓延，危及文化传统。文化衰败会导致骄奢淫逸，危及平民经济而刺激权贵经济。

在危机恶化的同时，五者也存在内在的制约：权贵经济以危及平民生存的方式制约着社会稳定。恶俗文化以嫉妒障碍的方式制约着政治公平。社会混乱以贪得无厌的方式制约着生态环境。政治昏聩以横征暴敛的方式制约着平民经济。生态恶化以天灾难逃的方式制约着文化信仰。

在恶性循环中，经济、政治、文化、社会、生态五者相互对立，相互危害，一损俱损，彼此难以为继。

其次，谈完宏观层面，该谈谈微观层面。根据以人为本的原则，一切的线索从人开始梳理。末学注意到城乡规划管理中主要有五类人，他们是：公务员、开发商、居民（或村民）、规划师（或建筑师、设计师）、建造师。由他们组成的社会团体分别是：政府、房地产公司、居委会（或村委会）、编制单位（或设计院）、施工单位。结合五行学说，图示如下：

如图所示，在微观层面，房地产公司为政府提供可观的税收，政府为施工单位提供法律

认证，施工单位为编制单位提供技术支持，编制单位为居委会提供实用设计，居委会为房地产公司提供市场需求。

同时，五者也存在内在的制约关系：房地产公司在资金控制上制约着施工单位的进度，政府在政策引导上制约着编制单位的设计，施工单位在工程质量上制约着居委会的使用，编制单位在方案设计上制约着房地产公司的买卖，居委会在协商民主上制约着政府的决策。

在良性循环中，政府、房地产公司、施工单位、编制单位、居委会五者优势互补，互相协作，互利共赢，共同良性、健康发展。

同样的，有良性循环也会有恶性循环，两者同时产生，同时消亡，图示如下：



如图所示，在恶性循环中，开发商会以高房价伤害居民，居民会以过分奢望要求规划师，规划师会以空中楼阁为难建造师，建造师会以财色名食诱惑公务员，公务员会以高地价损害开发商。

与此同时，五者也存在内在制约关系。开发商为节约成本，以克扣工资的方式损害建造师。公务员为个人政绩，以随便指挥的方式误导规划师。建造师为按期完工，以粗制滥造的方式损害居民。规划师为项目中标，以曲意逢迎的方式忽悠开发商。居民为生存条件，以行政诉讼的方式质询公务员。



在恶性循环中，公务员为个人政绩，以随便指挥的方式误导规划师。建造师为按期完工，以粗制滥造的方式损害居民。规划师为项目中标，以曲意逢迎的方式忽悠开发商。居民为生存条件，以行政诉讼的方式质询公务员。

在恶性循环中，公务员、开发商、规划师、建造师、居民五者各谋其利，互相损害，利害冲突不断，且有愈演愈烈之势。

### 3、根据分析，指出重点问题以及需要改进之处

分析完以五行学说为基础的宏观、微观层面，在此提出若干建议，以及急需解决的重点问题：

首先，在宏观层面，加强经济、政治、文化、社会、生态各自的建设：

(1) 在经济建设方面，从高度计划经济体制，逐渐转变为中国特色社会主义市场经济体制。建议“国企保民生，民企保国富”的原则。即在计算人均经济指标时只用国企数据，在计算国家经济总量时只用民企数据。例如，在计算国民生产总值时只看民企，在计算人均可支配收入时只看国企。并且，国企的考核要重视服务对象的广泛性与服务内容的保障性。

(2) 在政治建设方面，从一党专政政治制度，逐渐转变为中国共产党领导的多党合作和政治协商政治制度。建议“中央卫民族，地方卫民权”的原则。即中央政府致力于维护全民族合法权益，向全民族进步与发展负责。地方政府致力于维护地方民众合法权益，向地方民众成长与发展负责。

(3) 在文化建设方面，从单一文化体制，逐渐转变为多元文化体制。建议“道德为体，科技为用”的原则。即不论古今中外，尊重与包容一切无私、和谐的思想道德观念，学习与发展一切实用、安全的科学技术成就。

(4) 在社会建设方面，从“顺民”社会，逐渐转变为公民社会。建议“天下为公，选贤与能”的原则。即从民众不敢说真话诉民意、官员不愿讲真话听民意，逐渐转变为全社会都可以在法律的框架下，自由传递各自想法、公平选举各类人才管理公共事务。人人依法行使权力、承担义务。

(5) 在生态建设方面，从人工环境优先，逐渐转变为自然生态优先。建议“农林为本，工商为门”的原则。即农业与林业等自然生态是经济社会发展拥有持久动力的根本保证，而工业与商业等人工环境是经济社会发展的根本途径与方法。

综上所述，要坚持依法治国的原则，不断完善法律体系建设与执行情况，作为发展的强有力的后盾，努力使良性循环成为主流，尽量遏制恶性循环的影响。

其次，在微观层面，在加强法制建设与执行情况的同时，要特别注意五大类人群与五大类团体的法律约束。明确集体对个人的授权、个人对集体的负责，以及个人违反法律后双方的责任划分，从而规范个人在整个城乡规划建设与管理中的行为，促进良性循环。

在五大类团体中，要特别重视居委会的建设与职能作用。一般来讲，广大居民属于社会中的弱势群体。根据宪法规定的基层民主自治制度，居委会应该在向政府传递民意，维护居民个人权益，支持居民合法维权方面起到更加积极的作用。并且应该区别于常规的政府行政机构，成员由居民选举，开展自我管理，受居民监督，激发居民主人翁意识，从而使居民积极投身社区建设与维护中来。针对上述行为，应出台相关法律法规予以规范。

在五大类人群中，应特别注意公务员的作为。一般来讲，公务员在社会中属于强势群体，同时面临最为严峻的诱惑与考验。应充分估计公务员可能面临的种种危险，对于危害其家庭和睦、事业发展、职权使用种种特殊情况，应以法律形式予以保护。对于公务员自身的不当行为也应以法律形式予以严惩。所谓权力越大、责任越大，影响越大、后果越大。

### 4、结语

随着中华传统文化的回归，越来越多的人意识到传统文化的价值与作用，以本土文化价值为基础的城乡规划管理理念，会进一步在中华大地上的城乡规划建设中起到积极的作用。

最后，谨以最诚恳的心愿，祝愿天下人民安居乐业，生活幸福。同时，愿以最诚实的心

态，承认本文存在大量主观臆断，证据不足。末学才疏学浅，且言多必失，不足之处，还请求多批评指正。

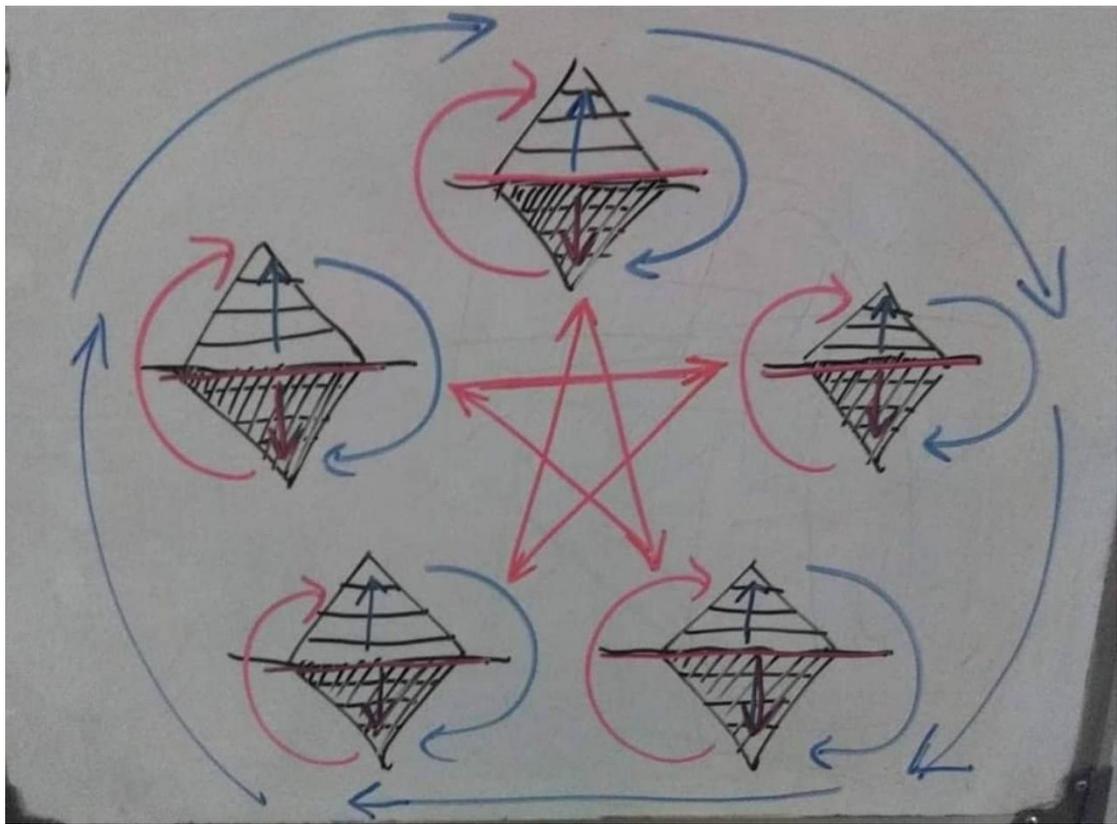
#### 四、参考文献：

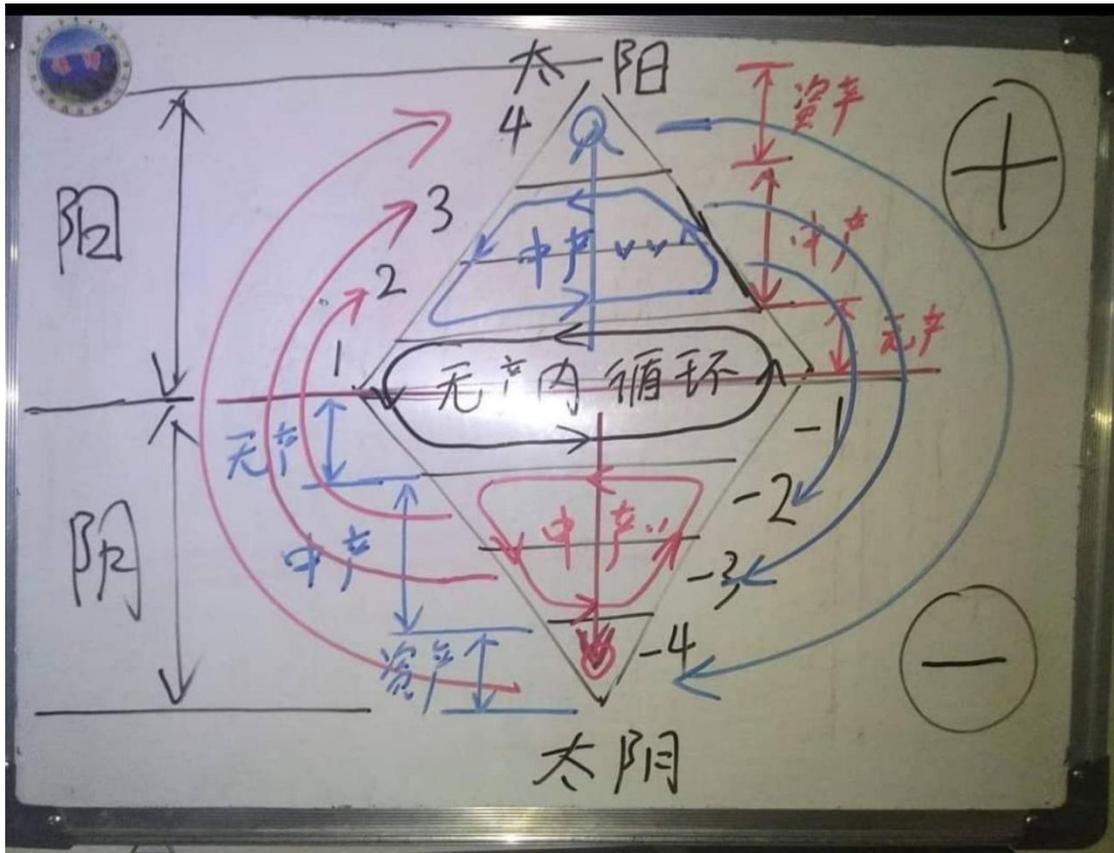
- 1、元阳真人，黄帝内经，四库全书
- 2、周建军，转型期中国城市规划管理职能研究，同济大学博士学位论文
- 3、王玲，城市规划管理中的问题研究——以上海市某区城市规划管理现状为例，复旦大学硕士学位论文
- 4、周建军，论“三分规划，七分管理”——对转型期中国城市规划管理现状与改革的思索，城市规划管理
- 5、何雪松，城市经营理念下的城市规划管理，山西建筑
- 6、魏竹琴，城市，规划师的杰作？——关于城市规划管理现状的思考，现代管理科学
- 7、郭玲玲，论城市规划管理现状与对策，中华民居
- 8、干永福，论城市规划与管理理念的创新，新华日报

天下五分



我的抖音号: houshanyuan304





## 金融产品

金融行业五行理论概念浅释					
	水	火	木	土	金
机构	银行	证券	保险	信托	基金
介质	货币	票券	保单	委托合同	基金会
特点	跨界流动	价值炒作	互保结构	信用授权	专款专用

金融产品相生相克逻辑运用浅释					
水生木	货币超发	买保险	水克火	货币贬值	卖证券
木生火	保费高涨	买证券	火克金	证券下跌	卖基金
火生土	证券高涨	买信托	金克木	运营亏损	卖保单
土生金	大额授信	买基金	木克土	大额赔付	卖信托
金生水	注资筹建	买货币	土克水	投资亏损	卖货币

## 体育赛事

# 赛事公司办赛能力征信评估框架

(讨论稿)

江苏省体育竞赛管理中心综合部

## 目录

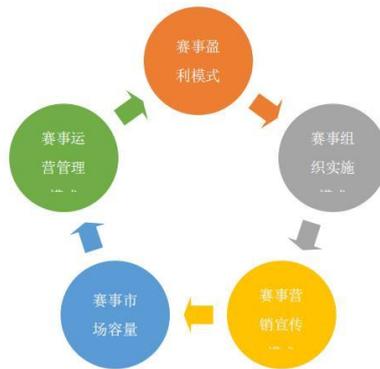
1. 赛事公司办赛能力征信评估基本框架	3
2. 赛事盈利能力征信评估框架	4
2.1. 赛事盈利能力征信评估维度	4
2.2. 赛事盈利能力征信评估内容	4
2.2.1. 利润源开发能力	5
2.2.2. 利润点挖掘能力	5
2.2.3. 利润杠杆设立能力	5
2.2.4. 利润人设定能力	6
2.2.5. 利润屏障设计能力	6
3. 赛事组织实施能力征信评估框架	7
3.1. 赛事组织实施能力征信评估维度	7
3.2. 赛事组织实施能力征信评估内容	7
3.2.1. 机构组建合理化	7
3.2.2. 人员配置正规化	8
3.2.3. 机构运行程序化	9
3.2.4. 硬件配置标准化	9
3.2.5. 赛程编排精致化	9
4. 赛事宣传营销能力征信评估框架	11
4.1. 赛事宣传营销能力征信评估维度	11
4.2. 赛事宣传营销能力征信评估内容	11
4.2.1. 新闻宣传能力	11
4.2.2. 赛事视觉形象识别系统（VI）设计能力	12
4.2.3. 体育展示设计能力	12
4.2.4. 相关活动融合能力	13
4.2.5. 城市营销能力	13
5. 赛事市场开发能力征信评估框架	14
5.1. 赛事市场开发能力征信评估维度	14
5.2. 赛事市场开发能力征信评估内容	14
5.2.1. 体育明星包装能力	14
5.2.2. 知识产权（IP）开发能力	15
5.2.3. 赞助市场开发能力	16
5.2.4. 体育产业驱动能力	16
5.2.5. 增值效应溢出能力	18
6. 赛事运营管理能力征信评估框架	19
6.1. 赛事运营管理能力征信评估维度	19
6.2. 赛事运营管理能力征信评估内容	19
6.2.1. 公司办赛资历	19
6.2.2. 公关合作能力	20
6.2.3. 风险管控能力	20
6.2.4. 无形资产管理能力	20
6.2.5. 多元利益协调能力	21

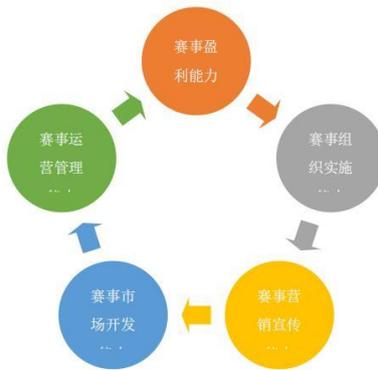
# 1. 赛事公司办赛能力征信评估基本框架

## 1.1. 主导思想

促进政府职能转变，加强政府引导与服务意识，丰富非强制性管理工具。  
提升行业发展质量，构建专业化、职业化、智能化的行业评估体系。  
尊重市场运作规律，引导市场良性竞争，维护市场良好环境。

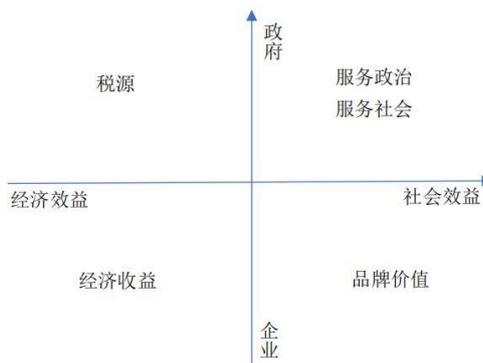
赛事运营行业发展模式内容	简介	细节举例	赛事公司办赛能力内容
赛事盈利模式	办赛投资回报	赛事招商手册 资产收支明细	赛事盈利能力
赛事组织实施模式	标准化办赛	办赛指导手册	赛事组织实施能力
赛事营销宣传模式	赛事品牌效应	媒体宣传活动 体育展示活动	赛事宣传营销能力
赛事市场容量	行业发展空间	行业景气指数 赛事目录限额 赛事审批门槛	赛事市场开发能力
赛事运营管理模式	办赛体制机制	商业性赛事管理体制 办赛协议/合同	赛事运营管理能力





## 2. 赛事盈利能力征信评估框架

### 2.1. 赛事盈利能力征信评估维度



### 2.2. 赛事盈利能力征信评估内容

赛事盈利能力关键	企业能力评估	人才能力评估
利润源开发能力	√	√
利润点挖掘能力	√	√
利润杠杆设立能力	√	√
利润人设定能力	√	√
利润屏障设计能力	√	√

### 2.2.1. 利润源开发能力

利润源类型	利润源举例	利润源开发能力评估
主要利润源	电视机构、观众、企业	
辅助利润源	政府、传媒、电视机构、观众	
潜在利润源	欲进入企业、意向观众、客户开发	

### 2.2.2. 利润点挖掘能力

利润点（产品或服务）	实现方式	利润源（客户或消费者）	利润点挖掘能力评估
现场体验（经历）的机会	出售门票	现场观众	
体育赛事的传播功能	商业赞助等	赞助企业	
体育赛事现场影像产品	电视转播权出售，网络直播权等	电视机构，网络媒体	
知识产权商品	纪念品、工艺品、玩具等	大众	
围绕观众（潜在观众）的消费能力所带来的可能的收益机会	赛场内的招商、相应活动商业赞助等	相关企业	
赛事信息资源出售	赛事报道权	媒体	
丰富体验比赛（经历）的相关服务以及相应的服务体验本身	提供食品、饮品、停车服务等	现场观众	
赛事空间销售	如赛场空间、印刷品空间、网站空间	进入企业	

### 2.2.3. 利润杠杆设立能力

赛事杠杆	赛事举例	举例说明	利润杠杆设立能力评估
品牌	NBA	世界最高水平的篮球赛事定位、理念等	
明星	F1（舒马赫）	运动员明星是体育赛事产品的一部分或者一类产品	
核心产品	足球世界杯（竞赛）	竞赛产品的质量是赛事杠杆作用的核心	
赛事评估	职业赛事（数据）	一次赛事或既往的绩效评估是策动赛事产品消费的有力证明	
独特经营技术	NASCAR 赛车（整体营销计划）	防止客户（企业、观众等）流失技术	
赛事商誉	奥运会（公益性、社会性）	利用主观因素创造的社会和经济优势地位	

利润点效应	中超联赛（电视转播之于企业赞助）	一种产品的出售对另一产品出售产生的效应性影响	
-------	------------------	------------------------	--

#### 2.2.4. 利润人设定能力

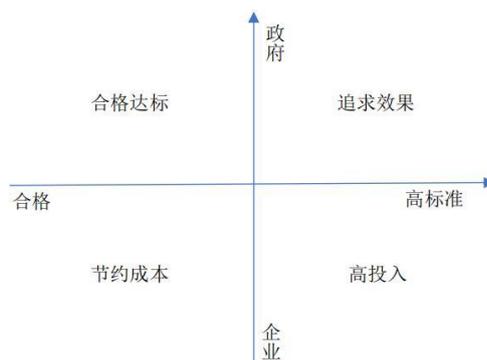
利润人设定内容	相关内容	利润人设定能力评估
主要能力	预见能力、创新能力、危机处理能力、热爱、宽视野	
职位	总裁、主席、组委会主席	
主要业绩		

#### 2.2.5. 利润屏障设计能力

类型	作用特点	示例	利润屏障设计能力评估
品牌	独有性	足球世界杯	
明星	唯一性	NBA、乔丹	
产品特性	难模仿性	F1、刺激性、极限性	
技术	机密性	NBA、合同管理、壁垒设置、运作机密	
独特价值	独特性	NASCAR、整体营销计划	
资源控制	独占性	赛事对运动员、设施资源的控制	

### 3. 赛事组织实施能力征信评估框架

#### 3.1. 赛事组织实施能力征信评估维度



#### 3.2. 赛事组织实施能力征信评估内容

赛事组织实施能力关键	企业能力评估	人才能力评估
机构组建合理化	√	√
人员配置正规化	√	√
机构运行程序化	√	√
硬件配置标准化	√	√
赛程编排精致化	√	√

##### 3.2.1. 机构组建合理化

常规机构名称	机构组建理由与职责	机构组建合理化评估
办公室		
竞赛组织		
体育展示		
场地器材		
观众服务		
新闻宣传		
后勤接待		
安全保卫		

医疗卫生		
市场开发		
财务审计		
志愿者管理		

### 3.2.2. 人员配置正规化

工作机构名称	常规人员配置	人员配置正规化评估
组委会	名誉主席、主任、副主任、秘书长、副秘书长、委员	
办公室	主任、副主任、秘书处、志愿服务、贵宾服务	
竞赛组织	部长、副部长、竞赛总监、竞赛副总监、竞赛总监助理、竞赛办公室主管、场地主管、业余赛管理、兴奋剂检测管理、裁判组、兴奋剂检测组、通讯组、公共器材组、计时计分组、专家组、竞赛志愿者服务组、赛场考察组、场地布置组、手册编制组、	
体育展示	部长、副部长、活动策划、体育展示与活动执行	
场地器材		
观众服务	部长、副部长、活动管理	
新闻宣传	部长、副部长、媒体服务、官媒运行	
后勤接待	部长、副部长、酒店及后勤服务、竞赛团队行政接待、赞助商团队与领导团队行政接待、新闻团队行政接待	
安全保卫	部长、副部长、安全保卫经理、交通安全经理、安保主管若干、证件管理经理、证件管理主管	
医疗卫生	部长、副部长、医疗保障经理若干（原则由聘请医疗专家担任）	
市场开发	部长、副部长、策划回报专员、开发专员、特许经营	
财务审计	部长、副部长、财务管理、法务与采购管理	
志愿者管理	部长、副部长	

### 3.2.3. 机构运行程序化

常规机构名称	机构运行规则	机构运行程序化评估
办公室		
竞赛组织		
体育展示		
场地器材		
观众服务		
新闻宣传		
后勤接待		
安全保卫		
医疗卫生		
市场开发		
财务审计		
志愿者管理		

### 3.2.4. 硬件配置标准化

硬件名称	硬件配置标准	硬件配置标准化评估
竞赛器材	应根据不同比赛项目的技术要求,使用符合规定的竞赛器材。配置的器材要尽可能有利于运动队发挥成绩。根据器材的新旧、整洁程度、数量及种类、电子显示设备等情况给予评分。	
场地布置	应根据不同比赛的技术要求,提供相适应的比赛赛场布置。根据场地的整洁、舒适与美化给予评分。	
场馆功能用房	应提供满足竞赛所需功能的所有功能房,配备相关器材、物品与保障。	
场馆卫生及景观	应保持场馆内外的整洁与卫生,对赛事的整体包装形象(VI)在场馆内外体现。	

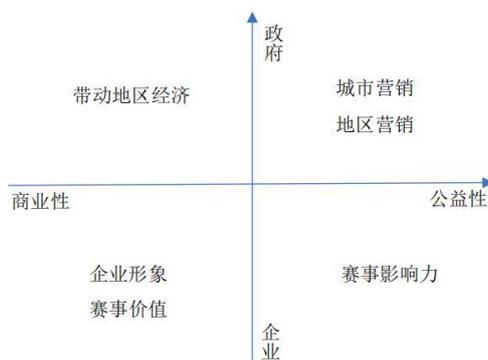
### 3.2.5. 赛程编排精致化

程序名称	负责部门与工作内容	赛事编排精致化评估
开始(赛事概念)设计		
可行性研究		
任命委员会		
下级委员会		
选择场地		
志愿者招募		
发报名表		
发邀请函	9	

赛事宣传		
报名截止		
安排裁判员		
注册		
销售门票		
礼遇安排		
赛事期		
清场		
汇报和评价		

## 4. 赛事宣传营销能力征信评估框架

### 4.1. 赛事宣传营销能力征信评估维度



### 4.2. 赛事宣传营销能力征信评估内容

赛事宣传营销能力关键	企业能力评估	人才能力评估
新闻宣传能力	√	√
赛事视觉形象识别系统 (VI) 设计能力	√	√
体育展示设计能力	√	√
相关活动融合能力	√	√
城市营销能力	√	√

#### 4.2.1. 新闻宣传能力

新闻宣传内容	具体内容	新闻宣传能力评估
赛前宣传	赛事信息推广	组委会重视赛事宣传工作，制定赛前宣传工作方案和阶段性工作计划，制造良好的舆论环境和赛事氛围，充分宣传城市和推介赛事，宣扬积极向上的精神。
	宣传出版物	出版赛事宣传图文信息产品，赛事场分布图、平面图、赛事手册、项目介绍、观众指南、城市宣传物等。

赛中报道	现场直播	现场直播的级别（全国性电视频道给予 40 分；地方省级电视频道给予 20 分，地方地市级给予 10 分。）
	转播录播	转播录播的频道多，传播范围广，合作平台级别高，受众面宽。
	新闻报道	平面媒体、广播电视的新闻报道，依据媒体、电台、电视的新闻报道受众面给予打分，超过 1000 万的最高给予 15 分。
	网络和新媒体	结合网络媒体自身的热度和知名度，以及新媒体转播赛事相关信息的次数，网民用户的点击次数为依据，适度给分，点击率超过五百万次的最高得 15 分。
赛后总结	总结表彰大会、论坛	提升赛事精神，扩大赛事影响

#### 4.2.2. 赛事视觉形象识别系统（VI）设计能力

赛事视觉形象识别系统	具体内容	赛事视觉形象识别系统设计能力评估
赛事组织名称	赛事组织名称 包括赛事所有者和赛事举办者等	
赛事标志	赛事标志 包括标徽、会旗、会歌、吉祥物、徽记等	
赛事品牌	包括赛事使用的标准字体、标准色、广告色彩与图案等	
赛事标识	包括赛事标语、赛事专用字体等	
赛事景观	包括赛事场馆景观、举办地景观、举办地国家风貌等	

#### 4.2.3. 体育展示设计能力

体育展示内容	具体内容	体育展示设计能力评估
视频表现	所有竞赛场馆的现场大屏幕播放的视频内容，以及在记分屏上显示的动画、图标和文字的设计内容。	
现场解说	在赛前介绍比赛双方的运动员和比赛规则。 在每项比赛当中，解说员都要尽量将现场情况解释给观众。	
现场音乐	总开场音乐(体育展示标志音乐)、运动员入场音乐、裁判员和运动员介绍音乐、信息通	

12

	报音乐、提示音音乐、颁奖仪式系列音乐、比赛结束音乐、观众退场音乐等。	
现场表演与现场游戏	在比赛开场、退场和间歇期，为了烘托赛场气氛进行的表演以及现场观众在专人带领下所进行的游戏活动。	

#### 4.2.4. 相关活动融合能力

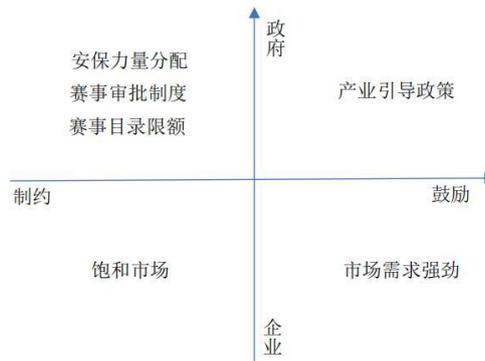
相关活动类型	具体内容	相关活动融合能力评估
城市节庆活动		
文化艺术表演活动		
旅游活动		
社会公益活动		
商业营销活动		
学术讲座		
大型社交论坛		

#### 4.2.5. 城市营销能力

城市营销内容	具体内容	城市营销能力评估
城市知名人士营销		
城市商业品牌营销		
城市地域特色营销		
城市民俗文化营销		
城市形象标志营销		

## 5. 赛事市场开发能力征信评估框架

### 5.1. 赛事市场开发能力征信评估维度



### 5.2. 赛事市场开发能力征信评估内容

赛事市场开发能力关键	企业能力评估	人才能力评估
体育明星包装能力	√	√
知识产权（IP）开发能力	√	√
赞助市场开发能力	√	√
体育产业驱动能力	√	√
增值效应溢出能力	√	√

#### 5.2.1. 体育明星包装能力

明星包装内容	具体内容	体育明星包装能力评估
外在形象类	身材	围度指标(如小腿围、手臂围、腰围)、长度指标(如身高、腿长、臂长)、重量指标(如体重、身高体重比)
	长相	五官、脸型、肤色、发型、文身、表情、气质
	服饰	服装颜色、款式、质地、图案、鞋袜式样、品牌、颜色、图案搭配、饰物
	标志	联赛标志、俱乐部标志、球队标志、队员绰号、球队绰号
技能形象类	技战术技能	得分、命中率、十佳球入选、最佳阵容入选、战术素养表现
	人际技能	激励自我和队友、协调关系、领导团队、解决冲突、

14

		帮助他人
	概念技能	纵观全局、洞察机会、权衡得失、把握关键、描述前景、拟定方案、执行决策、评估结果
品质形象类	个性特征	社交、友善、合作、自信、激情、想象力、信赖、表现力、进取心、成功欲、主宰欲、永不言败
	价值取向	拼搏、超越、挑战极限、实现自我价值、结果导向
	目标追求	冠军或金牌、团队精神、职业威望、社会地位、物质回报、个人综合排名和球队排名
成就形象类	个人成就	精彩动作、技战术指标、对球队贡献率、比赛关键作用、球迷认可度和美誉度、球队认可度和美誉度、个人职业成长
	球队成就	球队胜率、球队成长与成熟、球队名次、球迷期望、球队期望、球队最好成绩
	社会成就	公众期望与评价、社会威望、媒体评价、公益事业参与、规范遵从、职业精神、社会教化、篮球推广、爱心奉献、篮球文化传承
品牌形象类	品牌资产	品牌知名度、品牌美誉度、品质认知度、品牌忠诚度、品牌联想、专利保护
	品牌定位	文化定位、情感定位、比附定位、形象定位、差异化定位
	价值表现	教育价值、诠释价值、宣传价值、符号价值、娱乐价值、审美价值、规范价值、竞争价值、选择价值
	设计风格	富于个性、新颖独特;简练明朗、通俗易懂;符合美学原理 ;体现时代精神,融合传统

### 5.2.2. 知识产权 (IP) 开发能力

知识产权 (IP) 内容	具体内容	知识产权 (IP) 开发能力评估
广告权		广告收入
冠名权		冠名收入
门票		门票销售收入
衍生品销售		衍生品销售收入
赛事转播权		赛事转播权销售额
规则制定权	事主办方可以根据赛事项目的特点,结合地区特点,在国内同行管理监督许可下,自主设计各类比赛部分自主设计项目的比赛规则。部分赛事项目的通行规则,赛事主办方可以根据赛	

	事区域特点适度修正。	
项目开发权	赛事主办方拥有赛事项目自主增加比赛项目或赛事举办站点的自主权力。	

### 5.2.3. 赞助市场开发能力

赞助吸引内容	具体内容	赞助吸引能力评估
赞助对象预期表现	赞助对象的预期表现越好，则人气越旺，知名度越高，可以极大地提升明星代言产品的知名度，扩大市场，促进销售，增加收益	
赞助品牌的知名度	好的赞助商形象可以提升客户对产品质量的感知和忠诚度	企业规模和知名度：全国知名企业、省内知名企业、一般企业
防止埋伏营销	埋伏营销是非官方赞助商试图通过预知赞助者与被赞助者之间的联系以此获利	
赞助曝光时间与效果	曝光时间越长，赞助的产品更容易被消费者产生记忆关联，这样可以扩大消费者市场，增加收益，曝光效果越好	
赞助持续时间	长期进行体育赞助会提高曝光率，容易让消费者产生记忆联想，客户群体会对体育赞助商们更为忠诚	
赞助与营销的整合	赞助与其他营销活动进行整合时将更为有效，无处不在的赞助商赞助活动的专注程度对消费者的知觉质量有显著的影响。	

### 5.2.4. 体育产业驱动能力

体育产业驱动内容	具体内容	体育产业驱动能力评估
体育管理活动	公共体育事务管理活动 体育社会组织管理活动 其他体育管理活动	
体育竞赛表演活动	职业体育竞赛表演活动 非职业体育竞赛表演活动	
体育健身休闲活动	休闲健身活动	

16

	体育文化活动 群众体育文化活动 民族民间体育活动 其他休闲健身活动	
体育场馆服务	体育场馆 其他体育场地	
体育中介服务	体育经纪与广告活动 体育经纪人 体育广告服务 体育活动的策划服务 其他相关体育中介服务	
体育培训与教育	体育培训 体校及体育培训 其他体育培训 体育教育	
体育传媒与信息服务	体育出版物出版服务 体育影视及其他传媒服务 互联网体育服务 其他体育信息服务	
其他与体育相关服务	体育旅游活动 体育健康服务 体育彩票服务 体育会展服务 体育金融与资产管理服务 体育科技与知识产权服务 其他未列明与体育相关服务	
体育用品及相关产品制造	体育用品制造 球类制造 体育器材及配件制造 训练健身器材制造 运动防护用具制造 其他体育用品制造 运动车、船、航空器等设备制造 特殊体育器械及配件制造 体育服装鞋帽制造 运动服装制造 运动鞋帽制造 体育游艺娱乐用品设备制造 其他体育用品及相关产品制造	
体育用品及相关产品销售、 贸易代理与出租	体育及相关产品销售 体育用品销售 运动服装销售 运动鞋帽销售 运动饮料营养品销售	

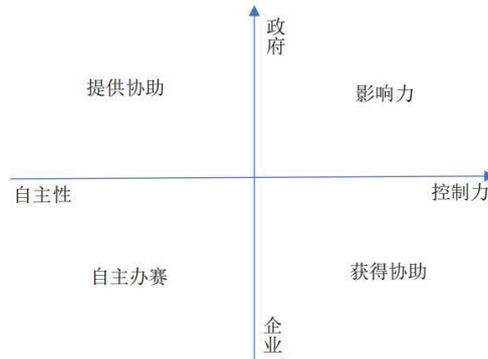
	体育出版物销售 其他体育用品及相关产品销售 体育用品及相关产品综合销售 体育用品及相关产品互联网销售 体育设备出租 体育用品及相关产品贸易代理	
体育场地设施建设	室内体育场地设施建设 室外体育场地设施建设	

### 5.2.5. 增值效应溢出能力

增值效应溢出内容	具体内容	增值效应溢出能力评估
基础设施建设	比赛场馆 交通设施 水电供应 通讯服务 安保系统等配套设施	
现代服务业发展	餐饮、酒店、旅游等	
建筑业发展	场馆建设、地产开发	
金融业发展	博彩、保险	
传媒业发展	广播、电视、网络等	
科技创新水平提升	交通、安保、赛场硬件设施和软件服务、体育科研等各个领域的科技创新	
带动地区就业	赛事的运营、管理、组织、营销、公关等方面就业 相关产业的就业，尤其是交通、通讯等基础设施的改造和修建，需要大量的劳动力	
促进国际、国内人文交流	国际性赛事与国内赛事	

## 6. 赛事运营管理能力征信评估框架

### 6.1. 赛事运营管理能力征信评估维度



### 6.2. 赛事运营管理能力征信评估内容

赛事运营管理能力关键	企业能力评估	人才能力评估
公司办赛资历	√	√
公关合作能力	√	√
风险管控能力	√	√
无形资产管理能力	√	√
多元利益协调能力	√	√

#### 6.2.1. 公司办赛资历

赛事公司办赛资历内容	具体内容	赛事公司办赛资历评估
赛事运营经历	曾经参与赛事的等级、规模、类型、承担职能	
财务状况	资金实力、资金周转情况、银行贷款情况、资产负债情况	
行业地位	行业知名度、行业影响力、行业竞争力	
社会地位	社会知名度、社会影响力、社会美誉度	

### 6.2.2. 公关合作能力

公关协作内容	具体内容	公关协作能力评估
政府公关	保持与维护同政府有关部门的关系	
行业公关	保持与维护同行业内相关企业、组织的关系	
社会公关	保持与维护同社会大众的关系，确保社会形象	
政府合作	与政府有关部门相互协作的关系	
行业合作	与行业内相关企业、协会组织的协作	

### 6.2.3. 风险管控能力

风险管控内容	具体内容	风险管控能力评估
财产风险	用于体育比赛的场馆、设施和器材等遭受损毁的风险	
人身伤害风险	与赛事有关人员(如运动员、教练员、观众、媒体工作者、赛事工作人员等)因没有预见或与意愿相反而遭受的身体损伤风险	
法律责任风险	由于违反责任而造成的有关损失风险,包括管理层个人决策失误导致的失误性风险和诸多不确定的客观因素而造成的非决策失误性风险	
赛事取消风险	由于各种原因(下雨、刮风、沙尘暴、地震、政治因素等),使原定的体育比赛而不能按计划进行的风险	
伏击营销风险	通过一种方式与赛事关联从而迷惑消费者,使他们相信伏击营销者是官方赞助商;均认定伏击营销的后果削减了官方赞助商的利益	

### 6.2.4. 无形资产管理能力

无形资产管理内容	具体内容	无形资产管理能力评估
商标权		无形资产回报率 无形资产保值增值率 无形资产增长速度 无形资产减值率
著作权		
版权		
专利权		

土地使用权		无形资产周转率 无形资产成本费用利润率 资产结构优化比率 团队创新、组织能力 技术装备更新水平 无形资产横向开发深度 行业或区域影响力 目标顾客或市场的认同程度
非专有技术		
租赁权		
特许经营权		
转播权		
土地使用权		
发行权		
顾客关系数据库		
供应商关系数据库		

### 6.2.5. 多元利益协调能力

多元利益协调内容	具体内容	多元利益协调能力评估
核心利益相关者	举办政府	
	所有权人	
	主办机构	
	主办社区	
	赞助商	
潜在利益相关者	媒体	
	观众	
	参与者	
边缘利益相关者	工作人员	
	志愿者	
	普通民众	
	自然环境	

# 环保酵素

生物发酵产业情况整理探究

## 道——起源阐释

环保

- 保护地球

健康

- 疾病

信仰

- 素食

## 德——发展历史

乐素坤

温秀枝

谭宜永

## 学——科学原理

概念

- 环保酵素：一种由植物蛋白质/矿物质及初期的荷尔蒙合成的有机化合物

发酵原理

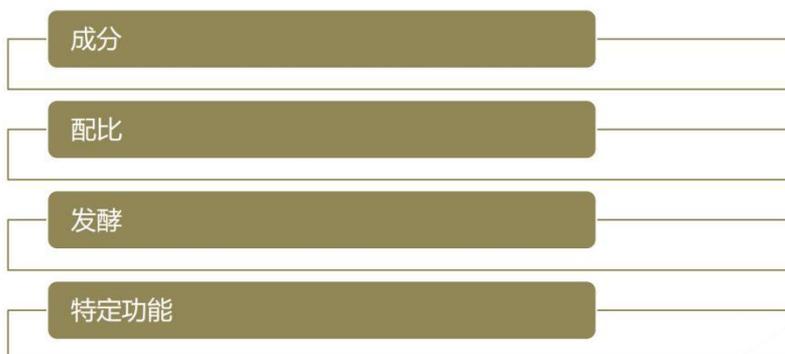
- 单氧自由基
- 臭氧

细胞毒性检测

功能

- 催化/分解/转化/重组
- 苹果酵素对微霉菌的溶藻特征

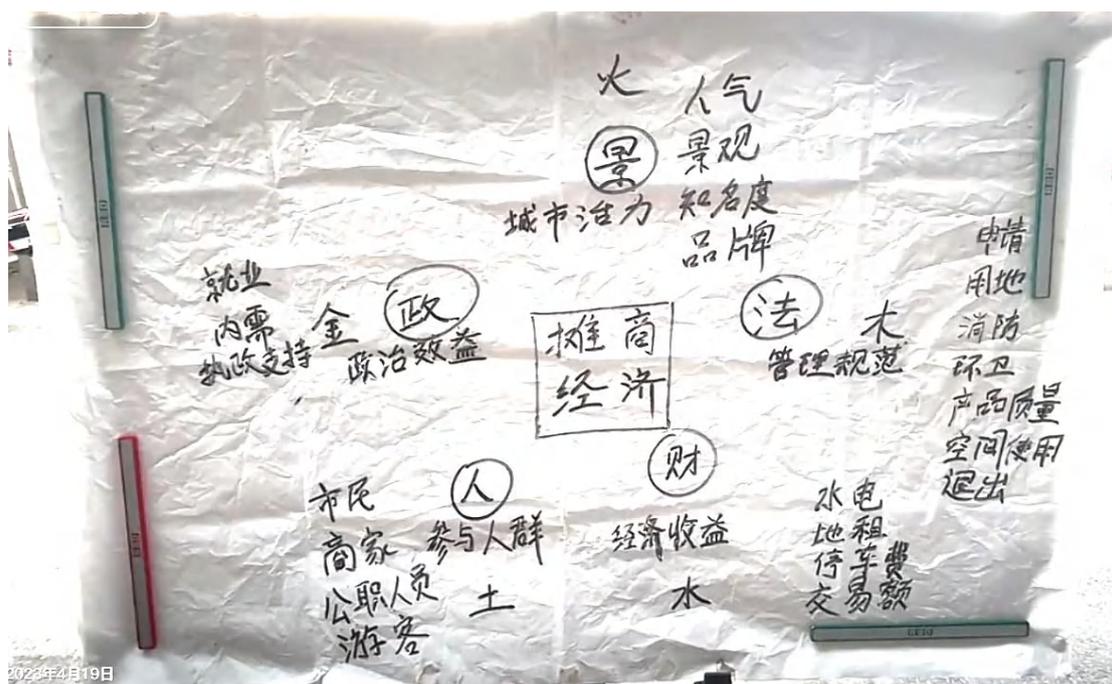
## 术——关键技术



## 艺——应用实践

农业	厨房	化学污染处理	居家环保	医疗保健	应急救援	扶贫济困
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 养殖场环境净化</li> <li>• 农畜/花卉/鱼池/污水/土壤</li> <li>• 自然农耕法堆肥</li> <li>• 水稻</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 炒菜/腌菜/凉拌菜</li> <li>• 发面</li> <li>• 蔬菜/水果</li> <li>• 发干货/发豆芽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合成灰水</li> <li>• 除臭/净化废气</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 生活污水处理</li> <li>• 洗碗/去油污</li> <li>• 洗衣</li> <li>• 洗发</li> <li>• 洗澡/泡脚</li> <li>• 洗脸</li> <li>• 洗手</li> <li>• 刷牙/漱口</li> <li>• 净化/清洁</li> <li>• 降低电磁波辐射</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 驱蚊/止痒</li> <li>• 外伤</li> <li>• 口腔</li> <li>• 鼻炎/喷嚏/洗鼻涕</li> <li>• 皮肤</li> <li>• 脚气/脚癣/脚臭/手脚干裂</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 灾后防疫</li> </ul>	

## 摊商经济



## 垃圾分类

社区（村庄）生活资源回收  
（垃圾分类）工作关键思路初探



地

居家空间	厨房	厕所	阳台	卧室	客厅
楼道公共空间	楼梯	走廊	入户平台	大厅	屋顶平台
社区户外公共空间	单元入口	宅前路	社区绿地	社区公共设施	社区道路
街道交通空间	街道门面	沿街停车区域	沿街休憩绿地	街角广场	街道公园
城乡公共设施空间	商业区	工业区	居住区	绿化休憩用地	交通道路用地

时

凌晨时段	0-1	1-2	2-3	3-4	4-5
上午时段	5-6	6-7	7-8	8-9	9-10
中午时段	10-11	11-12	--	12-13	13-14
下午时段	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
晚间时段	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24

事					
组织模式	社区工作	志愿者团队	回收公司	NGO	环卫部门
运营机制	盈利性	非盈利性	公益性	非公益性	强制性
鼓励+补偿机制	积分制度	负面清单制度	正面清单制度	物物交换	税费减免
监管要点	环境影响	健康卫生	二次环境污染	回收价格	行为得当
法律责任	权责划分	纠纷	仲裁	罚款	刑责

物					
分类细则	是否有毒	干湿分离	可否回收	工业大件	其他类
使用工具	装盛	搬运	收集	储存	分拣
中转场地	户前中转	单元门前中转	社区沿街场地	社区回收中心	城市回收中心
处理设施	堆肥设施	酵素制作设备	沼气设施	分拣设施	储存设施
用地规划	中转用地	分拣用地	堆放用地	焚烧用地	填埋用地



# 中医药健康旅游

## 募资介绍

# 基于中医“天人感应” 理论的自然生态环境 “治未病”与疾病 疗愈功效实证研究

中医药健康旅游规划编制核心技术开发与实验

<http://houshanyuan.com/>  
TEL: 18351851671

南京市侯善元研究有限公司  
南京市玄武区将军巷33号103室 2020.4.23



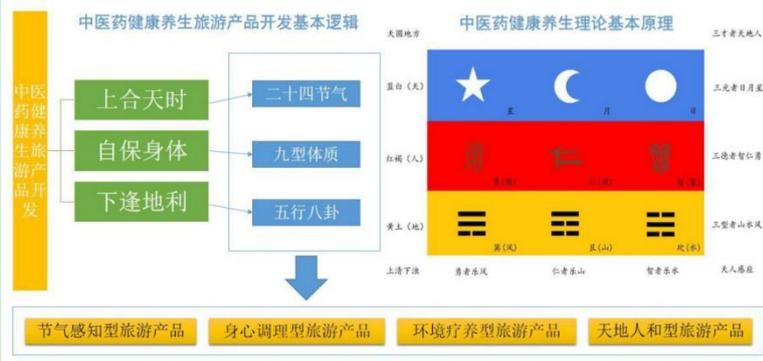
## 产品研究

产业需求

产品开发

- **自然疗养区开发**  
自然生态区保护性开发  
军事疗养研究社会化
- **地产业转型**  
健康疗养型地产开发
- **旅游产业优化**  
健康旅游项目开发
- **传统种植业升级**  
乡村康养项目开发

“天时+地利+人和”——中医药健康养生旅游产品开发



### 产品优势:

开发形式灵活多样, 针对各种气候地形量身定制, 满足各种特定疾病的健康疗愈。

# 实验研究

## 疗养区监测

- **相关理论解构**

相关医学理论解构  
相关环境学理论解构

- **案例疗养区监测**

疗养区选择  
疗养环境监测  
疗养病症选择  
疗养员监测

## 开发区实验

- **新项目区域监测**

新项目选址  
新项目环境监测分析  
确定适宜治疗疾病种类

- **病患数据监测**

试验病患选择  
病患参与试验安排  
试验病患监测分析

### 实验作用:

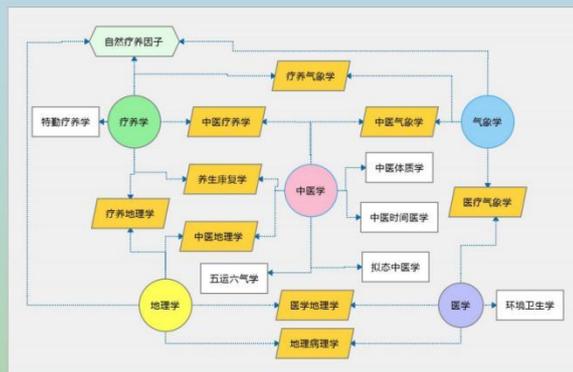
实测疗养区与开发区的**自然疗养因子**，验证中医理论的**可信度与实用性**。

# 技术研究

## 技术指标



## 学科体系



### 技术创新:

将中医**传统理论现代化**，并**实际应用于**现代自然环境的功能性开发与提升。

# 市场研究

## 市场需求

- **消费者：**  
专业优质的中医治未病产品与服务
- **地方政府：**  
各类自然环境的保护性开发技术  
中医药产业提质增效
- **开发商：**  
市场需求旺盛的建设项目
- **投资方：**  
稳健增值与获利的运营项目

## 市场供给

- 森林康养
- 温泉疗养
- 景观疗养
- 休闲度假
- 文化娱乐
- 体育运动
- 露营公园

## 市场缺口：

缺乏具有**针对性**的凭借自然环境**预防与疗愈特定疾病**的产品与服务。

# 投资研究

## 经济指标特征

## 产品开发模式

<b>关键成本</b>	技术调查研究+配套项目规划建设+产品宣传推广	<b>官方模式</b>	政府牵头+财政支持+技术合作
<b>主要收入</b>	健康疗养收入+餐饮住宿交通收入	<b>资方模式</b>	企业牵头+社会投资+技术合作
<b>项目盈利点</b>	健康疗养业+观光旅游业+种植业(农作物+中药材)+手工制造业	<b>PPP模式</b>	政府牵头+财政支持+社会投资+技术合作
<b>投资回报率</b>	专项医疗发展方向 附加值远高于传统产业	<b>乡村模式</b>	合作社牵头+社会众筹+技术合作
<b>现金流需求</b>	根据具体项目规模 基本不超过常规景区		
<b>回收周期</b>	建设周期~半年(实验+规划+建设) 回收周期~1年		
<b>风险评估</b>	技术实验数据可能不显著 建议在可研阶段排除		

## 投资建议：

**最低成本开发**~城市周边特色乡村**生态扶贫**~自然村用地+民宿改造+**疗养设施补足**。

# 协会会员



中国旅游协会健康旅游分会  
地址：北京市朝阳区建国路93号万达广场12号楼21层  
电话：86-10-58204991  
传真：86-10-58204990  
邮编：100022  
邮箱：chnhta@sina.com



## 会员推荐 Member Recommend

中国旅游协会健康旅游分会

## 目录 Contents

- 02 北京兴旅传媒有限公司
- 06 以岭健康城
- 12 云南心景康养旅游集团
- 14 德之源国际养生中心
- 18 运城盐湖（中国死海）旅游开发有限公司
- 22 五岳尚水（北京）科技有限公司
- 26 正生国际旅行社（无锡）有限公司
- 30 西安信雅达国际旅行社有限公司
- 34 康创医药科技孵化有限责任公司
- 34 军康国际医疗集团
- 38 世界中医药学联合会体育健康产业分会
- 42 苏州市吴中山湖温泉度假酒店
- 44 河南省嵩山少林寺武术馆
- 48 中旅途易
- 54 一番街（北京）餐饮有限公司
- 58 南京市侯善元研究有限公司
- 62 北广声动（北京）传媒有限公司
- 66 北京博客时代文化传媒有限公司

# 16

## 南京市侯善元研究有限公司

南京市侯善元研究有限公司，注册在江南首府金陵——南京市，始建于公元2019年12月11日，为一介书生侯善元所创。公司秉承“不求第一，只求唯一”的宗旨，追求“白纸黑字，真金白银”的创业理念，一门深入中医健康研究，长时熏陶文化旅游产业，规划策划面向政商各界，乃至私人社团，矢志不渝的为人类社会可持续发展贡献力量。

诗云：  
金陵有凤骨，秉性见孤灯；  
读书破万卷，下笔如有神；  
阴阳乾坤转，五运六气生；  
见物知善处，破迷开悟时。

### 服务内容

#### A. 科学实验研究

概念太古天成，方法岐黄口述；  
维度五运终始，逻辑阴阳合分；  
假设天人感应，实验山水测度；  
原理感天生化，应用衣食住行。

- 1. 五运六气学
- 2. 环境疗养学
- 3. 环境卫生学

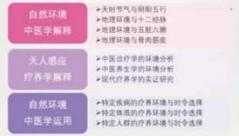


64

### 理论研究——研究步骤



### 理论研究——关键环节



### B. 项目空间设计

定位目标设定，选址区位分析；  
核定边界四至，结构功能分区；  
建设指标管控，交通流线整合；  
基础设施布局，风貌空间设计。

1. 功能布局
2. 道路结构
3. 绿化景观



### 5. 1 整治分区



65

### C. 文旅产品开发

客源选择受众，市场潜力必评估；  
出行意愿有门槛，消费能力特区分；  
主题亮点显特色，资源种类连游线；  
成本管控调价格，风险防治买保险。

1. 休闲类 / 郊游类 / 度假类
2. 家庭类 / 伴侣类 / 单身类
3. 主题类 / 节庆类 / 活动类



### D. 商业模式构建

寻找项目盈利点，评估自动门槛钱；  
明确收益对象，选择投资途径多；  
设定融资杠杆率，计算投资回报率；  
管控运营现金流，推定回收周期款；  
统计资产类型，保护无形资产。

1. 固定收入
2. 无形资产
3. 产业周边



66

### E. 区域发展规划

自然生态资源盘查，  
经济社会指标梳理；  
区域比较优势分析，  
发现支柱产业选取。

1. 概念规划
2. 产业规划
3. 战略规划



### 公司客户

#### A. 公共部门（政府 / 园区 / 医疗 / 社区）

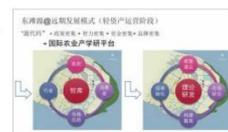
1. 发展战略规划
2. 自然疗养实验
3. 环境整治提升
4. 生态扶贫开发

#### B. 私营机构（文旅商 / 地产商 / 投资商 / 健康商）

1. 市场前景分析
2. 项目可行性评估
3. 投资决策分析
4. 规划方案设计

#### C. 私人（农人 / 居民 / 旅人 / 学人）

1. 家庭农场开发
2. 健康旅游定制
3. 居家养生咨询
4. 学术讲座培训



联系方式  
通讯地址：南京市玄武区将军巷33号103室  
电话：16361851671  
联系人：侯善元

67

# 研究框架



## 研究·时间表

任务阶段	任务名称	部门安排	成员名单	时间限制	时间节点
A 理论汇总	研究资料汇总	研究部门	侯 汤 陈	2月	2018/8/1
A-1	《内经》研究成果	中医组	陈 汤		
A-2	《疗养学》研究成果	中医组	陈 汤		
A-3	《健康旅游学》交叉研究成果	中医组	陈 汤		
A-4	《传统自然环境学》研究成果	环境规划组	侯		
A-5	《相关旅游学》研究成果	环境规划组	侯		
B 理论解构	相关理论解构	研究部门	侯 汤 陈	2月	2018/10/1
B-1	相关医学理论解构	中医组	陈 汤		
B-2	相关环境学理论解构	环境规划组	侯		
C 理论创新	天人感应理论创新	研究部门	侯 汤 陈	2月	2018/12/1
C-1	天时理论假设	环境规划组	侯		
C-2	地利理论假设	环境规划组	侯		
C-3	人和理论假设	中医组	陈 汤		

## 研究·时间表

任务阶段	任务名称	部门安排	成员名单	时间限制	时间节点
D 理论旁证	案例疗养区监测	调查部门	侯 汤 陈	3月	2019/3/1
D-1	疗养区选择	环境规划组	侯		
D-2	疗养环境监测	环境规划组	侯		
D-3	疗养病症选择	中医组	陈 汤		
D-4	疗养员监测	中医组	陈 汤		
E 理论验证1	新项目区域监测	运维部门	侯 汤 陈	3月	2019/6/1
E-1	新项目选址	环境规划组	侯		
E-2	新项目环境监测分析	环境规划组	侯		
E-3	确定适宜治疗疾病种类	中医组	陈 汤		
F 理论验证2	病患数据监测	运维部门	侯 汤 陈	3月	2019/9/1
F-1	试验病患选择	中医组	陈 汤		
F-2	病患参与试验安排	环境规划组	侯		
F-3	试验病患监测分析	中医组	陈 汤		

## 研究·时间表

任务阶段	任务名称	部门安排	成员名单	时间限制	时间节点
G 试验分析	研究结果分析	研究部门	侯 汤 陈	2月	2019/11/1
G-1	试验结果的可信度分析	全组	侯 汤 陈		
G-2	理论假设的验证性分析	全组	侯 汤 陈		
G-3	理论创新的应用性分析	全组	侯 汤 陈		
H 理论应用	理论推广与使用	文宣部门	侯 汤 陈	6月	2020/5/1
H-1	注册专利与著作权	全组	侯 汤 陈		
H-2	正式在官方立项	全组	侯 汤 陈		
H-3	参与各类学术交流	全组	侯 汤 陈		
H-4	指导政府出台行业管理政策	全组	侯 汤 陈		
H-5	指导企业开展具体业务	全组	侯 汤 陈		
H-6	指导社会科普教育	全组	侯 汤 陈		

## 研究部门开支

项目	研究部门	调查部门	运维部门	文宣部门
WHO 何人	工作组+客座	工作组+疗养员	工作组+试验者	工作组+外宣
WHAT 何物	文献资料	环监设备	环监设备 + 体检设备	应用软件
WHEN 何时	2018/8-12-1	2019/3-6	2019/6-11	2020/5-11
WHY 为何	理论研究	案例调查	理论试验	理论推广
WHERE 何地	南京	疗养区	旅游区	线上+线下
HOW MUCH 耗财	X+ (万)	X+ (万)	XX+ (万)	X+ (万)
HOW LONG 耗时	6+2 (月)	3 (月)	6 (月)	6 (月)

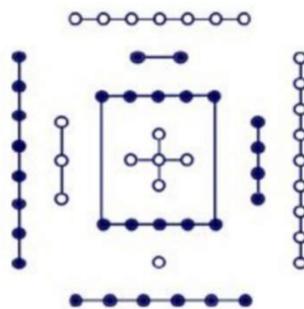
## 知识产权使用收益分配结构



## 专题研究

# HSY

中医药健康养生旅游专题研究



# HSY

中医药健康养生旅游专题研究

# A

政策背景

## 国家接连出台政策——全力支持中医药健康养生旅游发展

2013年	《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》
2014年	《国家旅游局和国家中医药管理局关于推进中医药健康旅游发展的合作协议》
2014年	《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》
2015年	《中医药健康服务发展规划（2015—2020年）》
2015年	《关于促进中医药健康旅游发展的指导意见》
2016年	《关于开展国家中医药健康旅游示范区（基地、项目）创建工作的通知》
2016年	《“健康中国”2030规划纲要》
2016年	《中国的中医药》白皮书
2016年	《“十三五”旅游业发展规划》
2016年	《中医药发展战略规划纲要（2016—2030年）》
2017年	《国务院办公厅关于进一步激发社会领域投资活力的意见》
2017年	《关于促进健康旅游发展的指导意见》
2018年	《国务院办公厅关于促进全域旅游发展的指导意见》

**鼓励政策涵盖发展定位、发展思路、发展战略等所有关键环节。**

## 发展中医药健康养生旅游是复兴中华文明的历史必然

文明发展节点	时代精神
三皇五帝	天下为公·选贤举能
春秋战国	诸子百家
二十五朝	儒释道·三教九流
百日维新	师夷长技以制夷
洋务运动	中学为体·西学为用
辛亥革命	三民主义
红色革命	共产主义
共和国建国	百花齐放·百家争鸣
文化大革命	破四旧·两个凡是
改革开放	解放思想·实事求是
建设小康社会	与时俱进·改革创新
维护社会稳定	和谐社会·和谐世界
深化改革	人类命运共同体

太和·中和·保和  
民族·民权·民生  
为人民服务



中医药属于古代医家，位列诸子百家，历朝历代为中华民族的血脉相传做出重大贡献，是中华文明宝库的重要组成部分，发展中医药健康养生旅游是复兴中华文明的历史必然。

## 全球医疗健康旅游持续升温——发展中医药健康养生旅游应发挥中国特色

中国正在探索的中医健康养生旅游，非常有本国的文化特色，很容易被人们所接受。在今天这种全球化的医疗旅游大局之下，我们确实需要理想的合作伙伴实现医疗和旅游的跨界融合，只有通过二者的合作，医疗旅游事业发展才能获得成功。

——世界医疗旅游协会首席执行官乔纳森·爱德尔海特

我国相关政策已经具备条件，但产品推广、设计、营销策略都要针对不同客户的需求进行完善。当前，我国迫切需要优先培养一批既懂医疗保健又懂旅游的人才，培育一批兼顾专业技术性和游客体验满意度的医疗旅游品牌。

——中国旅游研究院院长 戴斌

和其他医疗健康旅游已经相对发达的国家相比，中国应该倡导以中医药为特色的健康旅游。这有助于我国在国际医疗健康旅游中掌握话语权，将“人无我有，人有我优”的优势最大程度地发挥出来。以中医药为特色的医疗旅游不仅具有广阔的国际市场，而且可以推动中医药的现代化和国际化，同时，作为绿色产业也符合我国转变经济发展方式的需求。

——北京中医药大学管理学院工商管理系副主任 侯天田

在2017年举办的第六届世界健康产业大会上，来自世界各地的专家学者畅谈中医药健康旅游发展前景，一致认为中医药健康旅游发展前景广阔，大有可为。

## 中央政府高层指引方向——发展中医药健康养生旅游顺应时代潮流

习近平总书记指出，没有全民健康，就没有全面小康。

在2016年举办的全国卫生与健康大会上，李克强总理提出，要引导和支持健康产业加快发展，尤其要促进与养老、旅游、互联网、健身休闲、食品的五大大融合。

## 发展中医药健康养生旅游

有利于

- 开创中医药文化国际传播新途径
- 促进国民经济发展
- 中国元素与国力的提升



# HSY

中医药健康养生旅游专题研究

# B 市场环境

## 中医药健康养生旅游市场开发现状

国内产品主打海外市场，满足传统文化探寻动机

国内消费者对国内产品认可度缺乏，转而购买海外产品

- 中医药健康旅游强调探索中国道统，探访中医药诊疗设施，举行中医药诊疗活动。
- 中医药健康养生旅游重在体验传统而厚重的中国文化，以及超越普通旅游目的地的智慧内涵。
- 探寻中药材市场与传统村落是中医药健康养生旅游的必选项。

### Thierry Malleret 2017.6.20

- (1) 中国旅游者慢慢变得具有健康意识，旅游理念从物质消费转向体验更多精神鼓励类产品。
- (2) 中国人存在浓厚的从众心理，且人口基数巨大，中国周边存在大量的健康养生旅游目的地可供选择。

去年全年（2016年），中国出国旅游人数达1.22亿人，占总人口的9%。大量预测显示，中国出国旅游人数在2020年将达到2亿人。去年人数增长速度达到18%，而全球只有3.9%。

中国出国旅游人数将继续高速增长，即使中国经济增长乏力，不利于游客的可支付性，出国旅游人数依然会高速增长。基于1.22亿人，中国出国旅游人数仅低于美国1.5亿人，两倍于英国，四倍于法国。

### 中医药健康养生旅游（海外）产品的重点内容

- 探寻云南充满传统风情的少数民族村落。
- 在山顶道欣赏太阳升起。
- 探寻当地中药材市场，常规旅游者不回去的地方。
- 向全世界最大的佛像祈祷。
- 探访帝国首都——北京。

2017年，全球最大的医疗健康旅游目的地在亚太地区，排名前3位的是印度、韩国和泰国。按照患者流分析，中国属于健康出境旅游客源国，而不是医疗健康旅游目的地，在全球医疗健康旅游目的地排名中，中国没有进入前20位。90%以上的中国跨境医疗健康旅游以出境为主，入境健康旅游规模非常小。

——世界医疗健康旅游联合会副主席贾笑芳



## 全球健康养生旅游市场前景广阔

### 全球健康养生旅游经济 4386亿美元世界市场

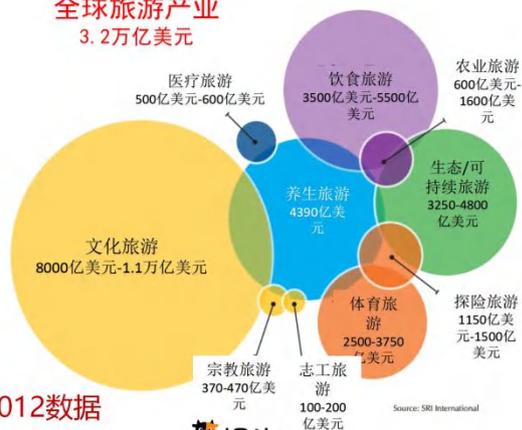
国内交通 918亿美元 航线 出租车 公共交通 火车 的士	宾馆/酒店 度假区 露营地	住宿业 934亿美元	SPA目的地 健康度假区 农场 度假村
	餐馆 酒吧 小吃店	餐饮业 719亿美元	SPA餐饮 健康餐饮 有机餐饮
其它服务 553亿美元 通讯业/保险 旅行社 物业	衍生产品/礼品 服装业/艺术	零售业 648亿美元	健身服装/SPA产品 健康食品/保健品
	博物馆 旅游业/戏剧	会展业与观光业 614亿美元	SPA/休闲 健身/特种 生活体验

常规 养生专属

The examples provided in each sub-category are illustrative and not exhaustive. Source: SRI International

旅游业中的养生类型包括：健康饮食与体重管理、身体塑形与体育运动、美体、放松与压力释放、冥想、瑜伽、传统替代疗法、草药互补、顺势疗法。

### 全球旅游产业 3.2万亿美元



2012数据

Source: SRI International



## 全球亚健康状况普遍——发展健康养生旅游市场前景巨大

根据美国斯坦福研究所发布的研究报告，全球医疗健康旅游人数从2006年的2000万人次增长至2012年的4000万人次，近年来，这种势头有增无减。有报道称，世界卫生组织预测，至2020年，医疗健康相关服务业将成为全球最大产业，观光休闲旅游相关服务则位居第二，两者结合将占全球GDP的22%。



自1980年以来全世界肥胖症数量翻番。



全世界将近10%的成年人口罹患糖尿病。



慢性病导致60%人口的死亡。



全球超过半数的商务人口近年来明显感受到工作压力提升。



2002年到2020年，世界经合组织成员国的健康开支翻了3倍，达到10万亿美元。



2000年到2050年，世界人口中60岁以上的老年人口将翻倍。

数据来源：世界卫生组织、普华永道、雷格斯

# HSY

中  
医  
药  
健  
康  
养  
生  
旅  
游  
专  
题  
研  
究

# C 消费特征

## 中国健康养生旅游者需求特征总结

根据Healing Hotels集团在2015年的调查显示，中国健康养生旅游者呈现此类特征。

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

1. 受传统文化影响，中国消费者是世界上最重视养生消费的群体
2. 中国的养生更注重家庭，认为亲子和养生不冲突
3. 与欧美消费者相比，中国消费者偏好安静的养生方式
4. 在诊断方面，中医是大多数中国消费者最认可的方法
5. 在养生旅游中的课程体验的偏好上，除了身体保养外，心理、灵修和才艺相关课程也广泛受到欢迎
6. 对于养生目的地的各类活动，跑步和生态步行、禅修、农事、冥想和瑜伽最受欢迎
7. 中国消费者对于世界各地新的养生理疗方法持非常开放的态度，愿意尝试不同的理疗项目
8. 对于养生餐饮需求，超过一半的受访者（55%）希望在养生旅游中体验素食
9. 在养生旅游活动参与度上，女性对于养生旅游活动的积极性高于男性
10. 价格并非影响中国消费者选择养生旅游目的地的最重要因素。自然环境、地理位置和交通通达性、养生项目和活动设置等因素均对目的地选择有非常重要的影响。



# 养生消费者特征

被动式 & 自我关注

外围

- "Entry level" wellness consumers
- Aspire to be more involved in wellness, but behaviors do not yet follow their aspirations
- Reactive approaches to health, focusing more on acute medical conditions
- Exercise for weight management
- Avoid personal care products only if they cause sensitivities/allergies
- Focus on avoiding "bad" food and ingredients

中层

- Moderately involved in a wellness lifestyle
- Follow some trends set by core consumers
- Somewhat preventive approaches to health
- Exercise for health benefits
- Avoid "toxic" personal care products in the home for health reasons
- Focus on avoiding some "bad" foods but also seek whole, real foods.

主动式 & 关注整体

核心

- Actively involved in a wellness lifestyle
- Are trendsetters for other consumers
- Highly preventive and holistic approach to health
- Exercise for health and mental/spiritual balance
- Avoid personal care products they believe are harmful to the environment
- Focus on local/organic foods and social/environmental issues related to food production

## 全球健康养生旅游者需求特征调查结果



2014

# HSY

中医药健康养生旅游专题研究

# D 发展瓶颈

## 中医药健康养生旅游发展现状问题

- 1 由于起步较晚，经验不足，旅游和中医药管理部门的配合度不是很高，目前尚未形成统一的市场和专门的管理机构，行业标准有待继续完善。
- 2 旅游企业中医药服务内容雷同、单一，特色不够鲜明，服务项目不配套等，服务质量亟待提高。
- 3 这一新兴产业内，同时了解中医药养生和旅游的复合型人才极度短缺。
- 4 在巨额的利润面前，中医药养生旅游市场开发队伍鱼龙混杂，缺乏明确的开发策略和系统规划，市场规整度低。
- 5 中医药养生旅游市场发展畸形，市面上可供选择的中医药养生旅游产品非常有限，且类型单调，仅有温泉产品属于畅销项目。
- 6 中医药养生旅游产值占中医药产业链的比重大低，中医药医疗服务与药品生产加工的支柱产业地位难以撼动。
- 7 中医药养生旅游实际上是作为各类中医药专业机构的营销与宣传工具，并未成为一种实际的产业门类从事生产。

## 中医药健康养生旅游发展现状问题

### 产品服务质量有待提升

居庸关长城-太申祥和山庄-明十三陵定陵-北京中医药大学东直门医院国际部-北京章光101药业有限公司；北京中医药大学博物馆-同仁堂-中卫御苑福膳-中国医学科学院药用植物研究所药用植物园-地坛中医药养生文化园.....

在这样尽显中医药特色的旅游线路中，游客在游览长城、故宫、颐和园、天坛等名胜古迹的同时，还可以逛中医药博物馆、参观中草药种植基地、到中卫御苑补药膳、走进京城名医馆品尝节气养生茶，亲身感受针灸、按摩等中医药养生方法，认知中国中医药文化的博大精深，观赏地道的药材及园艺美景，体验推拿按摩的轻松。

而这一套行程，游客无需担心衣食住行，都将由旅行社为游客“量身定制”。

**“中医养生文化旅游作为一种新兴的旅游业态，正在成为北京旅游新的增长点之一。旅游作为重要的载体，有利于广泛推广和展示中国中医药传统文化资源。”**北京市旅游发展委员会相关负责人曾对媒体说。

为宣传中医传统文化，北京市中医药管理局和北京市旅游发展委员会重点推介中医养生文化旅游产品及资源，于2014年推出的7条中医养生文化线路，参与路线制定的旅行社也是业界颇有口碑的国旅、中旅、中青旅、携程等单位。

然而，北京市中医药管理局等部门发现，该7条路线发展不尽如人意。

**“我们综合各旅行社反馈意见，主要体现在游客与旅行社所得信息不对称、旅游基地硬件设施不完善、旅游从业者培训不足、行业规范不标准等。”**北京市中医药管理局副局长罗增刚坦言。

为此，结合这些问题，北京市中医药管理局加强对旅游基地的整改。将7条旅游线路进行更新，推出针对德语、俄语、英语、中医药专业市场等八大市场共13条中医养生文化旅游线路。统计结果显示，13条旅游线路实际销售超过2000人次。

在罗增刚看来，中医和旅游跨界融合势必会产生摩擦，而主管部门需要随时发现问题进行整改。“目前，北京有34家中医药文化旅游示范基地，但把中医药服务做成旅游产品后，**医疗机构暴露出旅游基础设施不完善的缺点，没有形成服务链，医疗机构不能提供更细致的服务。而且我们缺少更吸引游客的旅游产品。**”罗增刚说。

## 中医药健康养生旅游发展现状问题

### 复合型人才培养难度大

在某旅行社工作多年的业务员告诉记者，对于当前开展的中医药健康旅游线路制定等工作都遇到了前所未有的压力。

**“我的外语水平和国外游客交流时完全没有问题，但是他们会不时询问一些和中医药有关的专业知识，包括在与医生的沟通中，我们对中医药的专业知识还很缺乏，有时候会有无法将中国的传统中医文化表达清楚的尴尬，短期的培训效果并不是特别明显。”**该业务员说。

**“我们需要有中医或西医学术背景的专业人才，他们还需要精通外语，还要有针对性地进行培训。”**罗增刚坦言，这样的复合型人才培养较为困难。

**“中医养生健康产业由于其业态构成内容丰富，产业链不断延伸拓展，贯穿第一、二、三产业，其对人才的需求具有多样性：既要医、科、教协同培养具有创新精神、能将中医继承好发展利用好的高层次人才；也要针对企业发展需求培养生产、营销等方面的实用人才；也需要培养和培训从事健康管理、养老护理员、营养师、按摩师、康复治疗师、养生旅游导游、运动养生教练、食疗及药膳等技能型人才；还涉及健康产业规划等宏观思维的专业人才。”**成都中医药大学校长梁繁荣说。

在他看来，中医院校作为高层人才培养的摇篮，应调整课程设计，为健康产业的发展提供多元、多样的人才支持。

对此，北京中医药大学管理学院侯胜田教授认为，应加强医疗旅游产业研究和行业组织建设，推动专业培训。

**“医疗旅游产业关联性较强，涉及到多个相关利益主体，另外，中国医疗旅游产业刚起步，尚处在无序、混乱的发展状态。因此，加强医疗旅游产业研究和行业组织建设至关重要。”**侯胜田表示，应与医疗旅游产业相关的中医药、旅游类高校以及研究机构应当开展医疗旅游产业发展模式、发展战略及产业整合等相关研究，推动医疗旅游专业培训，以实现拓展医疗旅游市场规模，提升医疗旅游服务质量，促进医疗旅游产业的健康发展的目标。

## 中医药健康养生旅游发展现状问题

### 市场缺乏规范

2015年11月17日，国家旅游局和国家中医药管理局联合下发了《关于促进中医药健康旅游发展的指导意见》，其中提到2020年中医药健康旅游人数将达到旅游总人数的3%。目前，国家中医药管理局下发的《中医药发展“十三五”规划》中强调，要发展中医药健康旅游服务，在政府积极引导，强化市场作用的前提下，推动旅游业与中医药健康服务业深度融合，初步构建起我国中医药健康旅游产业体系。

**结合目前各地开展的中医药健康旅游探索，多名业内人士对该新型产业的市场规范性表示担忧。**

罗增刚认为，养生旅游资源单位性质不一，大部分还是在国家的事业性机构里，如何跟市场对接，政策、体制、机制是需要解决的问题。“完整的体系形成必定要具有完备的法律法规体系，加强市场监管和规范管理，这样才能对中医药健康旅游的良性发展起到约束作用，在保证人民群众得到优质、优效的中医药健康服务的同时免于行业不良从业人员对人民群众利益侵害。”罗增刚说。

“这个市场首先要做到规范，如养生馆的机构准入应该由谁来管？基本的要求和标准是什么？从事养生服务的这些人是否经过职业培训职业资格准入？这些问题我认为还需要好好的引导。”甘培尚也有这样的担忧。

他认为，营销是将中医药健康旅游推向国内和国际市场的必要手段。作为管理部门，中医药管理局要对狠抓落实，由旅游部门牵头，要加强对市场的监管，尤其是对制定出来的旅游产品要明码标价，“不能打着养生的牌子，砸了中医的牌子。要有规范的人群，规范的机构群来做这件事。”甘培尚说。

**桂林市中医院院长杨斌认为，当前中医药健康旅游没有特别成功的案例和完整的市场体系可以参考。**

“中医药健康旅游要切实解决这些有需求的游客的问题，例如让高血糖高血压患者在旅游期间把血糖血压降下来，就能把有需求的人留下来。让他切实感受到自己在旅游休闲的过程中还能把身体调理好。”在杨斌看来，只有把管理、规划做好，让产品和服务得到群众认可，市场才会有序健康发展。

# HSY

中  
医  
药  
健  
康  
养  
生  
旅  
游  
专  
题  
研  
究

# E

## 发展策略

## 健康养生旅游者的活动特点与关注焦点

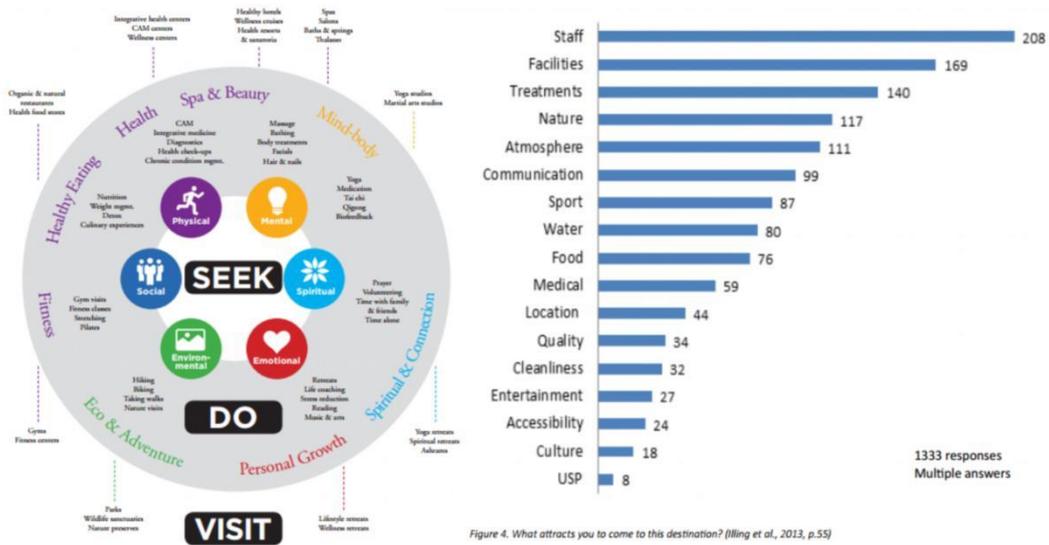


Figure 4. What attracts you to come to this destination? (Illing et al., 2013, p.55)

## 中医药健康养生旅游发展策略

### 发展中医药生态健康养生旅游项目注意

1、遵循可持续发展原则。要合理、科学地规划、管理旅游资源，促进当地社会经济的发展，并不断地保护和改善旅游环境，提高旅游服务水平，使旅游者在旅游过程中不仅能充分地享受游娱之乐，更重要的能使旅游者在天人和谐的良好气氛中接受传统文化教育，提高旅游者的健康、生态环境意识，使旅游业的发展与环境保护能够互相协调促进。

2、提升养生旅游价值。旅游产品的特色是吸引游客的基础。因此养生旅游要以资源为依托，运用新思维、新主题、新体验，为既定的资源或形式注入生机与活力，实现艺术体验与旅游资源的完美结合，将创意和体验转化为游客吸引点，体现出“独一无二”的味道，打造养生旅游产品价值。

3、打造养生旅游品牌。世界经济发展已经进入品牌经营时代。打造强势品牌和知名品牌，既是形式所逼，也是机遇所在；既是开放之举，也是发展之路；既是竞争必需，也是生存必要。现代旅游业的竞争，更是精品和品牌的竞争。品牌的优势正在成为旅游业发展的最大优势，为此要做好“准确定位旅游形象，做好品牌营销，开展区域联合，提升品牌文化内涵”工作。

4、企业开发队伍要具备长远的眼光，探索新商业模式，丰富服务产品类型，提高产品质量，树立品牌意识，积极培育自己的中医药旅游品牌。同时树立可持续发展的观念，加强环保意识，要充分考虑当地的旅游容量和生态环境的承载力。

5、加快相关旅游产品和线路的开发，倡导以中医药文化为主的文化旅游，鼓励游客参与药酒、药膳等制作，学习中医药材机理、康体养生方法，接受传统文化的感受与熏陶。

6、加强与国际旅行社、国外医疗机构的交流合作，结合中医针灸、推拿等疗养手段，提供中医特色理疗服务，打造中医医疗旅游国际品牌。

## 中医药健康养生旅游发展策略

在安徽省，人们可以在黄山之巅，呼吸新鲜空气，打套太极拳，练习书法，吃着养生药膳，听着中医故事……相比以往走马观花式的景点旅游，这样休闲的旅游方式成为安徽省一道亮丽的风景线。

“我们推广这样的旅游形式，就是为了倡导中医阴阳平衡、动静相宜、虚实相应、刚柔相济、开合适度、天人合一的太极形态。让人们在领略黄山美景的同时，能把中医健康生活理念带回家。”位于黄山市旅游景区内大自然太极拳团队创始人胡希龙如是说。至今，已有60多个国家30多万人来这里参加练习太极拳。

“安徽省依托新安御医、徽州文化等品牌，开展太极中医养生旅游产业与大黄山的生态养生旅游战略相融合，大力开发黄山太极养生游、祠堂文化养生游、御医文化康复游，以倡导绿色生态的生活方式，主张通过健康旅游走进和融入大自然，从而达到健康旅游、修身养性的目的。”安徽省中医药管理局中医药发展处处长吴振宇介绍道。

由此可见，对于我国的医疗旅游市场来说，处在健康亚健康状态的人们是广阔的服务对象，以往，医疗专家大多是在研究疾病的治疗，却很少为人们提供健康服务，所以导致我国健康服务的产品相比国外较少。如今，在国家出台的一系列政策指导下，一些城市的陆续探索也为本地中医药发展带来活力。

不用天天躺在医院病床上治疗，不用和病友聊天打发时间，治疗期间还能领略甘肃岐伯故里的中医文化……这些治疗体验，是游客今年夏天在甘肃体验到的“别具一格”的治疗。

小买买提就是这次治疗体验后成为了“中医粉”。这位年仅9岁的新疆男孩从小患有红斑狼疮，在本地治疗后病情仍反复，孩子情绪一度低落。在甘肃为期12天的治疗周期内，医生们采用刮痧、拔罐、针灸、埋线和穴位贴敷等多种中医传统疗法，很快缓解了小买买提的皮疹。期间，小买买提不仅游览了甘肃著名的敦煌、嘉峪关等景点，还参观了中医药博物馆，领略了中医文化，深深喜欢上了中医，“明年夏天我还会再来甘肃治疗。”临行前小买买提对医生说。

如今，像小买买提这样的“中医粉”越来越多，他们更期望能在接受中医治疗的同时，能够了解和学习中医文化，对中医健康养生的需求也日益增加。

“游客们在这里住一段时间，治疗轻松，病人还能欣赏绝美的自然风光、地道的农家饭、独具特色的药膳酒，他们反映精神状态非常好。通过这种中医健康养生旅游形式，我们的中医健康养生理念正一步步深入人心。”甘肃省中医药管理局局长甘培尚说。

桂林曾经是岭南中医药高地，中医药发展历史悠久，人才辈出。今年6月28日揭牌崇华中医街，便是作为弘扬中医药文化的重要项目，传承着桂林2000多年的中医药文化历史。在崇华中医街，游客置身具有鲜明桂林地域特色的文化街区中，不仅可以享受到国家级名中医的诊疗服务，还能感受到中国传统“儒、释、道”中医养生文化和民族民俗风情。

如今，“中医养生”成了浙江省旅游的关键词。方回春堂、天禄堂等国医馆，成为这里的旅游特色之一。当地国医馆推出了膏方参茸节，游客来旅游的同时，可以享受搭脉、选药、熬阿胶、开膏方等活动，许多游客还会购买些中草药、保健品，当作杭州特产带回去。

河北邢台癫痫病医院自1982年成立以来，以中医药治疗为特色，至今已接待美国、塞尔维亚、法国、澳大利亚、日本、德国、俄罗斯等30多个国家和地区的近百万人次癫痫病患者，使邢台成为我国医疗旅游产业发展中的一大亮点。

## 中医药健康养生旅游发展策略

### 发挥各地中医药文化和自然资源优势

加强中医药文化建设，利用各地特有的温泉、沙漠、湿地、海洋、海岛等自然资源优势，把传统中医药养生文化手段、方法和现代科学养生方法结合起来，同时注重突出对防治常见病、多发病的中医药养生知识和技术的宣传。因此，在开发建设中医药养生旅游项目中

- 1、加强中医药文化建设，努力打造一批集科技农业、名贵中药材种植、田园风情生态休闲旅游的养生体验观赏基地；
- 2、开展养生授课、名医问诊、养生茶和养生药膳项目，将知识性、趣味性、观赏性、体验性完美结合，使游客在旅游休闲中了解中医药传统文化的精髓及发展历程，增加养生知识；
- 3、发挥地方特有的温泉、沙漠、湿地、海洋、海岛等自然资源；
- 4、在加强旅游开发的同时，注重中医药养生知识的普及、宣传、教育；开发药浴、沙疗、泥浴等系列项目，进行养生的各类项目，已达到吸引游客的目的。

在开发旅游项目时还要把传统中医药养生文化手段、方法和现代科学养生方法相结合，在开展传统项目，如太极理疗保健、传统中式搓澡保健、拔火罐保健等的同时，还可以结合现代推油保健、足疗保健、泰式按摩来开展养生旅游项目。



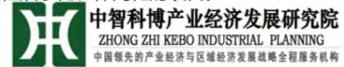
中智科博产业经济发展研究院  
ZHONG ZHI KE BO INDUSTRIAL PLANNING  
中国领先的产业经济与区域经济发展战略咨询服务机构

## 中医药健康养生旅游发展策略

### 打造中医药养生旅游新格局

当前社会压力大，亚健康的人数越来越多，在满足基本的生理需求后，很多人把“延年益寿”作为一个生活的中药指标。中医药健康养生旅游作为一种集“康复”、“养生”、“休闲”于一体的消费理念，已成为当代人们生活的一种时尚。在开发旅游项目时需要突出其六大特点：

- 1、多样性 就是在各式各样的气候环境、地理位置、文化资源、动植物资源等基础上，打造具有本地特点的丰富多彩的养生旅游形式。
- 2、普适性 传统观念认为养生旅游主要针对的是亚健康或老年人群，但实际上养生休闲涵盖所有追求健康快乐生活的人群。他们不是“病人”，又不同于普通的游客，而是具有较强养生目的性的游客。因此对其进行的康复保养不宜在医院或养老院进行，而应根据不同的心理、身体需要进行养生旅游项目和目的地的选择。
- 3、知识性 就是要使养生旅游与传统的养生理论、人文资源紧密联系，使人们通过旅游在获取养生体验的同时，达到修身养性、健身康体、丰富知识、延年益寿的目的。
- 4、科学性 养生休闲活动的开展是以中医药理论为核心基础，强调自然生态的要素，并逐步融入了西方现代康疗方法，具有较强的专业性特点。很多养生休闲活动需要在专业人员的主持指导下开展，按专业规范和规定程序进行。
- 5、教育性 通过养生旅游活动，使游客在休闲中能够得到“健康教育”，提高“认知水平”，达到增强体质、愉悦身心、提高科学素质的目的，同时可使游客转变生活方式，提升生活质量。
- 6、综合性 养生旅游是将我国传统的养生理论、方法同现代生活中有益于人体健康的多种休闲方式结合起来而形成的新的旅游业态，既注重养生的功能，也注重养生过程的休闲性和体验性，它是将养生这一康复过程娱乐化、休闲化的项目。



### 健康养生旅游目的地规划的策略逻辑



Figure 3. Framework for developing a health and well-being tourism destination (Duan and Tuominen, 2016)



Figure 3. Destination philosophy (adapted from <http://www.xundheitswelt.at/philosophie.html>)

旅游目的地的规划理念

旅游目的地的构建策略

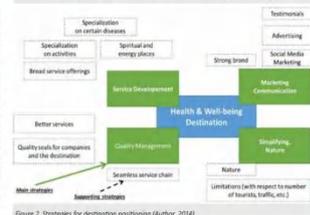


Figure 2. Strategies for destination positioning (Author, 2014)

# HSY

中医药健康养生旅游专题研究

# F 产品定位

## 全球健康养生旅游市场趋势不断更新

The latest trend gaining momentum in the market is **E**mergence of online wellness aggregators. Proliferation and the wide access to the Internet is a boon for this market as small online firms have been established that are focusing on aggregating information on wellness travel and accommodation. The use of the Internet to create an online repository and track user preferences are the upcoming trends in this market.

According to the report, one of the major drivers for this market is **I**ncrease in mental illness. Some common forms of mental illnesses include stress, fear, anxiety, depression, and insomnia. If not addressed in their early stages, they can adversely affect physical health and lead to chronic disorders such as obesity, diabetes, heart diseases, and cancer. **S**tress can be caused due to environmental pressures such as work, societal expectations, and monetary problems. Stress can have adverse effects on an individual's lifestyle and health. For instance, out of 100 individual, 20% of the adults in the US experience stress every year, and mood disorders such as depression and bipolar disorders are the third major cause of hospitalization in the country.

Further, the report states that one of the major factors hindering the growth of this market is **P**erception of wellness tourism as a luxury travel market. Wellness and recreational activities such as mineral spas, sports, and spiritual practices that involve personal rejuvenation are conceived as a market for the elite. People perceive that wellness facilities are charged in addition to the regular tariffs and are offered only by the luxury hotels. Although regional allowances are made for domestic travelers, international travelers expect the treatment in proportion to the cost of the wellness package.

### Market trends

- Emergence of online wellness aggregators
- Rise in solo trips for adventurous activities among millennials
- Emergence of airports with fitness amenities

### Other prominent vendors

- IHHR Hospitality (Ananda resort)
- Aroha Wellness Retreat
- Body and Soul Wellness Center
- BodySense
- Fitpacking
- Four Seasons Hotels
- Ganga Lifestyle Retreat
- Hilton
- Hyatt
- Kataya Kusumli
- MARRIOTT INTERNATIONAL
- MOUNTAIN TREK FITNESS RETREAT & HEALTH SPA
- Rancho La Puerta
- Wellness & Hormone Centers of America

### Key vendors

- AccorHotels
- Canyon Ranch
- IHG
- Red Carnation Hotels

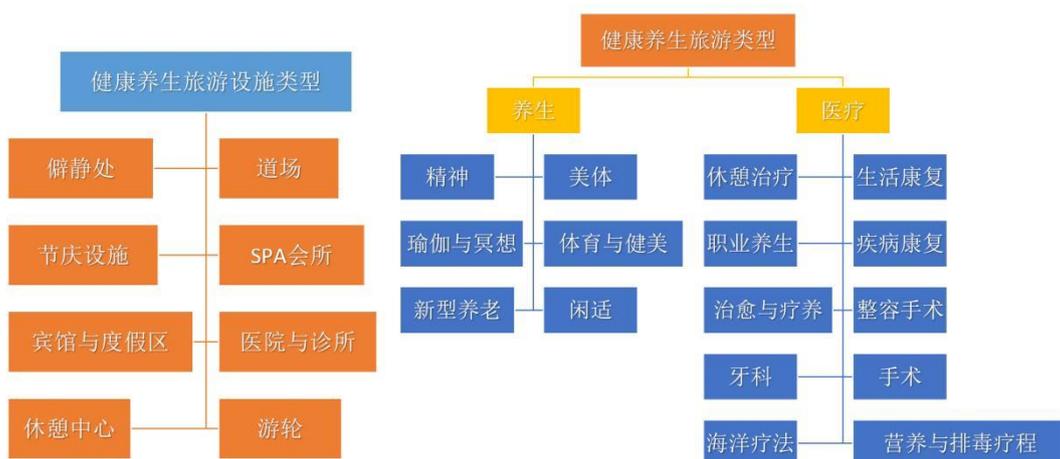
2017

## 发展健康养生旅游的关注重点与相关部门简介



## 健康养生旅游的产品与设施品类比传统旅游产品更丰富

健康养生旅游与医疗旅游不同，相关设施类型不仅限于医疗设施，与传统旅游的结合更加紧密。



## 健康养生旅游与传统旅游存在本质差异

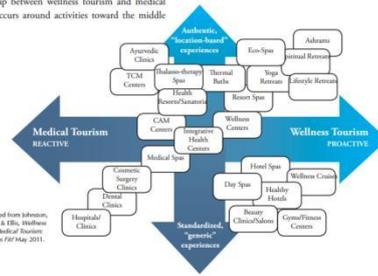
不健康旅游	健康旅游
<ul style="list-style-type: none"> <li>不健康与过量饮食</li> <li>旅游压力</li> <li>过量饮酒</li> <li>睡眠质量不佳</li> <li>影响健康发展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康生活</li> <li>回复活力&amp;放松</li> <li>意义&amp;链连接</li> <li>真实体验</li> <li>疾病预防&amp;管理</li> </ul>

养生目标旅游者：养生是旅游的唯一目标与动机因素对旅行与旅游目的地选择。  
 附带养生旅游者：在旅游途中顺便参与养身活动。

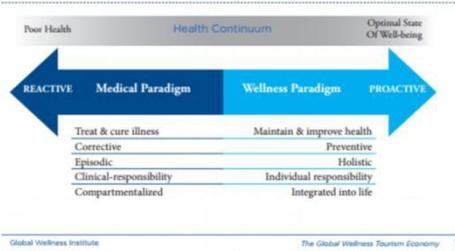
健康旅游比医疗旅游内容更多、并有所不同

活跃的	医疗模式	养生模式	积极主动的
	全球在岸市场 500-600亿美元	全球在岸市场 1390亿美元	
	Generally people who are sick.	Generally people who are healthy.	
	Travel to receive treatment for a diagnosed disease, ailment, or condition, or to seek enhancement.	Travel to maintain, manage, or improve health and well-being.	
	Motivated by desire for lower cost of care, higher quality care, better access to care, and/or care not available at home.	Motivated by desire for healthy living, disease prevention, stress reduction, management of poor lifestyle habits, and/or authentic experience.	
	Activities are reactive to illnesses, medically necessary, invasive, and/or overseen by a medical doctor.	Activities are proactive, voluntary, non-invasive, and non-medical in nature.	

The overlap between wellness tourism and medical tourism occurs around activities toward the middle



Graphic adapted from Johnson, Patrick, Smith & Ellis, Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do They Meet? (2011).



# HSY

中医药健康养生旅游专题研究

# G

## 产品开发

## 天地人和型旅游产品——人文生态

上卦 下卦	乾(天) 金	兑(泽) 金	离(火) 日	震(雷) 木	巽(风) 木	坎(水雨) 月	艮(山) 土	坤(地) 土	上卦 下卦	乾(天) 金	兑(泽) 金	离(火) 日	震(雷) 木	巽(风) 木	坎(水雨) 月	艮(山) 土	坤(地) 土
乾(天) 金	乾 (阳刚, 刚健)	夬 (泽上于天, 高天飞云)	大有 (离火丽日, 满天霞光)	大壮 (雷行于天, 强盛壮大)	小蓄 (天上起风, 满天风云, 强健如顺风而行)	需 (阴云在天, 艰险在前)	大蓄 (登高山而纵观天下大事)	泰 (大地之气相交, 小往大来)	巽(风) 木	姤 (天下起风, 阴渐长盛)	大过 (栋梁挠曲之象)	鼎 (木助火旺, 烹饪食物)	恒 (雷动风散, 阴阳比和)	巽 (柔和如春风, 随风而顺)	井 (木人水出, 提井水之象)	蛊 (山下有风, 风被山阻止不流通, 静止不动)	升 (木生于地中, 长而益高)
兑(泽) 金	履 (阳而有损, 刚中有险)	兑 (喜悦可见, 快乐照临人)	睽 (火炎于上, 泽睽于下)	归妹 (泽上有雷)	中孚 (泽上有风)	节 (河泽水满, 仍需节制节约用水, 水溢)	损 (山下有泽, 山高泽深)	临 (地下有洞穴, 有泉涌)	坎(水雨) 水	讼 (天下着雨, 上刚下险)	困 (河泽无水, 穷困)	未济 (火在水上, 二气不相交, 尚未成功)	解 (蛟龙得水, 坎险之中而动, 免险难)	涣 (木漂于水, 水面起风, 船行于水上)	坎 (渊深不测, 水道弯曲)	蒙 (山下有水, 山下有险)	师 (地下藏水)
离(火) 日	同人 (日挂中天, 照耀着天下旷野万物)	革 (离火煮水, 水火相息)	离 (离明两重, 光明绚丽)	丰 (雷电交作, 光明而动, 而获盛大硕果)	家人 (风自火出, 风助火势)	既济 (坎水在上, 离火在下, 水火相交, 二气相感)	贲 (山下有火, 万物披其光彩)	明夷 (光明入地中, 晦暗之象)	艮(山) 土	遁 (天高于上, 天下有山, 山运山人藏)	咸 (山塘水库, 火山山洞, 吊井)	旅 (山上有火)	小过 (高山露雷, 山大雷小)	渐 (山上草木渐长于山, 草木积而成山包草堆)	蹇 (高山流水, 坎在前, 艮止于后)	艮 (山外有山, 山相连)	谦 (地中藏有矿石宝藏)
震(雷) 木	无妄 (天下雷行, 晴天霹雳, 意外之外)	随 (泽中有雷)	噬嗑 (火得木生, 电闪雷鸣)	震 (重雷交叠, 相与往来)	益 (风雷交加, 损上益下)	屯 (木得天雨而沐之, 或雷雨交加)	颐 (外实内虚, 蕴动的火山)	复 (地震之卦, 一阳复气, 阳刚始生)	坤(地) 土	否 (天清在上, 地浊在下, 天地之气不相交, 闭塞不通)	萃 (泽于地上, 地上有坑洼水塘, 沟渠、井口)	晋 (前进, 光明, 离日自照)	豫 (平地一声雷, 或春雷一声, 震惊百里, 惊天动地)	观 (风行地上, 和风轻拂大地)	比 (地上有水渗透, 辅助互比)	剥 (高山附地, 高附于卑)	坤 (地道贤生)

## 环境疗养型旅游产品——自然生态

 天乾 火离	 天乾 火离	 天乾 火离	 天乾 火离	 天乾 火离	 天乾 火离
 雷震 风巽	 雷震 风巽	 雷震 风巽	 雷震 泽兑	 雷震 风巽	 风巽 水坎
 山艮 地坤	 水坎 泽兑	 水坎 泽兑	 山艮 地坤	 水坎 山艮	 泽兑 地坤
<b>地疗</b> • 氧疗、磁疗、日光浴 • 乡村、平原、高原、山丘	<b>水疗</b> • 淡温泉、氡泉、硫化氢泉、硅酸泉、碳酸氢钠泉、铁泉、碳酸泉 • 江河、湖泊	<b>海疗</b> • 温和的海滨气候，清新的海陆风环流，充足的日照、松软的海滩，渔产丰富、营养全面，气候宜人、有益身心 • 海滨	<b>氧疗</b> • 疗养身心、延长寿命，杀灭细菌、治疗疾病，降低噪声、调养生息，负氧离子的功效，绿色心理效应 • 森林、湿地	<b>心疗</b> • 修心养性，淡泊名利 • 佛寺、道观	<b>沙疗</b> • 全身沙疗，局部沙疗 • 沙漠、沙湖

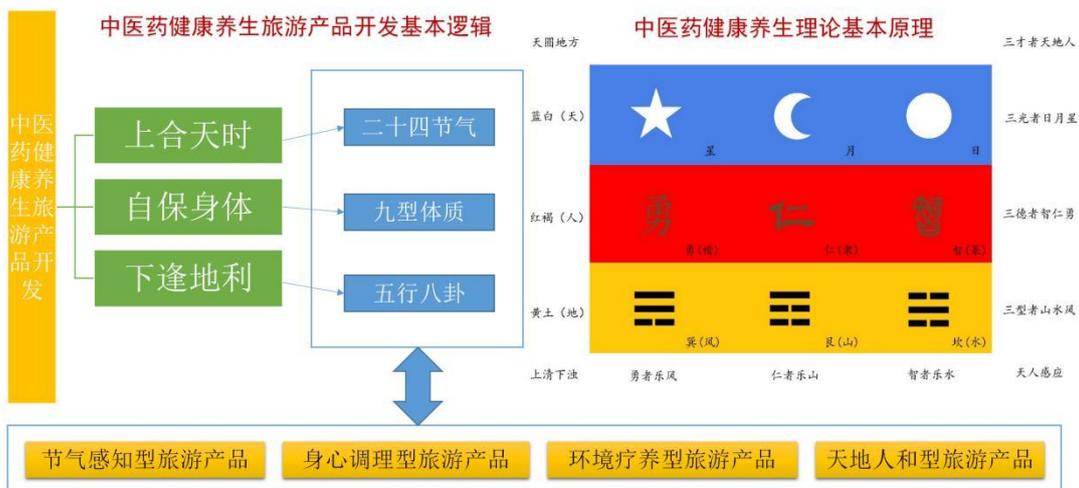
## 身心调理型旅游产品——医疗康复

体质名称	体质特性	养生特点
阳虚体质	畏寒怕冷	不伤不损养阳气
阴虚体质	缺水急躁	滋阴润津降虚火
痰湿体质		祛痰除湿消脂
湿热体质	长痘易怒	祛湿清“浊”利身
气郁体质	失眠忧郁	疏肝理气养神
气虚体质	反复感冒	健脾避风，养正气
血瘀体质	血脉不畅	疏肝活血散郁
特禀体质	易过敏	益气固表远离过敏
平和体质	形神和谐	养生博采“中庸之道”

## 节气感知型旅游产品——观光体验

节气名称	节气特征	养生要点	节气名称	节气特征	养生要点
<b>立春</b>	阳气生发，万物始生	注意保护阳气	<b>立秋</b>	从这一天开始，天高气爽，月明风清，气温由热逐渐下降	使志安宁，以缓秋刑，收敛神气，使秋气平；无外其志，使肺气清。
<b>雨水</b>	东风解冻，冰雪皆散而为水，化而为雨	雨水节气“调养脾胃”	<b>处暑</b>	炎热的气候已接近尾声，早晚温度低，白天气温高	
<b>惊蛰</b>	雷鸣动，蛰虫皆震起而出		<b>白露</b>	从这一天起，露水一天比一天凝重成露	凉爽季节的开始，忌风雨
<b>春分</b>	阴阳相半也。故昼夜均而寒暑平	保持人体的阴阳平衡状态	<b>秋分</b>	南北两半球昼夜均分，又适当秋之半	本着阴阳平衡的规律
<b>清明</b>	万物洁显而清明，盖时当气清景明		<b>寒露</b>	立，建始也，冬，终也，万物收藏也	扰乎阳，早卧晚起，必待日光
<b>谷雨</b>	雨水生百谷	空气中的湿度逐渐加大，注意保养	<b>霜降</b>	气渐冷、开始降霜	
<b>立夏</b>	万物至此皆长大，故名立夏	注重对心脏的特别养护	<b>立冬</b>	冬季自此开始	顺应自然界闭藏之规律，以敛阴护阳为根本
<b>小满</b>	万物长于此少得盈满，麦至此方小满而未全熟	注重“未病先防”	<b>小雪</b>	斯时天已积阴，寒未深而雪未大，故名小雪	虚邪贼风，避之有时；恬淡虚无，真气从之，精神内守，病安从来
<b>芒种</b>	是最适合播种有芒的谷类作物，如晚谷、黍、稷等	在精神调养上应该使自己的精神保持轻松、愉快的状态，恼怒忧郁不可有，这样气机得以宣畅，通泄得以自如	<b>大雪</b>	大者盛也，至此而雪盛也	
<b>夏至</b>	北半球一年中白昼最长的一天	顺应夏季阳盛于外的特点，注意保护阳气，着眼于一个“长”字	<b>冬至</b>	从冬至开始，生命活动开始由盛转衰，由动转静	科学养生有助于保证旺盛的精力而防早衰
<b>小暑</b>	气已经很热，但还不到最热的时候，所以叫小暑	按五脏主时，夏季为心所主而顾护心阳，平心静气，确保心脏机能的旺盛	<b>小寒</b>	冷成冰团	合理进补，因人施膳
<b>大暑</b>	一年中最热的节气	阳气最盛的时节，冬病夏治	<b>大寒</b>	不像大雪到冬至、小寒期间那样酷冷，但仍处于寒冷时期	大寒大寒，防风御寒

## “天时+地利+人和” —— 中医药健康养生旅游产品开发



HSY

中医药健康养生旅游专题研究

H  
开发模式

## 广东中医药博物馆

主要功能 **观光 + 科普 + 教育 + 体验**

专业博物馆

节气感知型旅游产品

核心资源 **完整医药库藏 + 著名高校**

医史文物5000余件，中药标本2400多种1万多份，室外药圃栽种中草药2200多种。

广东中医药大学



成功经验 **专业机构 + 资源丰富 + 体验活动**

国内乃至全世界最专业的中医药研究高校

藏品品类齐全，政策与资金充裕

“巧手分阴阳”、“闻香识药”以及“耳穴体验”

依托高校等研究机构设立的博物馆，专业性强且教育科普能力卓越，但呈现形式难免单调，体验活动类型有限，不利于旅游产品的开发与打造。

## 浙江武义寿仙谷有机国药养生园

主要功能 **餐饮 + 观光 + 体验 + 科普 + 休闲**

我国铁皮石斛与灵芝等名贵药材的主要生产基地之一

身心调理型旅游产品  
节气感知型旅游产品

核心资源 **专利加工技术 + 特级药材 + 品牌价值**

国家专利、行业标准、世界顶级

环境适宜，种植技术成熟

通过各类国际国内认证，长期畅销，药效卓越



成功经验 **产业基础雄厚 + 自然环境优越 + 人脉丰富 + 全产业链拓展**

产品成为国内十几年来中药老字号的热销产品

生产厂区自然环境优越，有利于开发旅游

名流显贵纷纷造访，络绎不绝，资源丰富

包含种植园、百草园、体验园、科普区、展销区餐饮区、养生馆

成功的中药材生产企业打造全产业链的典范，但中医药核心技术的提升需要长期积淀，难以简单复制，且在全产业链拓展过程中，需要大量优质资源同时介入，需要庞大的影响力与运筹能力。

## 海南省三亚市中医院



依托国家医疗资源开发旅游产品，政策优惠丰厚，但存在诸多体制壁垒，且长期服务海内外高端人群的营销方式导致与民间旅行社的缺乏互动。

## 杭州市中医院广兴堂国医馆



特别适合于老城区文保建筑开发利用，满足广大市民丰富的养生文化消费需求，并将文化扎根于市井，但面临人口流动性大，经营主体多元，场馆管理复杂等情况，如何长期保证产品品质成为难点。

## 南京中医药大学国医堂



属于典型医疗资源+资本的开发范例，高投入决定了产品服务于中高端人群，大众旅游产品难以开发，资金链与现金流成为制约民营资本的决定性因素。

## 北京市鼓楼中医医院京城名医馆



无法复制的政府帮扶发展模式，无论是医疗资源还是政策资源均属国家特级；盈利模式单一且缺乏改变动力，长期服务高端人群，难以开发成为大众旅游产品。

## 广西省巴马瑶族自治县

主要功能

养生 + 观光 + 体验

养生宝地

节气感知型旅游产品  
天地人和型旅游产品

核心资源

优越自然环境 + 长寿之乡

阳光、空气、水、地磁场的品质达到世界顶级

全国前五名



成功经验

开发与保护并重 + 政策帮扶 + 旅游外交 + 举办大型节庆

优良自然资源保护与开发并重，注重可持续发展

自治区政府出面全力支持相关建设工作

借重区位优势，与东盟各国定期举办养生旅游交流会议

开展各类旅游节、晚会、大典、比赛、庙会、论坛等活动，保障民生经济

属于全域旅游开发层级的大规模旅游区建设，特殊的高品质资源难以复制，且长期形成的旅游外交传统持续巩固了产品地位与品牌认可度。

## 项目介绍

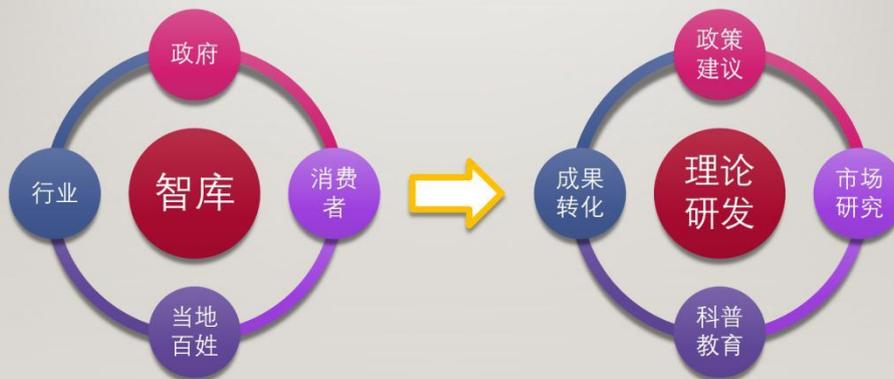
# 中医药健康旅游发展专题研究

研究员 侯善元

## 组织研究——基本原则

- 重实质不重形式
- 重视应用型成果

## 预期成果——研究思路



## 研究过程——注意事项

---

- 避免抽象的理论研究
- 避免脱离具体病种研究
- 避免脱离具体疗养区研究
- 避免短期内无法验证的自然环境研究

## 研究结论——预期成果

---

- 准确描述中医药健康旅游发展的市场潜力、消费特征以及产品开发特征。
- 构建“旅游+”中医药“治未病”的产业链格局，确立中医药健康旅游作为中医“治未病”的主要载体地位。
- 构建涵盖中医药健康旅游投融资、建造、运营、管理等各个环节的发展模式，打造面向市场的技术、资金、人才融合创新平台，促进“旅游+”中医药“治未病”产业体系形成全方位现代化的发展路径。

## 研究结论——关键假设

- ◆ 特定自然环境对于特定人群病症具有**特效疗愈作用**。
- ◆ 中医理论能够**有效解释**特定人群健康与特定自然生态环境的**内在联系**。
- ◆ 现代疗养学与现代医学能够**从现代科学视角证明**中医学中“天人感应”理论的**实用性**。

## 理论研究——研究步骤



## 理论研究——关键环节

### 自然环境 中医学解释

- ⑩ 天时节气与阴阳五行
- ⑩ 地理环境与十二经脉
- ⑩ 地理环境与五脏六腑
- ⑩ 地理环境与骨肉筋皮

### 天人感应 疗养学解释

- ⑩ 中医诊疗学的环境分析
- ⑩ 中医养生学的环境分析
- ⑩ 现代疗养学的实证研究

### 自然环境 中医学运用

- ⑩ 特定疾病的疗养环境与时令选择
- ⑩ 特定体质的疗养环境与时令选择
- ⑩ 特定人群的疗养环境与时令选择

## 社会研究——科普教育

### 当地百姓科普教育



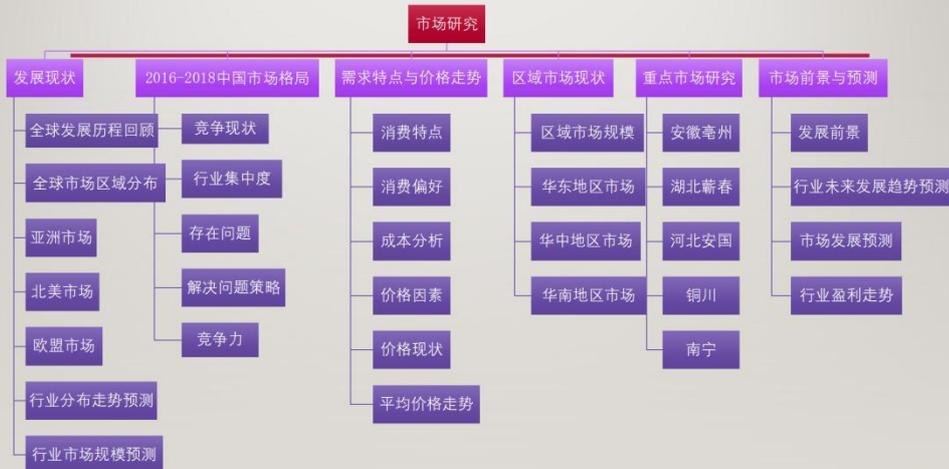
# 政策研究——政策建议



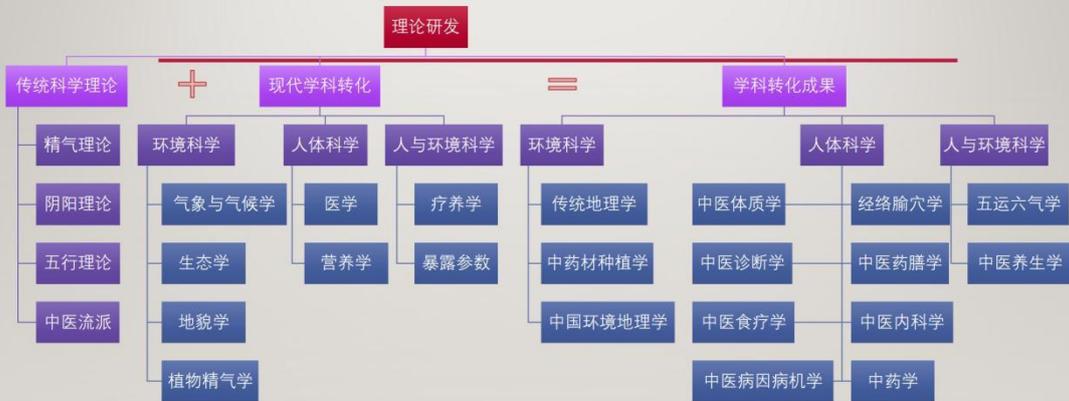
# 行业研究——成果转化



# 消费研究——市场研究



# 研究核心——理论研发



## 理论基础——相关研究

卫生部门

- 国际医疗旅游

林业部门

- 森林康养旅游
- 温泉疗养旅游

地方中医药  
管理局

- 中医药文化旅游
- 中医药养生旅游
- 中医药科普旅游

## 理论基础——天人感应

# 内经、易经

四气  
调神  
大论  
篇

生气  
通天  
论篇

金匱  
真言  
论篇

阴阳  
象论  
大篇

阴阳  
离合  
论篇

六节  
藏象  
论篇

异法  
方宜  
论篇

移精  
变气  
论篇

## 研究创新——研究动机

- 当前，我国保护生态环境的主要目的是**治理环境污染与执行国家政策**。
- 生态资源的**开发式保护动机**严重缺乏，特别是在生态资源极其丰富的内陆地区，生态资源保护长期缺乏资金保障与产业支持，仅靠国家投入将难以为继。
- 所谓“**绿水青山就是金山银山**”，主要是指优良的生态资源能够有效提升**经济发达地区**或大型城市的区域形象与土地价值。
- 在**边远地区**，生态资源保护**难以有效转化为生产力**，对生态资源的直接消耗与开采等产业活动难以避免（开采、挖掘、砍伐等）。
- **中医药健康旅游**为我国边远地区乃至全世界提供了巨大的**可持续发展机会**。

## 研究价值——实用价值

### ● 吸引人才

拓宽相关专业毕业生就业、创业渠道，吸纳各类旅游规划、建设、运营、管理人才涉足中医药领域，为广大乡村中医药从业人员提供就业机会。

### ● 拓展产业链

提升中医药在城乡全域旅游中的经济规模、业态类型与服务质量，拓宽中医药的消费与投资渠道。

### ● 鼓励产业融合

促进中医与多学科、多领域交叉融合，在常规旅游业态中导入中医药膳、康复、中草药种植、针灸、推拿等传统优势项目，将中医药与现代服务业体系全面对接。

## 研究价值——实用价值

---

### ● 助推国家战略

促进**文化复兴**战略、**乡村振兴**战略、**健康中国**战略等多条国家战略落地生根。

### ● 落实“治未病”

缓解“治已病”资源紧缺情况，促进医养结合，并成为主动干预社会亚健康问题的有效手段。

### ● 扩大影响力

促进中医药健康常识向全社会乃至全世界推广营销，将中医药打造成名副其实的国家品牌。

## 研究背景——产业需求

---

### ● 现代医疗体系发展转变

➢ 从发展医疗服务向构建大健康产业链转变

➢ 从政府主导向全社会广泛参与转变

● 目前中医药的消费与投资渠道非常狭窄，中医药产业链的支柱门类是医疗服务以及医药器械的研发、加工与销售

● 发展中医药健康旅游有利于壮大中医药产业链

## 研究背景——社会需求

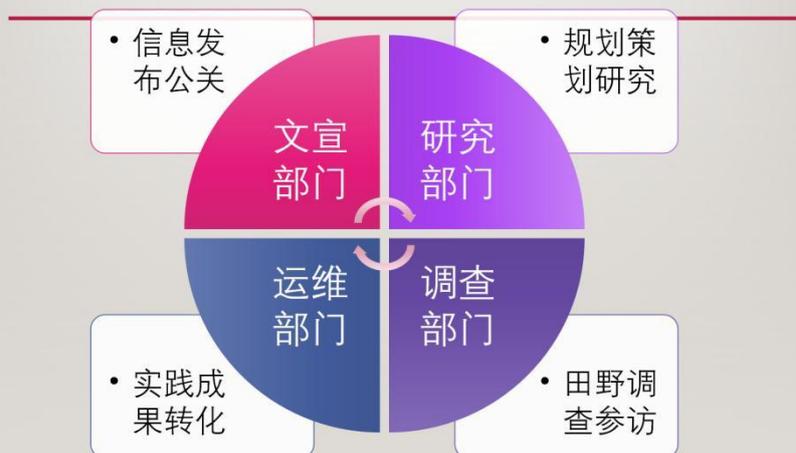
- 社会主流健康需求转变

- 从以治疗疾病为中心向以保持健康为中心转变
- 从单纯依赖医药治疗向预防、治疗、康复、养生综合施策转变

- 中医以“治未病”为主要特色

- 符合当代健康产业的发展需求
- 有利于满足主流社会的健康需求

## 研究部门——组织结构



## 研究项目实施计划

### 部门

- 组织结构、A
- 运作原则、B

### 人员

- 人员选择、C
- 权利义务、D

### 经费

- 经费来源、E
- 开支计划、F

### 时间

- 进度安排、G
- 活动频次、H

## 完整研究——项目开支

项目名称	数额	时间
基础理论研发	X万元	6月
既有疗养区监测	X万元	3月
新项目环境监测	X万元	3月
病患数据验证监测	X万元	3月

## 研究其他相关需求

需求内容	优先选项
选择研究场所	北京、南京
招募合作研究员	南京、北京、上海
拓宽经费来源	国社科、省社科、 文旅部、教育部、自费
寻找落地项目	自选
招募特定病患	自选、南京、北京 上海
注册与分享知识产权	南京、北京、上海

## 研究计划——人员选择

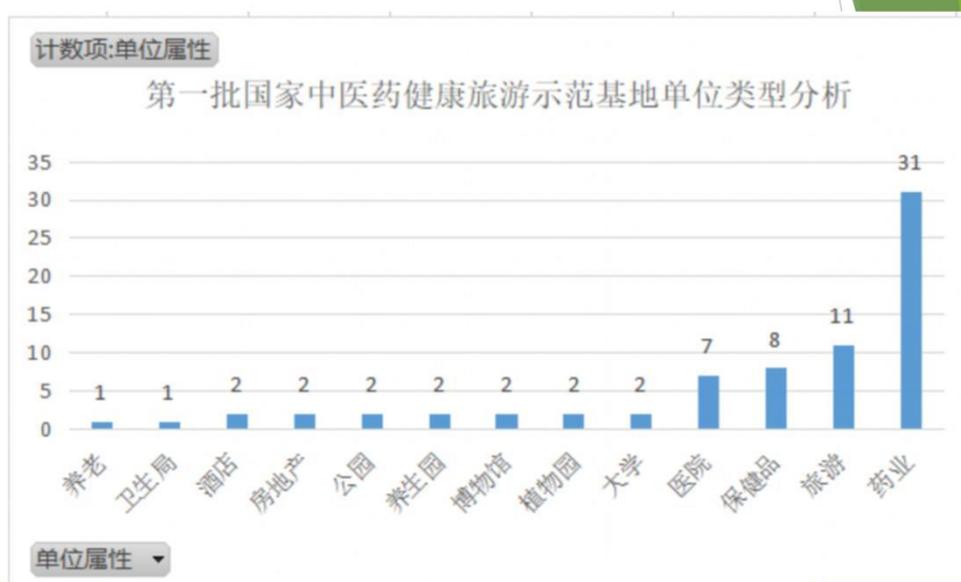
部门名称	知识要求	能力要求
研究部门	旅游学、中医学、 环境学、药膳学	理论研究 政策调查
调查部门	监测学、统计学	数据采集
运维部门	管理学、经济学	企业、NGO
文宣部门	新闻学	融媒体

## 国内案例

# 国内既有康养文旅案例研究

侯善元

## 国家示范区/示范基地





广东	广州神农草堂中医药博物馆	广州白云山和记黄埔中药有限公司	药业	广东省广州市白云区沙太北路389号
广东	广东罗浮山风景名胜区	广东省罗浮山风景名胜区管理委员会	旅游	广东省惠州市博罗县
广西	广西药用植物园	广西壮族自治区药用植物园	植物园	广西壮族自治区南宁市兴宁区
广西	广西信和信桂林国际智慧产业园	桂林信和信健康养老产业投资有限公司	养老	广西壮族自治区桂林市七星区五里店路8-1号
海南	海南三亚市中医院	三亚市中医院	医院	海南省三亚市凤凰路106
海南	海南海口文山沉香文化产业园	海南耀江沉香文化产业有限公司	药业	海南省海口市秀英区滨海大道189-1号泰达天海国际三号地商辅(二区)第1层商辅1
重庆	重庆药物种植研究所	重庆市药物种植研究所	药业	重庆市南川区佛山东路
重庆	重庆金阳映像中医药健康旅游城	重庆金阳房地产开发有限公司	房地产	重庆市南岸区南坪西路68号-附14号
四川	四川千草康养文化产业园	四川千草生物技术股份有限公司	保健品	四川省内江市东兴区星光街
四川	四川成都龙泉健康科技旅游示范中心	成都经开科技产业孵化有限公司; 四川省中医药科学院	大学	四川省成都市龙泉驿区
四川	四川花城本草健康产业国际博览园	四川德鑫源现代中药技术开发有限公司	药业	绵阳市安州区花荪镇柏杨村二组
贵州	贵州大健康中国行普定孵化基地	贵州雍氏置业有限公司	房地产	贵州省安顺市普定县城关镇安织公路旁
贵州	贵州百鸟河中医药旅游度假养生谷	贵州云康投资管理有限公司	旅游	贵州省铜仁市玉屏侗族自治县龙凤大道
云南	云南白药大健康产业园	云南白药集团股份有限公司	药业	云南省昆明市呈贡区
云南	云南杏林大观园	昆明杏林大观园旅游开发有限公司	旅游	云南省昆明市石林彝族自治县黑龙潭路
西藏	西藏白玛曲秘藏医外治诊疗康复度假村	西藏宇安文化发展有限公司	药业	西藏自治区拉萨市堆龙德庆县
西藏	西藏拉萨净土健康产业观光园	曲水秋色才纳净土文化旅游有限公司	旅游	西藏自治区拉萨市曲水县Y136(津贝路)
陕西	陕西秦岭药王茶文化产业园	宝鸡市陕西太白山天然植物开发有限公司	药业	陕西省宝鸡市眉县2017(汤峪一级公路)

江西	江西婺源文化与生态旅游区	婺源文化与生态旅游区管委会	旅游	江西省上饶市婺源县文博路46号
山东	山东东阿阿胶世界	东阿阿胶股份有限公司	保健品	山东省聊城市东阿县工业街
山东	山东庆云养生基地	山东沃森农业科技有限公司	药业	山东省德州市庆云县
山东	山东台儿庄古城	山东省台儿庄古城旅游集团有限公司	旅游	山东省枣庄市台儿庄区繁荣街
山东	山东华茂集团	山东华茂集团有限公司临朐县中医院	医院	山东省潍坊市临朐县创新路
河南	河南焦作保和堂瑞祥现代农业科技园	保和堂(焦作)制药有限公司	药业	河南省焦作市温县S237
河南	河南开封大宋中医药文化养生园	开封市中医院	医院	河南省开封市开封市财政厅东街54号
湖北	湖北咸丰县中医院	咸丰县中医院	医院	湖北省恩施土家族苗族自治州咸丰县红旗路18号
湖北	湖北浩宇康宁康复休闲颐养产业基地	浩宇康宁健康科技(湖北)有限公司	药业	仙桃市三伏潭镇发展大道东段5号
湖南	湖南龙山康养基地	湖南涟源龙山国家森林公园管理处	公园	湖南省娄底市涟源市
湖南	湖南永州异蛇生态文化产业园	永州市异蛇科技实业有限公司	药业	湖南省长沙市雨花区中意一路506号
湖南	湖南九芝堂中医药养生及文化科普基地	九芝堂股份有限公司	药业	湖南省长沙市岳麓区桐梓坡路
广东	广州神农草堂中医药博物馆	广州白云山和记黄埔中药有限公司	药业	广东省广州市白云区沙太北路389号
广东	广东罗浮山风景名胜景区	广东省罗浮山风景名胜景区管理委员会	旅游	广东省惠州市博罗县
广西	广西药用植物园	广西壮族自治区药用植物园	植物园	广西壮族自治区南宁市兴宁区
广西	广西信和信桂林国际智慧产业园	桂林信和信健康养老产业投资有限公司	养老	广西壮族自治区桂林市七星区五里店路8-1号
海南	海南三亚市中医院	三亚市中医院	医院	海南省三亚市凤凰路106
海南	海南海口文山沉香文化产业园	海南耀江沉香文化产业园有限公司	药业	海南省海口市秀英区滨海大道189-1号泰达天海国际三号地商辅(二区)第1层商辅1

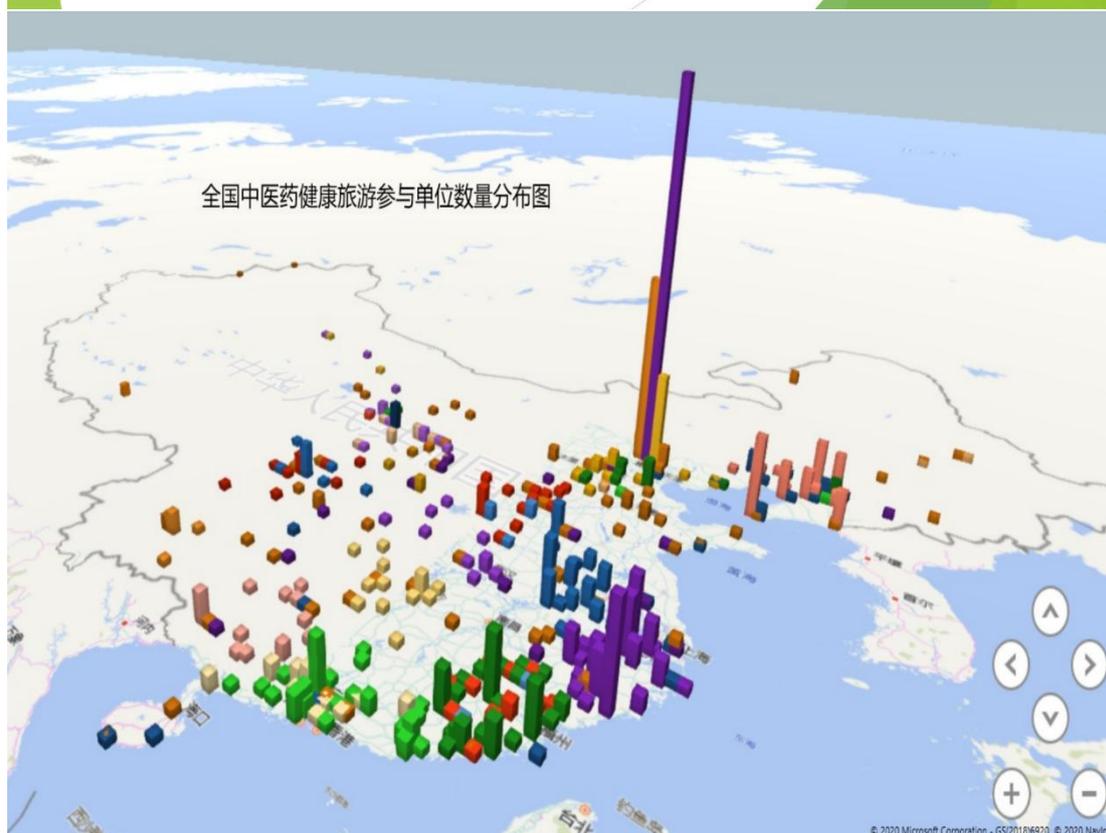
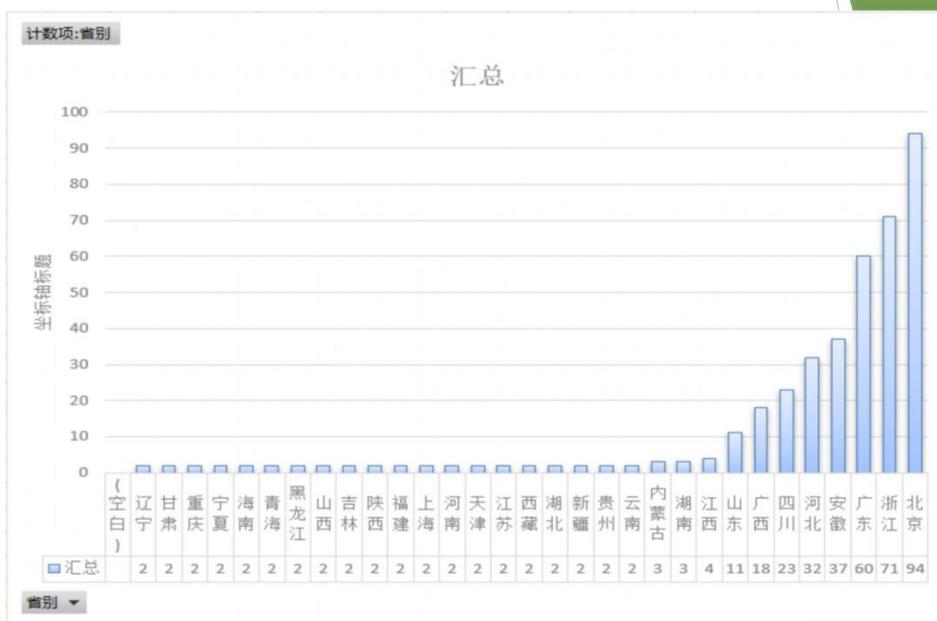
吉林	吉林盛世华鑫林下参旅游基地	吉林省盛世华鑫生物科技有限公司	保健品	吉林省长春市高新区盛北大街3333号北湖科技园产业一期A4栋
黑龙江	黑龙江中国北药园	黑龙江中医药大学	大学	黑龙江省哈尔滨市香坊区和平路24号
黑龙江	黑龙江伊春桃山玉温泉森林康养基地	伊春桃山温泉酒店有限责任公司	酒店	黑龙江省伊春市乌马河区
上海	上海益大中医药健康服务创意园	上海康桥中药饮片有限公司	药业	上海市浦东新区
上海	上海中医药博物馆	上海中医药博物馆	博物馆	上海市浦东新区蔡伦路
江苏	江苏句容茅山康缘中华养生谷	江苏康缘健康管理有限公司	旅游	江苏省淮安市盱眙县都梁大道
江苏	江苏苏州李良济中医药体验中心	苏州市天灵中药饮片有限公司	药业	江苏省苏州市虎丘区嵩山路218
浙江	浙江佐力郡安里中医药养生体验园	浙江佐力药业股份有限公司	药业	浙江省湖州市德清县武康镇志远路388号
浙江	浙江龙泉灵芝产业基地	浙江龙泉正大生物科技有限公司	保健品	浙江省丽水市龙泉市S53(龙窑路)
安徽	安徽霍山大别山药库	天下泽雨生物科技发展有限公司	保健品	安徽省六安市霍山县
安徽	安徽潜口太极养生小镇	黄山太极文化有限公司	旅游	安徽省黄山市黄山区
安徽	安徽亳州华佗故里文化旅游基地	亳州文化旅游发展有限责任公司	旅游	安徽省亳州市谯城区西一环路辅路
安徽	安徽丫山风景区	丫山花海石林旅游股份有限公司	旅游	安徽省芜湖市南陵县何湾镇丫山街道
福建	福建厦门青礁慈济宫景区	厦门海沧旅游投资集团有限公司	旅游	福建省厦门市海沧区嵩屿东路99号
福建	福建漳州片仔癀产业博览园	漳州片仔癀药业股份有限公司	药业	福建省漳州市芗城区南山路
江西	江西新余悦新养老产业示范基地	江西青春康源集团有限公司	药业	江西省新余市分宜县丹桂路
江西	江西德兴国际中医药健康旅游产业基地	江西天海科技发展有限公司	药业	江西省德兴市天海路1号
江西	江西黎川国医研中医药健康旅游示范基地	北京国医研医药技术开发有限公司	药业	北京市朝阳区东土城路8号B-3-F
江西	江西婺源文化与生态旅游区	婺源文化与生态旅游区管委会	旅游	江西省上饶市婺源县文博路46号

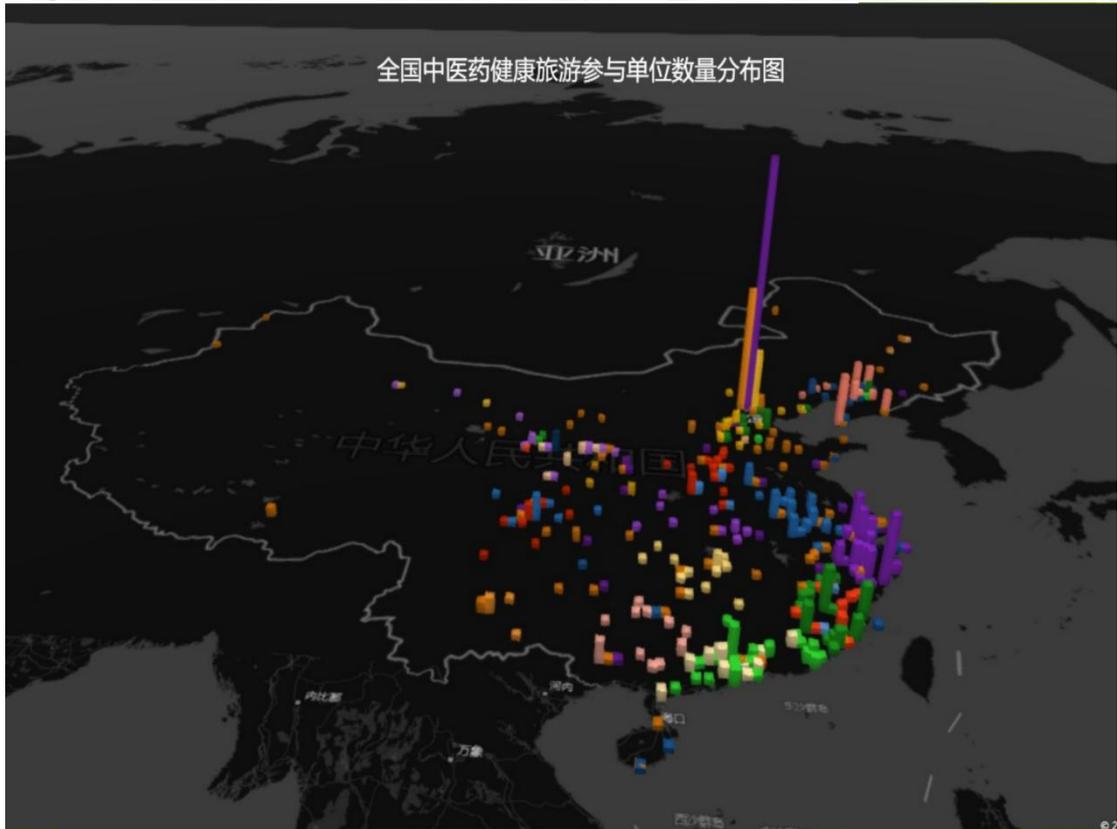
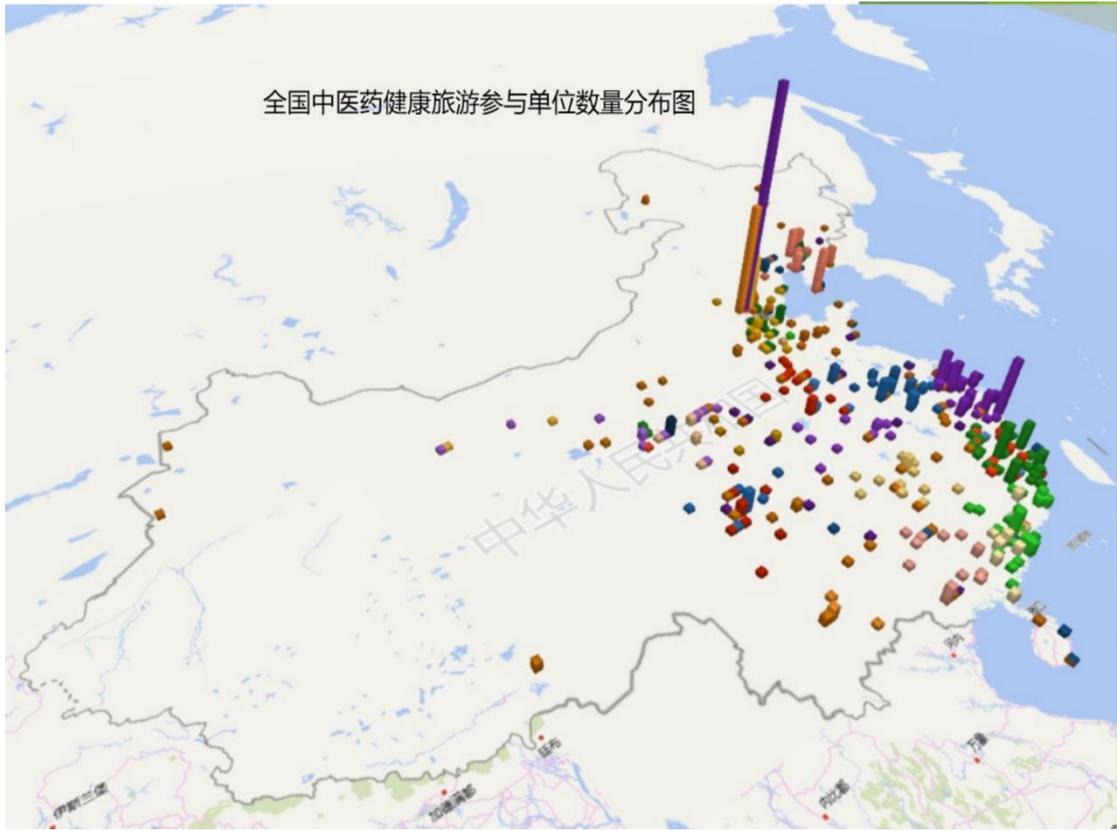
北京	北京昌平中医药文化博览园	北京国开卧虎山庄健康管理有限公司	养生园	北京市石景山区鲁谷路110号
北京	北京潭柘寺中医药健康旅游产业园	北京鸿博华康中医药科技有限公司	药业	北京市大兴区通黄路内8号
北京	中国医学科学院药用植物园	中国医学科学院药用植物研究所(北京药用植物园)	植物园	北京市海淀区马连洼北路119号
天津	天津天士力大健康城	天士力控股集团有限公司	药业	天津市北辰区高新大道76号
天津	天津乐家老铺沽上药酒工坊	天津市达仁堂京万红药业有限公司	药业	天津市西青区大明道19号
河北	河北金木国际产业园	金木集团有限公司	药业	安国市中药产业园区金木大街8号
河北	河北以岭健康城	以岭健康城科技有限公司	药业	石家庄高新区天山大街238号
河北	河北新绎七修酒店	新绎七修酒店管理有限公司	酒店	廊坊开发区友谊路
山西	山西红杉药业有限公司	山西红杉药业有限责任公司	药业	山西省晋中市榆次区汇通北路辅路
山西	山西广誉远国药有限公司	山西广誉远国药有限公司	药业	山西省晋中市太谷县新建路167号
内蒙古	内蒙古鄂托克前旗阿吉泰健康养生园	鄂尔多斯鄂托克前旗阿吉泰健康养生园	养生园	内蒙古自治区鄂尔多斯市鄂托克前旗
内蒙古	内蒙古呼伦贝尔蒙医药医院	呼伦贝尔市蒙医药医院	医院	内蒙古自治区呼伦贝尔市海拉尔区
内蒙古	内蒙古呼伦贝尔蒙古之源蒙医药原生态旅游景区	呼伦贝尔蒙古之源旅游开发有限公司	公园	内蒙古自治区呼伦贝尔市海拉尔区建华路
辽宁	辽宁大连普兰店区博元聚中医药产业基地	博元聚中医药产业(大连)有限公司	药业	辽宁省大连市沙河口区河川街33号
辽宁	辽宁天桥沟森林公园	参仙源参业股份有限公司	保健品	辽宁省丹东市宽甸满族自治县
吉林	吉林长白山一山一蓝康养旅游基地	长白山保护开发区一山一蓝天然健康品有限公司	保健品	池北区白山大街
吉林	吉林盛世华鑫林下参旅游基地	吉林省盛世华鑫生物科技有限公司	保健品	吉林省长春市高新区盛北大街3333号北湖科技园产业一期A4栋

陕西	中国秦岭乾坤抗衰老中医药养生小镇	西咸新区陕西大秦岭实业有限公司	药业	陕西省咸阳市秦都区
甘肃	甘肃灵台县皇甫谧文化园	灵台县卫生和计划生育局	卫生局	甘肃省平凉市灵台县东大街81号
甘肃	甘肃庆阳岐黄中医药文化博物馆	庆阳岐黄中医药文化博物馆	博物馆	甘肃省庆阳市庆城县
青海	青海祁连鹿场	祁连县祁连山半野生鹿业基地有限公司	药业	青海省海北藏族自治州祁连县
青海	青海省藏医院	青海省藏医院	医院	青海省西宁市城东区
宁夏	宁夏朝天雀枸杞茶博园	宁夏杞芽食品科技有限公司	保健品	宁夏回族自治区中卫市中宁县
宁夏	宁夏银川闽宁镇覆盆子健康养生产业基地	宁夏青禾农牧科技开发有限公司	药业	宁夏回族自治区中卫市沙坡头区鼓楼南街
新疆	新疆昭苏县中医院	昭苏县中医医院	医院	新疆维吾尔自治区伊犁哈萨克自治州昭苏县乌孙路
新疆	新疆裕民农展红花种植基地	新疆宏展特色农业科技开发有限公司	药业	新疆塔城地区裕民县一区环城路

北京	北京东城国家中医药健康旅游示范
河北	河北安国国家中医药健康旅游示范
山西	山西平顺国家中医药健康旅游示范
吉林	吉林通化国家中医药健康旅游示范
上海	上海浦东国家中医药健康旅游示范
江苏	江苏泰州国家中医药健康旅游示范
安徽	安徽亳州国家中医药健康旅游示范
江西	江西上饶国家中医药健康旅游示范
山东	山东日照国家中医药健康旅游示范
湖北	湖北蕲春国家中医药健康旅游示范
广西	广西南宁国家中医药健康旅游示范
重庆	重庆南川国家中医药健康旅游示范
四川	四川都江堰国家中医药健康旅游示
贵州	贵州黔东南国家中医药健康旅游示
陕西	陕西铜川国家中医药健康旅游示范

## 各级示范区/示范基地





北京	省级	2012	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	大兴区安定镇御林古桑园
北京	省级	2012	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	门头沟黄草岭风景区黄草岭种植基地
北京	省级	2012	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	门头沟灵之秀东佛山风景区黄草岭种植基地
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	中国中医科学院广安门医院
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京中医药大学东直门医院
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京中医药大学东方医院
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京同仁堂大柵栏老药铺
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京同仁堂贤良祠药店
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京同仁堂御苑福膳
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京市平谷区德秀山庄
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京正欣堂中医诊所
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京平心堂富阳中门诊部
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京广阳博海医院
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京中研万康中医医院
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京弘医堂中医医院
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	河北省安国市中医院
北京	省级	2015	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	河北省霸州茗汤温泉养生度假村
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	中国中医科学院西苑医院
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京零号健康管理中心有限公司(同仁堂零号健康管理中心)
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京十三陵药王谷农业科技有限公司
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京金隅凤山温泉度假村有限公司
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京华耀药业有限公司(北京华耀中药炮制技术博物馆)
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京龙脉温泉疗养院
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京云梦仙境旅游开发有限公司
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	首都医科大学附属北京康民医院联合北京市八大处公园管理处、石泉山区慈惠寺文物保管所
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京绿普为园花卉科技有限公司(北京乡土花草大世界)
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京广誉远展览有限公司(北京广誉远中医药博物馆)
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京草根堂种植养殖专业合作社
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京正安康健医药科技发展有限公司
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京时珍堂药业有限公司(北京时珍堂中医药博物馆)
北京	省级	2019	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京四方中药饮片有限公司(北京四方中医药博物馆)
广东	省级	2015	龙川县	广东省中医药文化养生旅游示范基地	114.25486	23.72763	龙川县派温泉度假村有限公司
广东	省级	2015	中山市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.3926	22.51595	中山市卓旗山庄
广东	省级	2015	江门市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.11103	22.56028	江门市新会陈村市场有限公司
广东	省级	2015	江门市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.11103	22.56028	广东古兜旅游集团有限公司
广东	省级	2015	江门市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.11103	22.56028	江门市新会龙泉度假村有限公司
广东	省级	2015	恩平市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	112.30532	22.18294	恩平山泉湾温泉酒店有限公司
广东	省级	2015	肇庆市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	112.56706	23.15815	广东省肇庆市高要区回龙镇经济发展总公司
广东	省级	2015	潮州市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	116.6341447	23.65881426	潮安东山湖温泉度假村
广东	省级	2015	潮州市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	116.6341447	23.65881426	潮州市紫莲森林度假村有限公司
广东	省级	2015	揭阳市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	116.41211	23.56606	揭西县京明温泉度假村有限公司
广东	省级	2015	揭阳市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	116.41211	23.56606	广东望天湖现代农业科技有限公司
广东	省级	2015	云浮市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	112.00324	22.920912	金水台温泉度假村
广东	省级	2015	广州市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	113.27324	23.15792	广州市岭南中草药博览园有限公司
广东	省级	2015	广州市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	113.27324	23.15792	广州食养坊饮食有限公司
广东	省级	2015	广州市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	113.27324	23.15792	广州同康药业有限公司
广东	省级	2015	深圳市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	114.0698476	22.54568019	广东大北山中药园生物有限公司
广东	省级	2015	河源市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	114.70246	23.73417	河源县泰丰农业科技有限公司
广东	省级	2015	梅州市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	116.11699	24.30996	广东东湖温泉度假酒店
广东	省级	2015	梅州市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	116.11699	24.30996	梅州市南秀峰健康产业产业园有限公司
广东	省级	2015	惠州市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	114.38257	23.08464	龙门溪谷度假村有限公司
广东	省级	2015	东莞市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	113.75179	23.02067	东莞松山湖中医学门诊部
广东	省级	2015	江门市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	113.11103	22.56028	江门市宝润生物科技有限公司
广东	省级	2015	江门市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	113.11103	22.56028	江门市禾盛生物技术公司
广东	省级	2015	湛江市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	110.36534	21.26624	湛江市中医学楼
广东	省级	2015	湛江市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	110.36534	21.26624	广东炭之家保健旅游有限公司
广东	省级	2015	肇庆市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	112.56706	23.15815	怀集福源药业有限公司
广东	省级	2015	肇庆市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	112.56706	23.15815	高要市正域旅游开发有限公司
广东	省级	2015	清远市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	113.06269	23.69795	清远市大贵山农业发展有限公司
广东	省级	2015	罗定市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	111.57004	22.7683	罗定市浩良香料有限公司
广东	省级	2015	罗定市	广东省中医药文化养生旅游建设单位	111.57004	22.7683	华石镇华富农产品(霸王中草药)专业合作社
北京	省级	2011	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京中医药大学中药博物馆
北京	省级	2011	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京御生堂中药博物馆
北京	省级	2011	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	中国中医科学院古谱珍藏部
北京	省级	2011	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	中国医学科学院药用植物研究所药用植物园
北京	省级	2011	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京市中医学临床中药标本馆
北京	省级	2011	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京市药植中医药园京城名馆
北京	省级	2011	北京市	北京中医药文化旅游示范基地	116.4125544	39.90756917	北京博爱堂中医医院汉代医药文化馆

河北	省级	2018	张家口	河北中医药健康旅游示范基地建设单位	115.282349	40.974758	张家口奥化达部落原乡小镇
河北	省级	2018	安国市	河北中医药健康旅游示范基地建设单位	115.3225201	38.41845	安国药王庙文化景区
河北	省级	2018	北戴河	河北中医药健康旅游示范基地建设单位	119.4859533	39.83348817	河北省医疗气功医院
河北	省级	2018	定州市	河北中医药健康旅游示范基地建设单位	114.99025	38.51626	河北金牛原大药业科技有限公司
河北	省级	2018	沧州市	河北中医药健康旅游示范基地建设单位	116.86638	38.31404	河北孔献山庄旅游开发有限公司
河北	省级	2018	衡水市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	115.6562843	37.74874123	衡水古早青京中医文化生态园
河北	省级	2018	秦皇岛市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	119.5916967	39.92991289	秦皇岛渔岛海洋温泉景区
河北	省级	2018	邢台市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	114.507132	37.06787	临城岐山湖蓝天气球生态庄园
河北	省级	2018	安国市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	115.3225201	38.41845	河北美迪达生物科技有限公司
河北	省级	2018	沧州市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	116.86638	38.31404	沧州中西医结合医院
河北	省级	2018	沧州市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	116.86638	38.31404	沧州神然生态观光园
河北	省级	2018	安国市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	115.3225201	38.41845	安国市中药文化博物馆
河北	省级	2018	廊坊市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	116.68572	39.50311	廊坊新苑阳光农业休闲旅游基地
河北	省级	2018	滦阳县	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	115.7256	38.2353	滦阳县“静心院”康养基地
河北	省级	2018	新乐市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	114.68384	38.34338	新乐市中医院
河北	省级	2018	保定市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	115.5212347	38.93474339	保定市中医院守真祠堂
河北	省级	2018	内丘县	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	114.51207	37.28678	内丘扁鹊药用植物园
河北	省级	2018	沧州市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	116.86638	38.31404	献县中医院
河北	省级	2018	沧州市	河北中医药健康旅游示范基地培育单位	116.86638	38.31404	南大普光伏发电中医学生态观光旅游基地
广东	省级	2011	广州市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.27324	23.15792	广东中医药博物馆
广东	省级	2011	广州市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.27324	23.15792	广州白云山和记黄埔中药有限公司神农草堂中医药博物馆
广东	省级	2011	深圳市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	114.0698476	22.54568019	深圳市宝安区中医院
广东	省级	2011	珠海市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.29673	22.20907	港中旅(珠海)海泉湾度假区
广东	省级	2011	汕头市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	116.683039	23.3411061	太安堂集团有限公司太安堂中医药博物馆
广东	省级	2011	佛山市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.1219596	23.02165066	广东长鹿农庄度假农庄
广东	省级	2011	乐昌市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.34746	25.13014	中健行集团有限公司
广东	省级	2011	韶关市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.5935937	24.79235978	仁化县丹霞山博士生态园实业有限公司
广东	省级	2011	揭阳市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	116.11699	24.30996	梅县华银雁鸣湖旅游度假区
广东	省级	2011	平潭县	广东省中医药文化养生旅游示范基地	116.43395	37.16538	广东南台药业有限公司
广东	省级	2011	博罗县	广东省中医药文化养生旅游示范基地	114.28973	23.17315	罗浮山国家级风景名胜区分区
广东	省级	2011	中山市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.3926	22.51595	中山市中医院
广东	省级	2011	阳春市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	111.79153	22.1703	广东绿业工业集团有限公司
广东	省级	2011	茂名市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	110.9394557	21.64836689	茂名市碧元农种种植发展有限公司
广东	省级	2011	清远市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	113.06269	23.69795	聚龙湾天然温泉度假村
广东	省级	2011	饶平县	广东省中医药文化养生旅游示范基地	117.0039	23.66412	广东永生源生物科技有限公司
广东	省级	2011	潮州市	广东省中医药文化养生旅游示范基地	116.6341447	23.65881426	潮州市千禧贸易有限公司

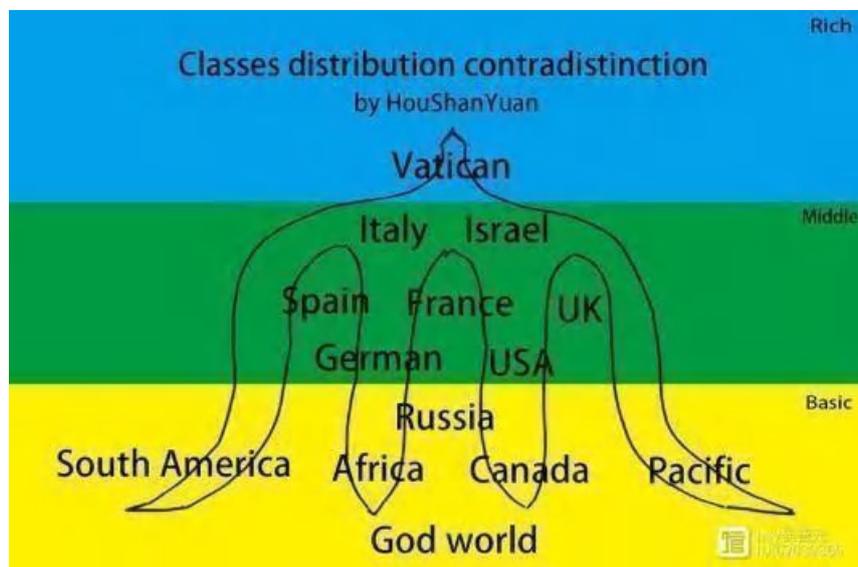
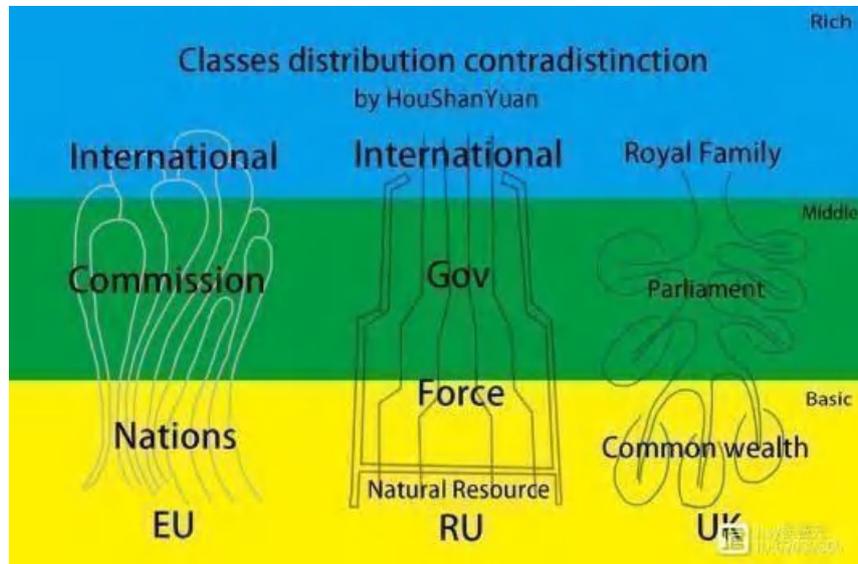
浙江	省级	2017	金华市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.09311	29.09914	兰溪市佛指山文化园
浙江	省级	2017	金华市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.69311	29.09914	磐安县云水溪农庄
浙江	省级	2017	台州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	121.4167586	28.65206028	浙江济公缘铁皮石斛旅游基地
浙江	省级	2017	丽水市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.91284	28.44594	处州国医馆
浙江	省级	2017	丽水市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.91284	28.44594	莲都区夫人山铁皮石斛基地
浙江	省级	2018	杭州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1625715	30.26297763	杭州余杭创龄生物中药基地
浙江	省级	2018	杭州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1625715	30.26297763	杭州千岛湖德之园铁皮石斛种植基地
浙江	省级	2018	湖州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.0765205	30.87100948	湖州紫云山药王谷
浙江	省级	2018	嘉兴市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.78483	30.74744	嘉兴桐乡市绿缘食用花卉专业合作社
浙江	省级	2018	嘉兴市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.78483	30.74744	嘉兴乌镇国医馆中医门诊部(桐乡)有限公司
浙江	省级	2018	绍兴市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.5744109	30.02007795	绍兴上虞东山湖中医药养生旅游示范基地
浙江	省级	2018	温州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.6916543	27.98542613	温州泰顺县龟岭中药材种植专业合作社
浙江	省级	2018	衢州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	118.87117	28.96864	衢州龙游天地药谷
浙江	省级	2018	衢州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	118.87117	28.96864	衢州仙霞湖休闲养生生态科技园
浙江	省级	2018	金华市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.69311	29.09914	金华东阳市恒森中药养生园
浙江	省级	2018	丽水市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.91284	28.44594	丽水缙云县地塘家庭农场
浙江	省级	2018	丽水市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.91284	28.44594	丽水松阳县云顶山抗源国际养生民宿度假村
浙江	省级	2019	杭州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1625715	30.26297763	杭州大下姜中医药文化养生基地
浙江	省级	2019	淳安县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.04207	29.60886	浙江颐存仁生物科技有限公司
浙江	省级	2019	文成县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.09137	27.78712	温州华兴药材养生休闲园
浙江	省级	2019	安吉县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.68219	30.63824	湖州安吉美林健康基地
浙江	省级	2019	嘉兴市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.7834567	30.7551113	嘉兴梅花洲中医药文化养生旅游基地
浙江	省级	2019	义乌市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1048924	29.2696475	金华三溪堂国医馆连锁有限公司
浙江	省级	2019	义乌市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1048924	29.2696475	金华森山健康小镇
浙江	省级	2019	衢州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	118.87117	28.96864	衢州益年堂农林科技有限公司
浙江	省级	2019	龙游县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.17225	29.02827	浙江枣梅堂农业发展有限公司
浙江	省级	2019	台州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	121.4098921	28.65447051	台州蔡氏骨伤医院
浙江	省级	2019	景宁畲族自治县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.63581	27.9732	丽水景宁畲族自治县畲医畲药展示馆
浙江	省级	2019	松阳县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.48202	28.44947	丽水松阳县应见山堂中医体验馆
山东	省级	2020	济南市	山东省中医药健康旅游示范基地	116.96897	36.68144115	山东宏济堂中医药健康旅游基地
山东	省级	2020	济南市	山东省中医药健康旅游示范基地	116.96897	36.68144115	山东省中医药博物馆
山东	省级	2020	青岛市	山东省中医药健康旅游示范基地	120.3743173	36.09467038	青岛玫瑰圣地中医药健康旅游基地
山东	省级	2020	淄博市	山东省中医药健康旅游示范基地	117.86172	36.49473	山东鲁山神农药谷中医药健康旅游基地

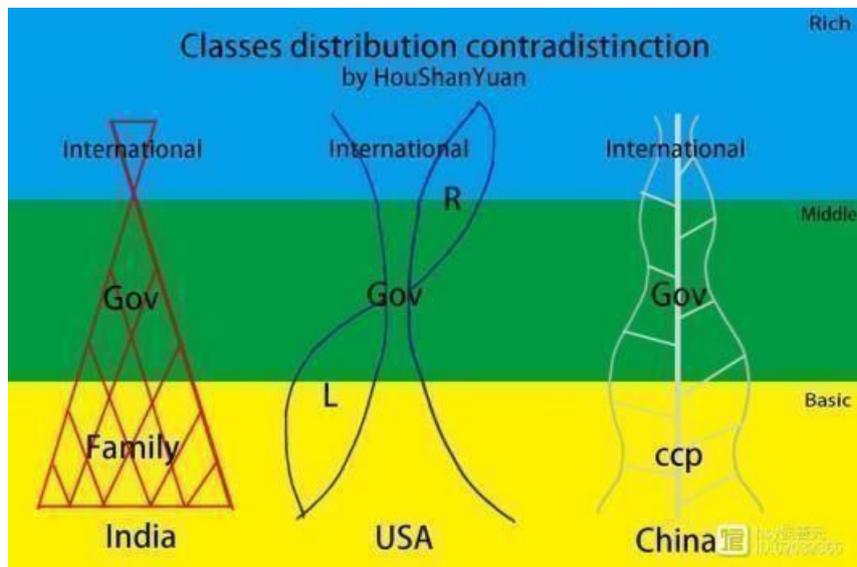
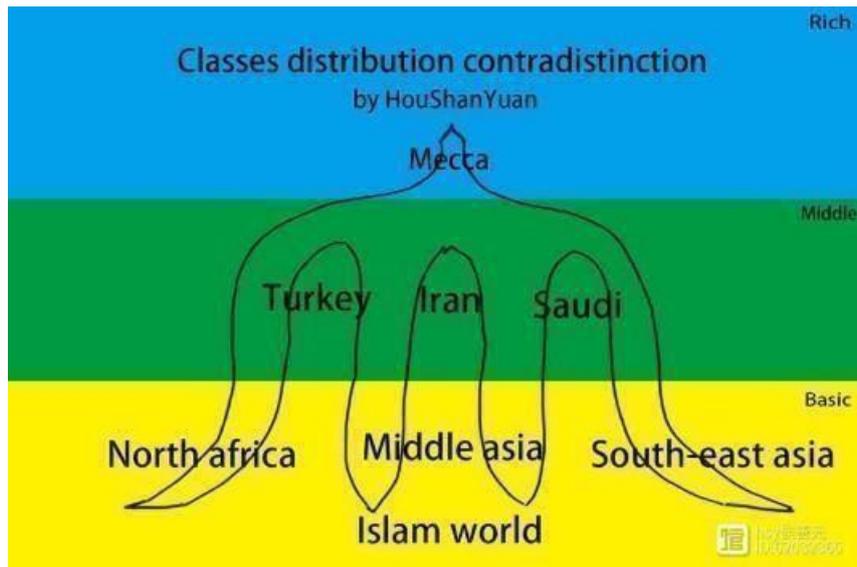
四川	省级	2019	凉山彝族自治州	四川省中医药健康旅游示范基地	102.26746	27.88164	凯地里拉中医药健康旅游示范基地
四川	省级	2019	成都市	四川省中医药健康旅游示范项目	104.0772208	30.56292337	孙思邈康养文化小镇
四川	省级	2019	成都市	四川省中医药健康旅游示范项目	104.0772208	30.56292337	玉皇养生谷中医药健康旅游示范项目
四川	省级	2019	成都市	四川省中医药健康旅游示范项目	104.0772208	30.56292337	芙蓉文创系列四川旅游特色纪念化妆品技术研发
四川	省级	2019	成都市	四川省中医药健康旅游示范项目	104.0772208	30.56292337	心通天堂中医药健康旅游示范项目
四川	省级	2019	成都市	四川省中医药健康旅游示范项目	104.0772208	30.56292337	中医养生文化与旅游项目
四川	省级	2019	绵阳市	四川省中医药健康旅游示范项目	104.6827064	31.46907962	北川羌医药健康旅游综合建设示范项目
四川	省级	2019	遂宁市	四川省中医药健康旅游示范项目	105.5909425	30.52117236	健康养生、蔬菜、金银花采摘体验养生基地
四川	省级	2019	达州市	四川省中医药健康旅游示范项目	107.51177	31.19603	宣汉百里峡中药材博览园
四川	省级	2019	雅安市	四川省中医药健康旅游示范项目	103.10954	30.06982	二郎山喇叭河旅游景区中医药健康旅游示范项目
四川	省级	2019	阿坝藏族羌族自治州	四川省中医药健康旅游示范项目	102.22477	31.8994	九寨沟现代生态休闲农业产业园区
浙江	省级	2015	杭州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1625715	30.26297763	杭州建国南路中医街
浙江	省级	2015	宁波市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	121.5394394	29.86555001	宁波香泉湾山庄有限公司
浙江	省级	2015	温州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.6916543	27.98542613	宁波易中禾仙草园
浙江	省级	2015	温州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.6916543	27.98542613	温州叶叶同仁中医药博物馆
浙江	省级	2015	温州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.6916543	27.98542613	温州雁荡山铁钹堂铁皮石斛
浙江	省级	2015	温州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.6916543	27.98542613	温州中医院普安文化养生基地
浙江	省级	2015	嘉善县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.92716	30.83075	嘉善云澜湾温泉(度假)小镇
浙江	省级	2015	湖州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.0765205	30.87100948	湖州德康恒大药房有限公司
浙江	省级	2015	安吉县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	119.68219	30.63824	浙江圣氏生物科技有限公司
浙江	省级	2015	未知	浙江省中医药文化养生旅游示范基地			浙江环大畚山中医药生态旅游景区
浙江	省级	2015	缙云县	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.09158	28.65928	缙云县西红花产业园
浙江	省级	2015	义乌市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1048924	29.2696475	义乌中华养生丹溪文化园
浙江	省级	2016	杭州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1625715	30.26297763	杭州市中医院广宣国医馆
浙江	省级	2016	杭州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.1625715	30.26297763	江南养生文化村
浙江	省级	2016	宁波市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	121.5394394	29.86555001	宁波枫林石斛产业园
浙江	省级	2016	温州市	浙江省中医药文化养生旅游示范基地	120.6916543	27.98542613	浙江紫优品铁皮石斛生产基地

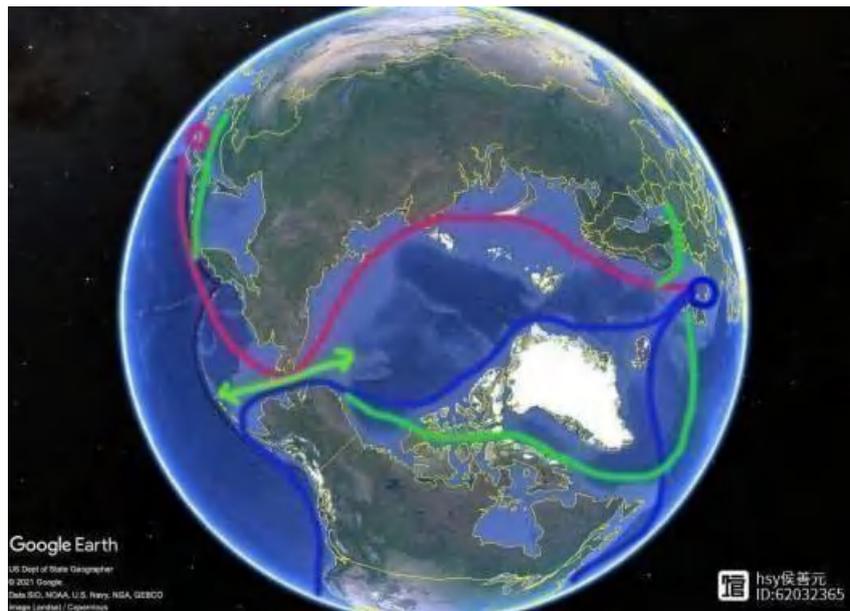
省别	级别	参与时间	所在市	示范类型	所在市经度	所在市纬度	基地名称
江苏	国家级	2017	句容市	国家中医药健康旅游示范基地	119.16864	31.94482	江苏句容茅山康缘中华养生谷
江苏	国家级	2017	苏州市	国家中医药健康旅游示范基地	120.63132	31.30227	江苏苏州李良济中医药体验中心
江苏	国家级	2017	泰州	国家健康旅游示范基地	119.9264786	32.45351362	江苏泰州市委展区
江苏	国家级	2017	泰州	国家中医药健康旅游示范区	119.9045059	32.40483003	江苏泰州
安徽	省级	2016	黄山市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.3064049	29.72588001	黄山太极文化有限公司
安徽	省级	2016	合肥市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.2255425	31.82122941	金孔雀温泉养生中心
安徽	省级	2016	亳州市	安徽省中医药健康旅游示范基地	115.77914	33.87641	华佗中医药博物馆
安徽	省级	2016	六安市	安徽省中医药健康旅游示范基地	116.53949	31.74933	大别山主峰景区健康旅游示范基地(天下清雨霍山石斛种植基地)
安徽	省级	2016	芜湖市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.38548	31.34072	丫山中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2016	广德市	安徽省中医药健康旅游示范基地	119.41705	30.8938	安徽广德瓜文化旅游景区
安徽	省级	2017	安庆市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.0507195	30.52410046	安庆市天悦温泉康中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	池州市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.5041586	30.65838209	池州市九华山康旅产业园中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	六安市	安徽省中医药健康旅游示范基地	116.53949	31.74933	六安市石斛园中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	安庆市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.0507195	30.52410046	安庆市白石山中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	亳州市	安徽省中医药健康旅游示范基地	115.77914	33.87641	亳州市康好中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	蚌埠市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.3925092	32.91912218	蚌埠市万绿生态园中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	安庆市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.0507195	30.52410046	安庆市翠香楼中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	安庆市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.0507195	30.52410046	安庆市天柱福元村惠民中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	滁州市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.30553	32.2948	滁州市龙山中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	六安市	安徽省中医药健康旅游示范基地	116.53949	31.74933	六安市张店9月中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	宣城市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.75634	30.94622	宣城市康源康中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	芜湖市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.38548	31.34072	芜湖市大浦村尧世中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2017	铜陵市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.80103	30.90466	铜陵凤丹中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	合肥市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.2255425	31.82122941	庐江天地中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	合肥市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.2255425	31.82122941	庐江恒康中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	亳州市	安徽省中医药健康旅游示范基地	115.77914	33.87641	谯城区芍药花海(休闲观光大世界)中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	亳州市	安徽省中医药健康旅游示范基地	115.77914	33.87641	谯城区华佗五禽戏中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	蚌埠市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.3925092	32.91912218	禹会区禾泉农庄中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	阜阳市	安徽省中医药健康旅游示范基地	115.8209744	32.88535673	太和县中医院中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	淮南市	安徽省中医药健康旅游示范基地	116.9709191	32.60828648	寿县绿宏农本药园中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	滁州市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.30553	32.2948	来安县安徽蕪源生态园中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	滁州市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.30553	32.2948	全椒县安徽紫琅中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	六安市	安徽省中医药健康旅游示范基地	116.53949	31.74933	霍山县东方大地百草园中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	六安市	安徽省中医药健康旅游示范基地	116.53949	31.74933	金安区安徽龙熙生态农业中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	芜湖市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.38548	31.34072	无为县安徽美兰五洲中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	宣城市	安徽省中医药健康旅游示范基地	118.75634	30.94622	旌德县云乐乡灵芝养生中医药健康旅游示范基地
安徽	省级	2018	铜陵市	安徽省中医药健康旅游示范基地	117.80103	30.90466	义安区西联乡南园中医药健康旅游示范基地
四川	省级	2018	成都市	四川省中医药健康旅游示范基地	104.0772208	30.56292337	宝山旅游景区

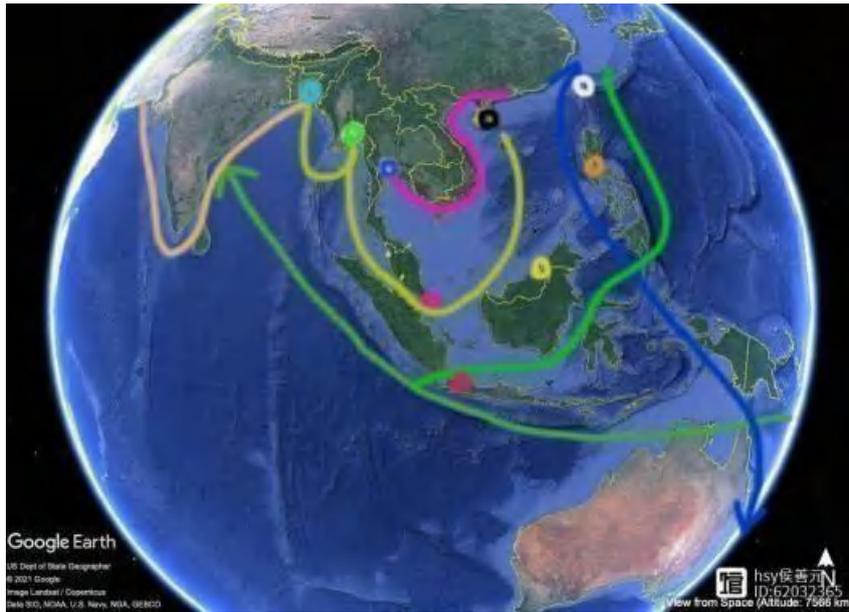
# 规划设计

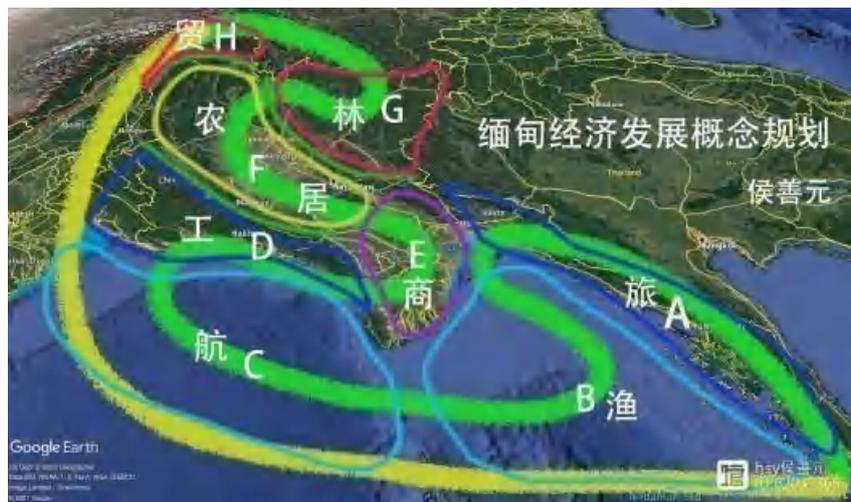
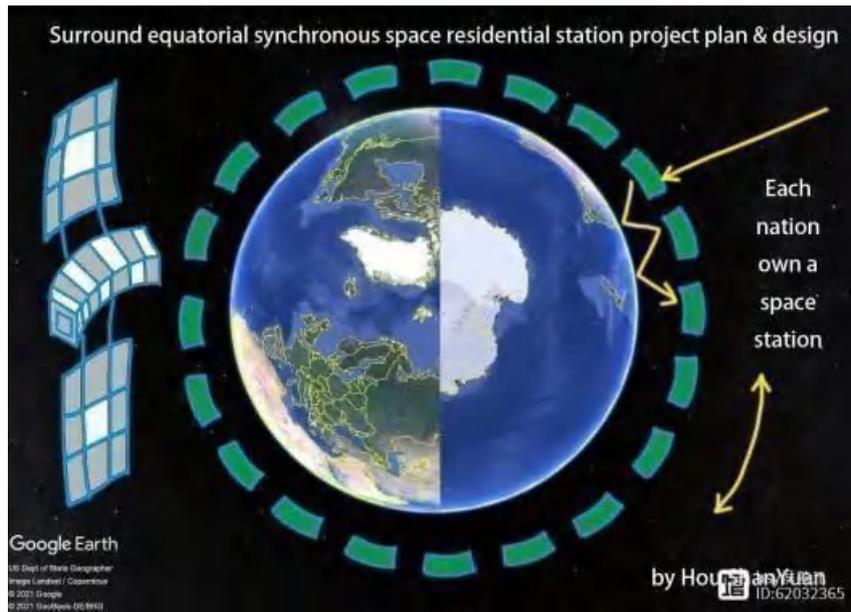
## 概念规划



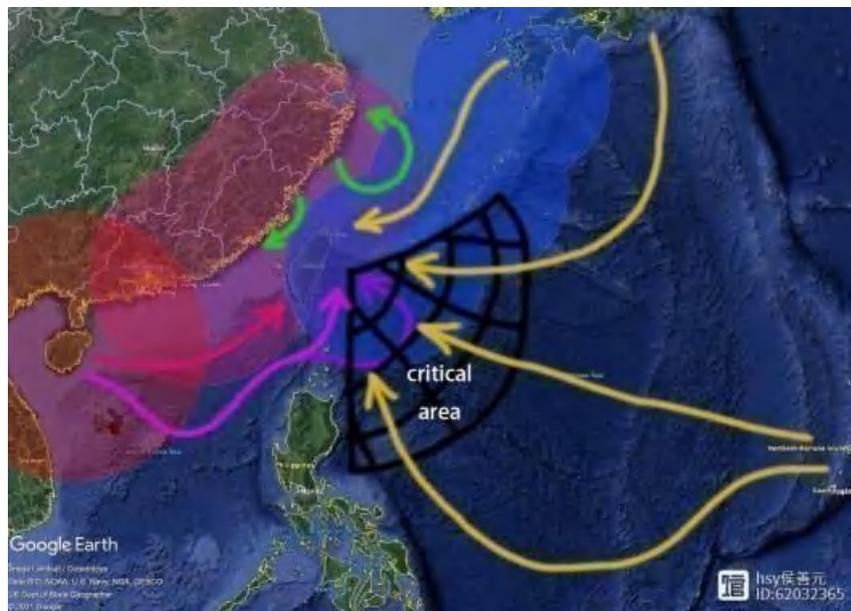


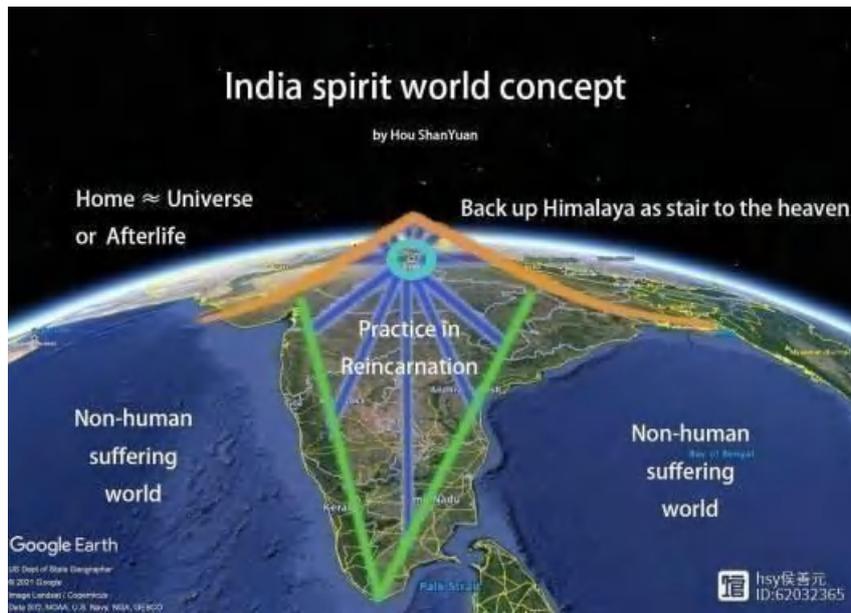


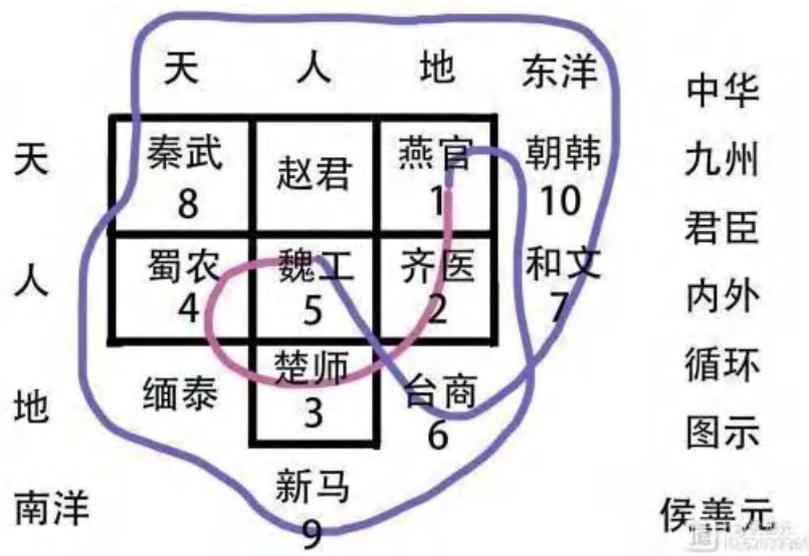






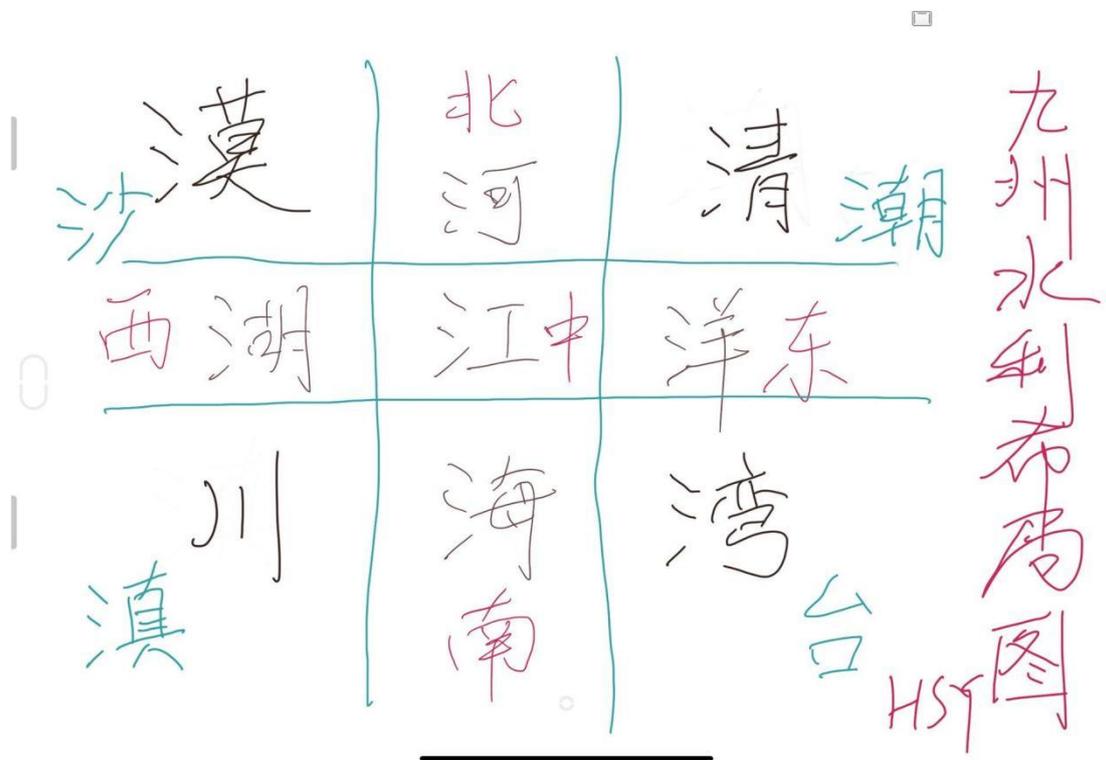










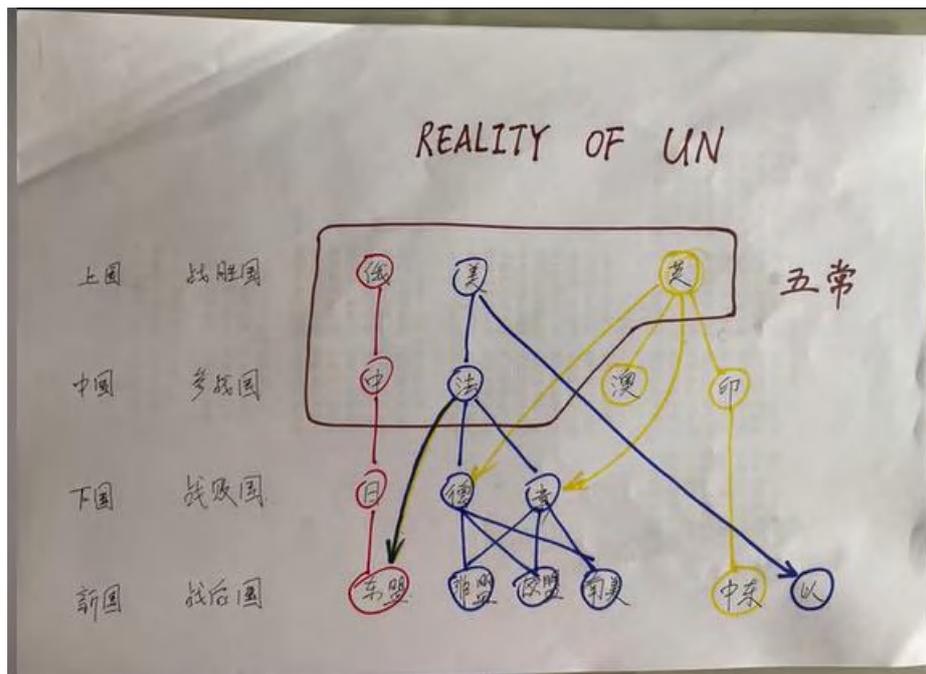














# 中华人民共和国

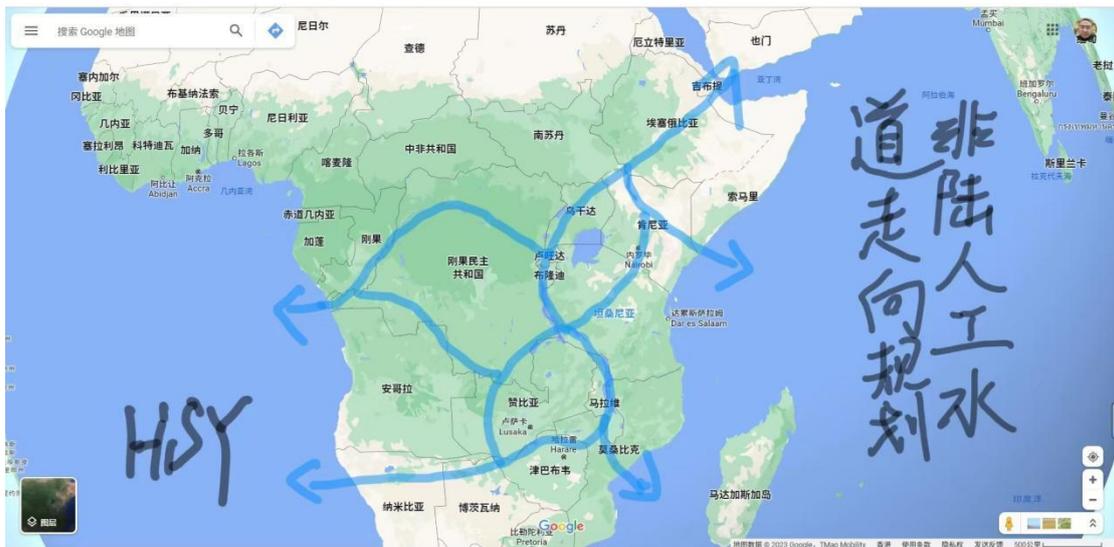


# 中华人民共和国

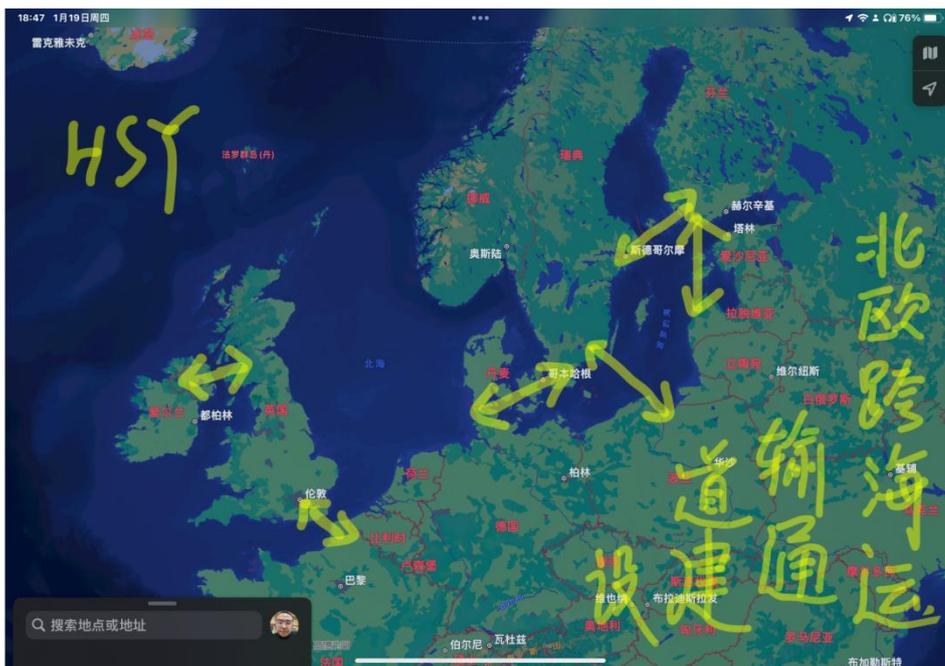


审图号: GSC(2019)1818号

自然资源部 监制

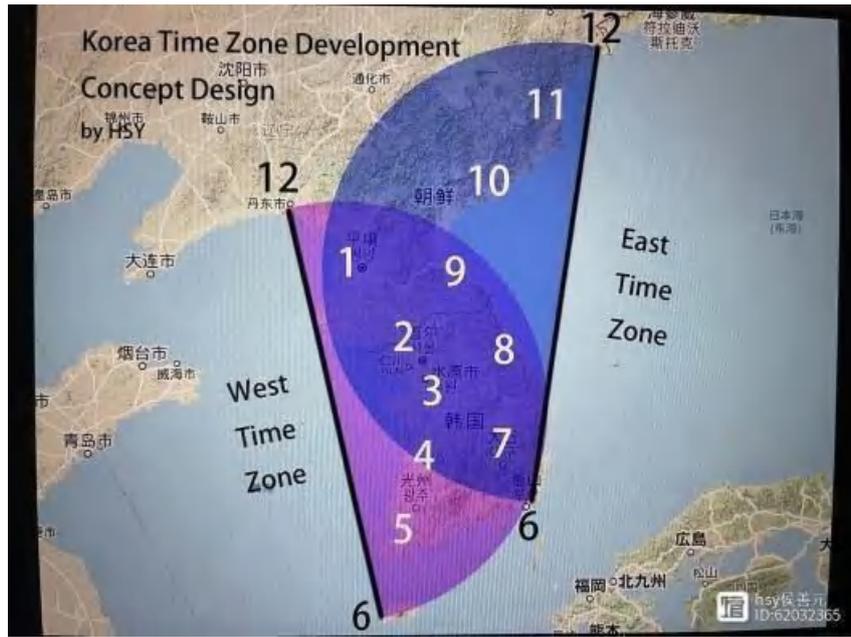


中国铁路 3875413487

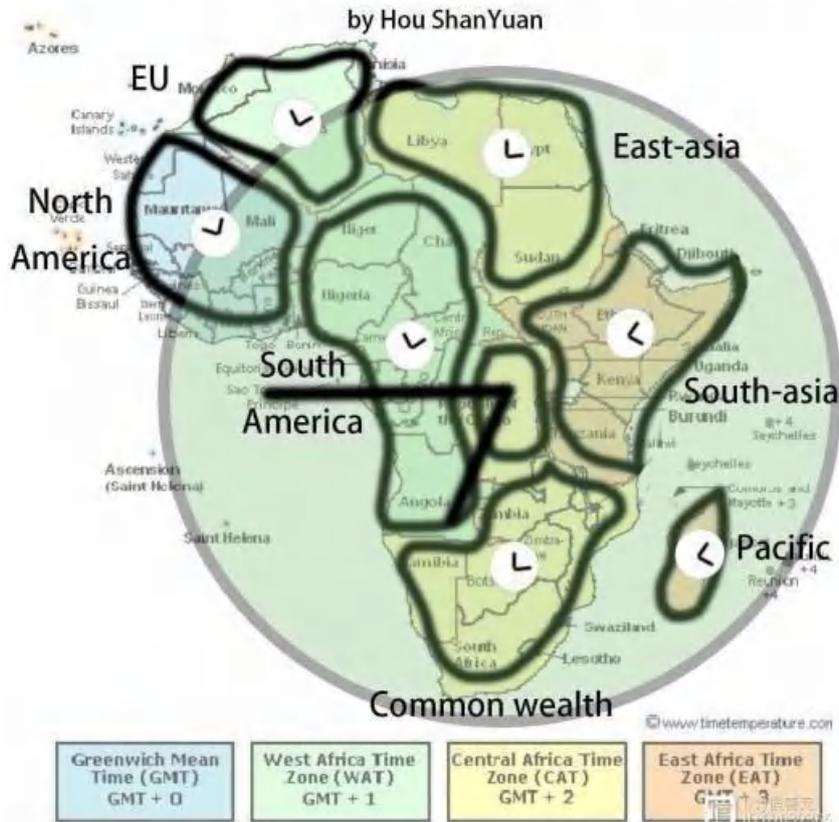


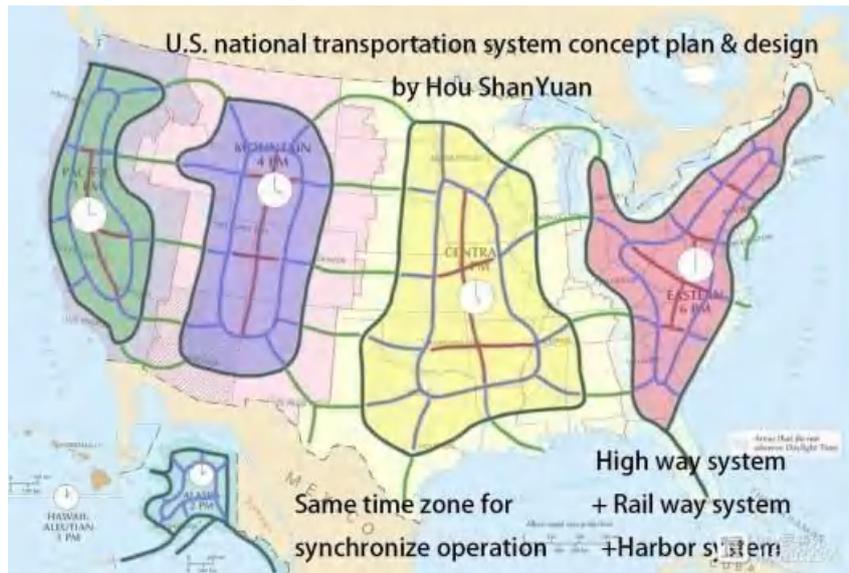
## 时间规划

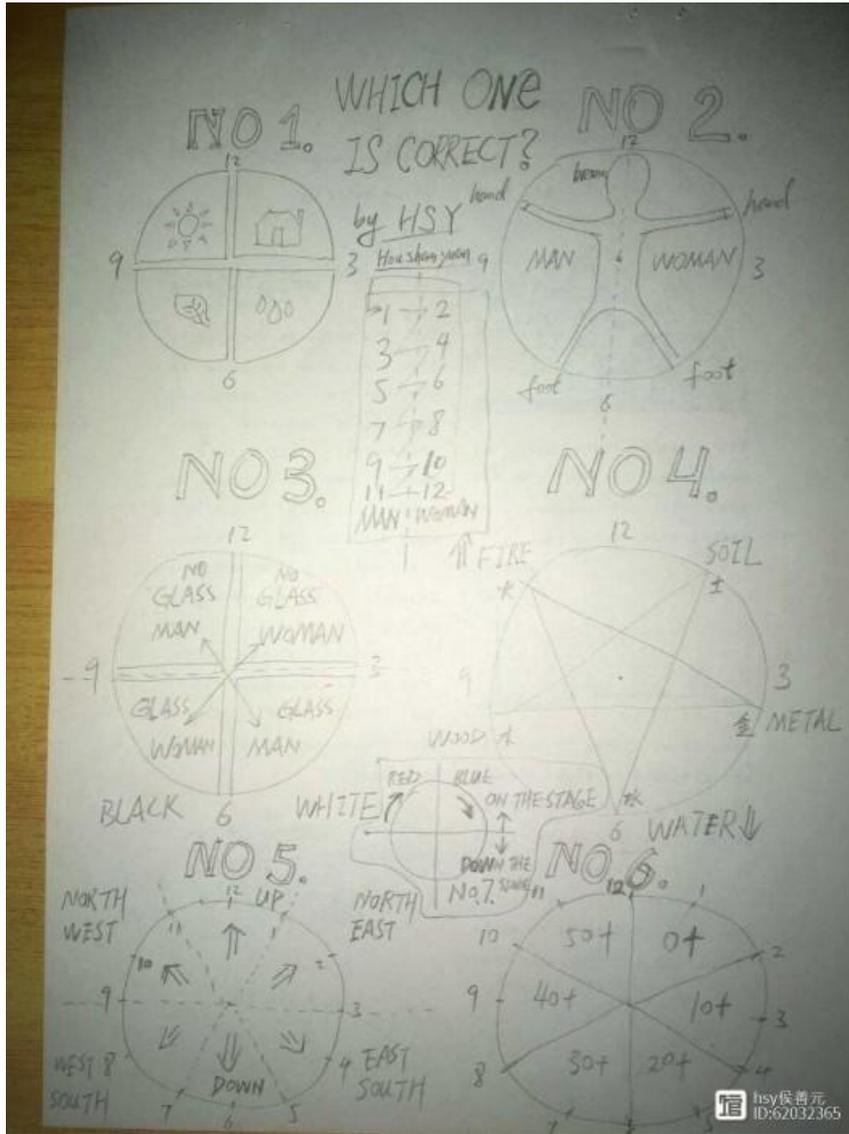




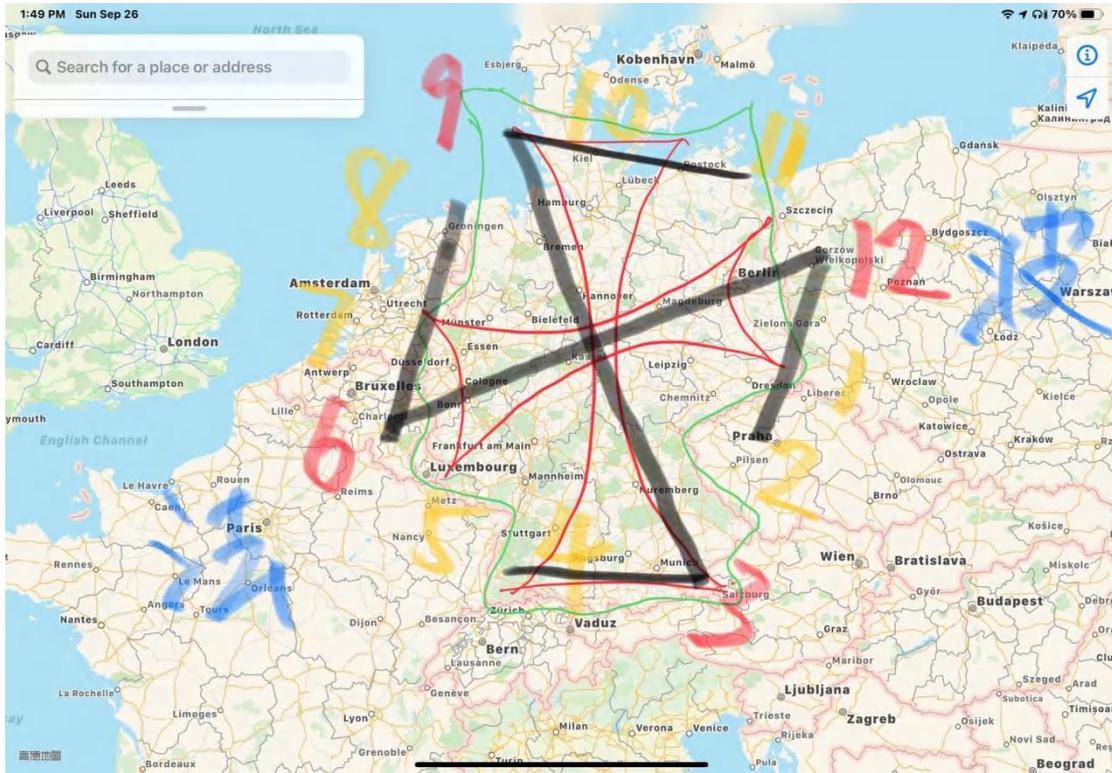
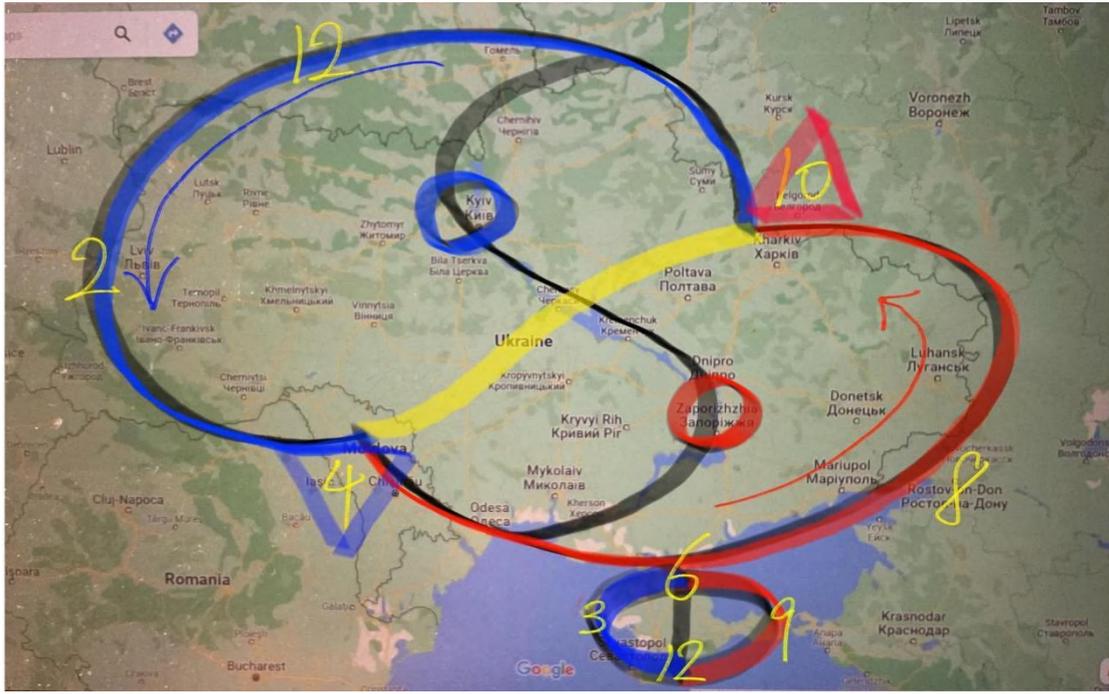
### Africa development Zone plan & concept design

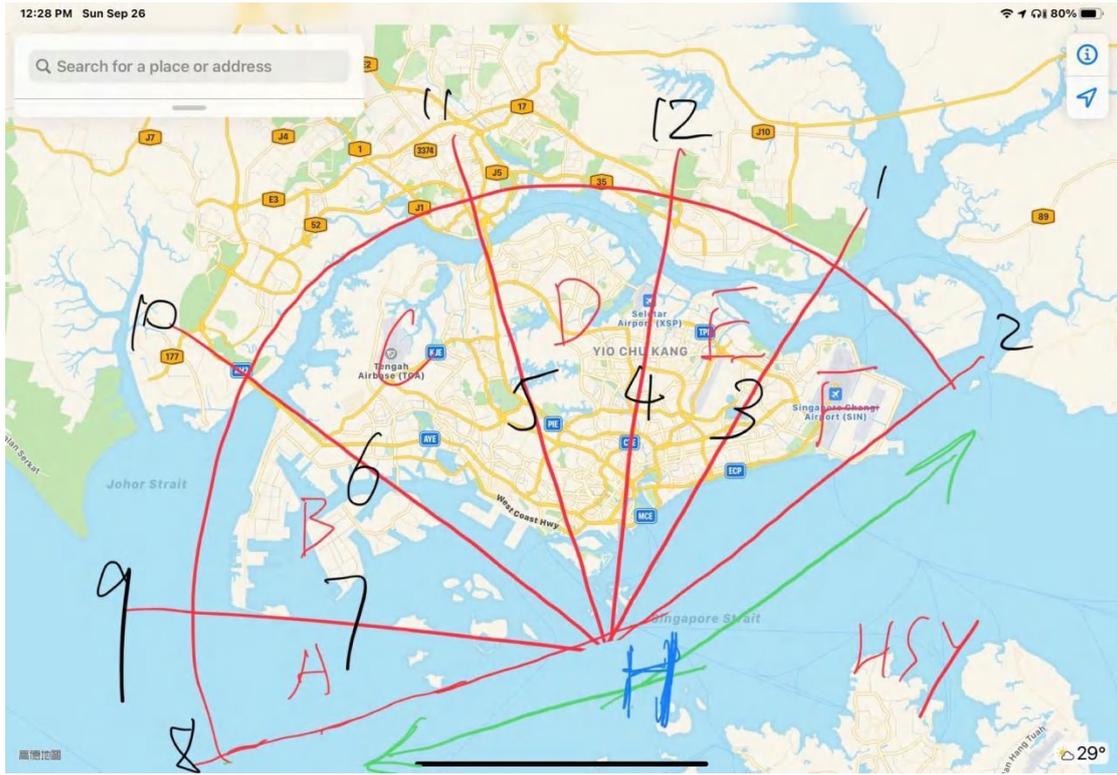










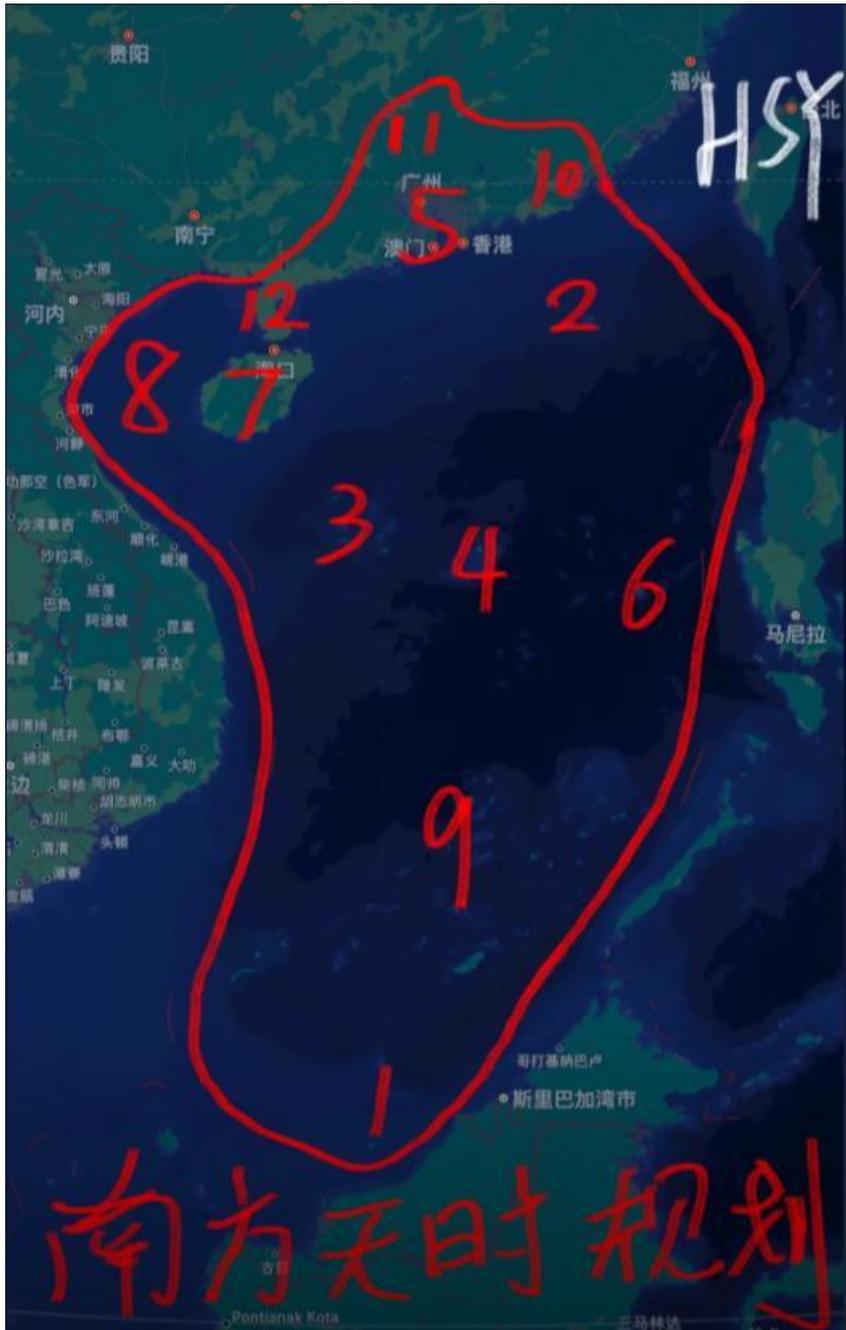




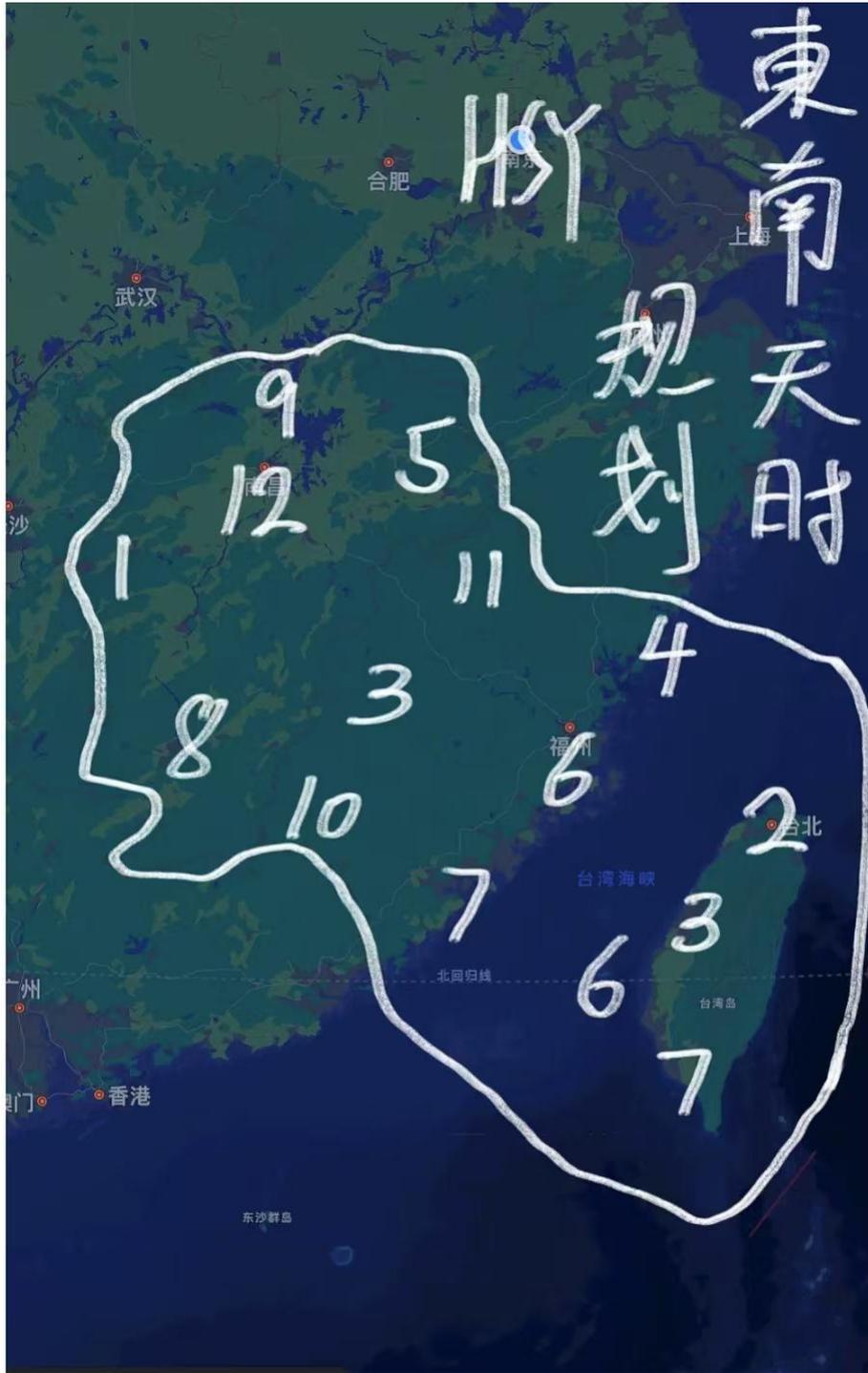




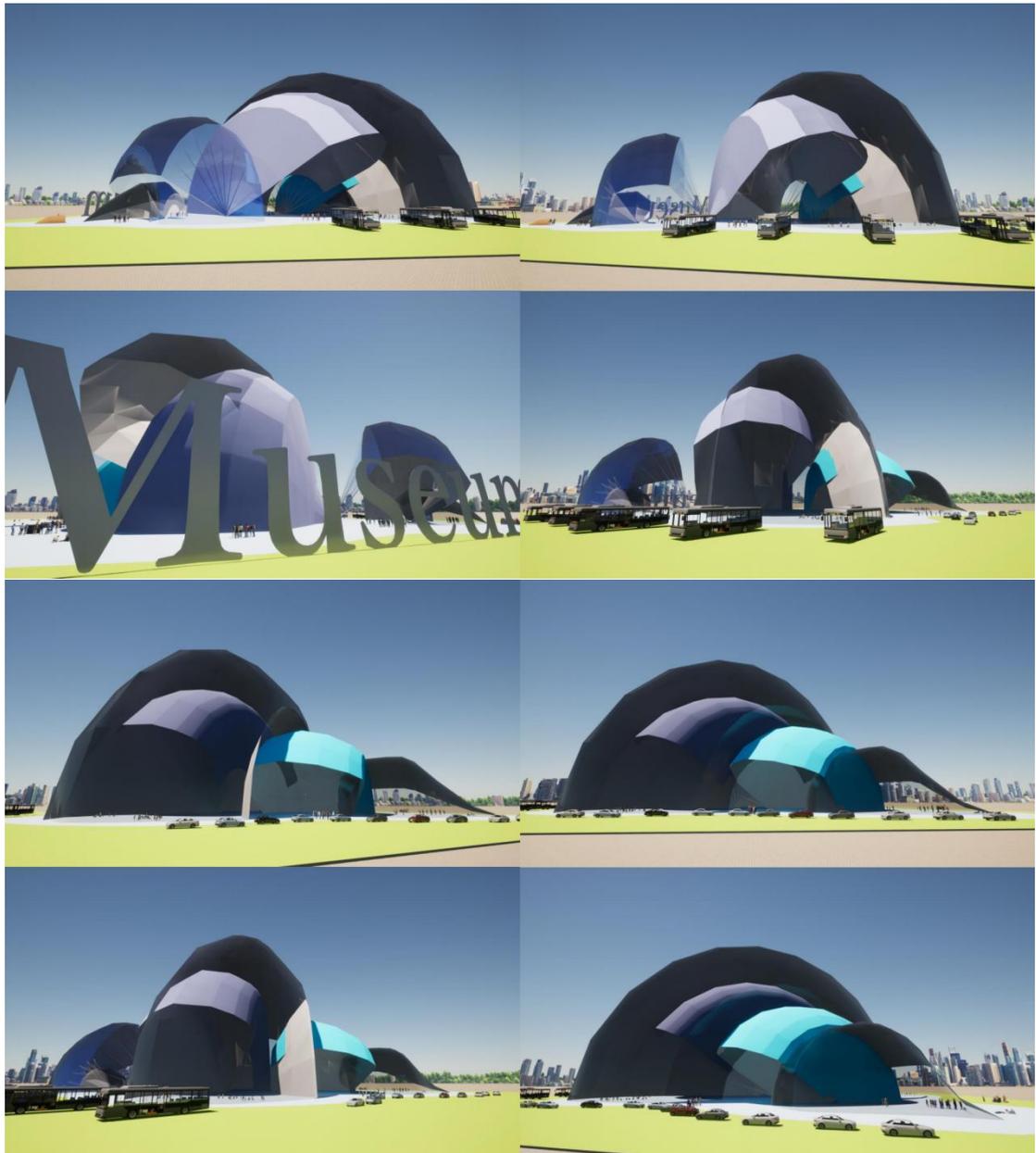


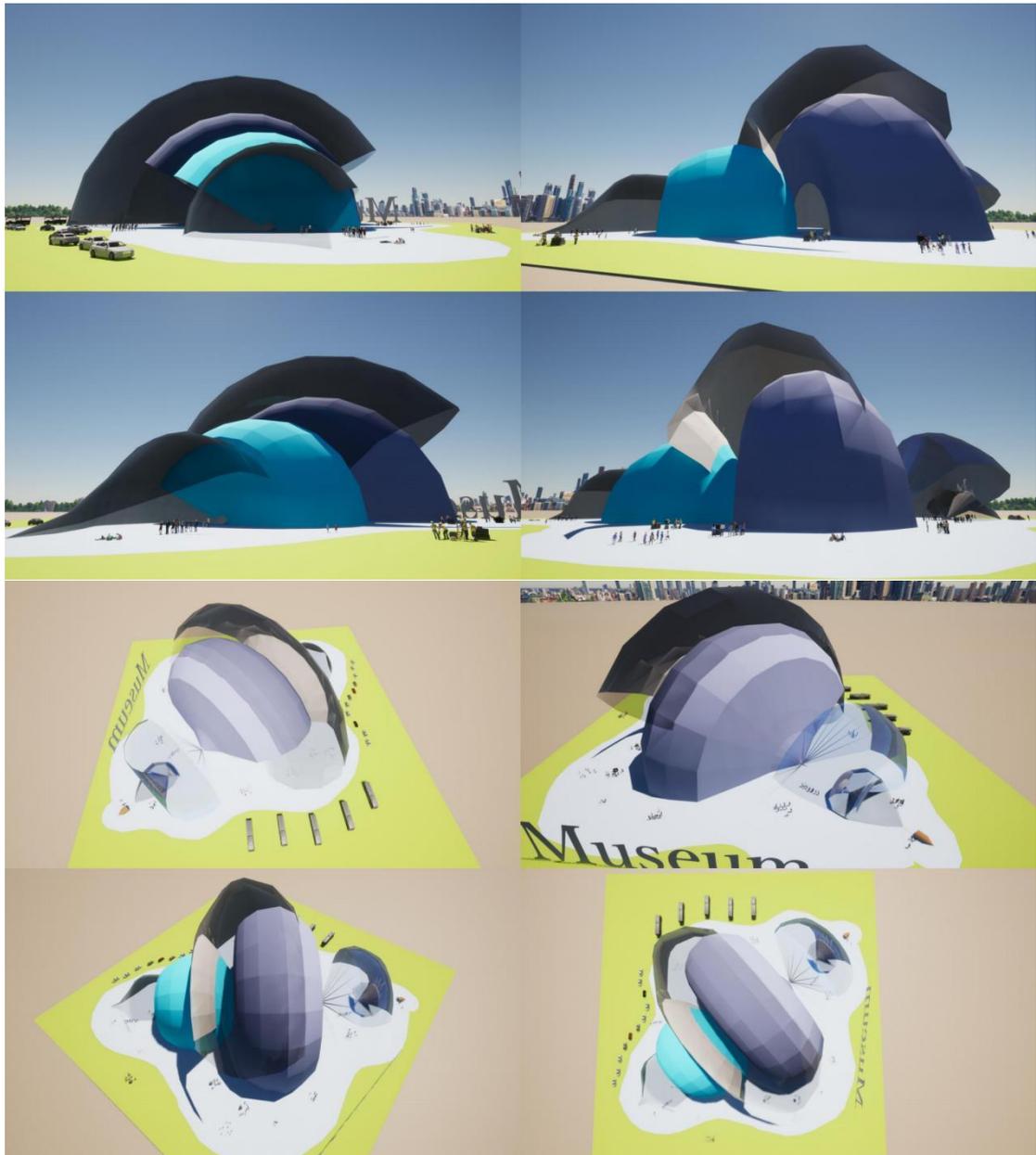


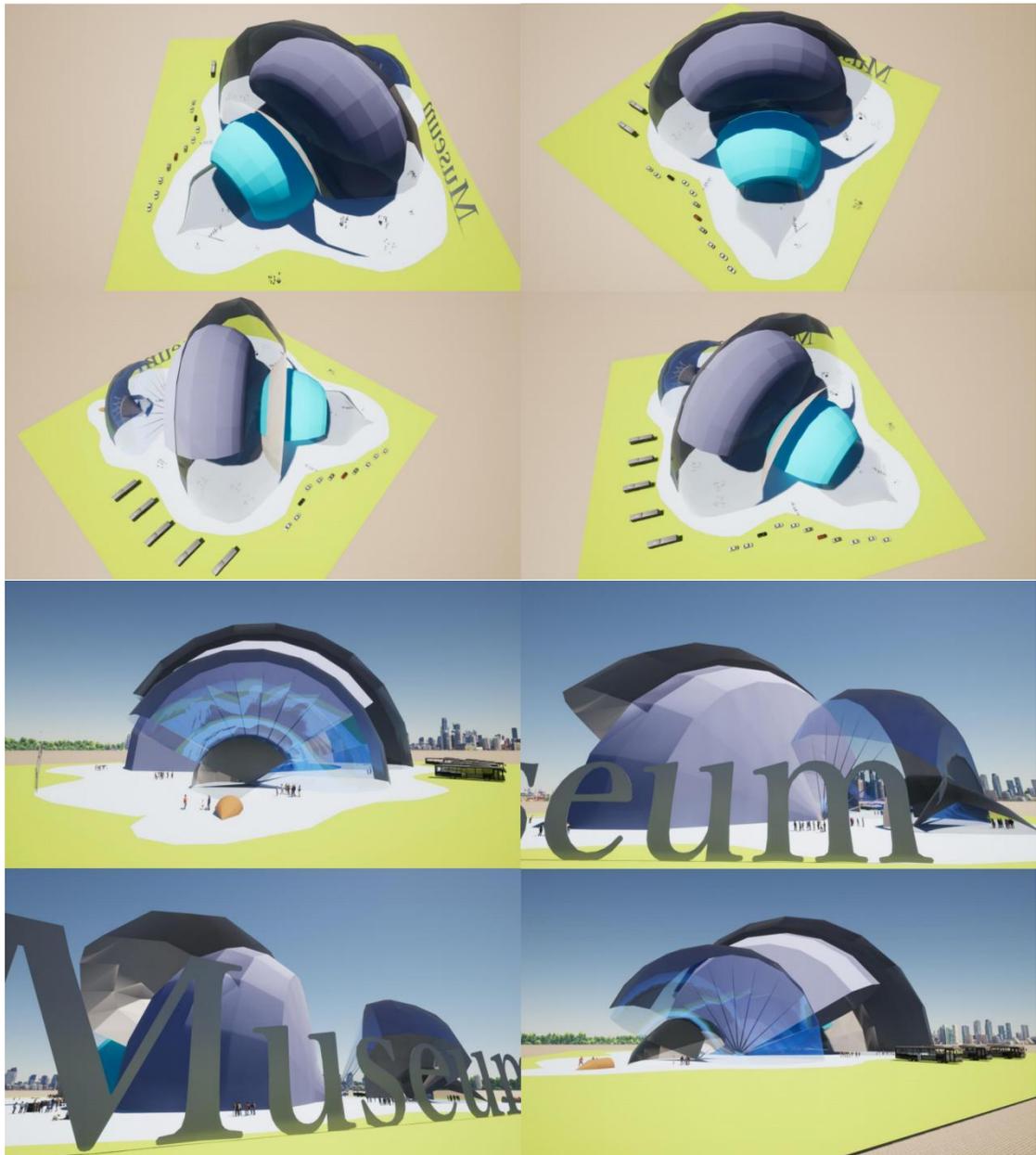


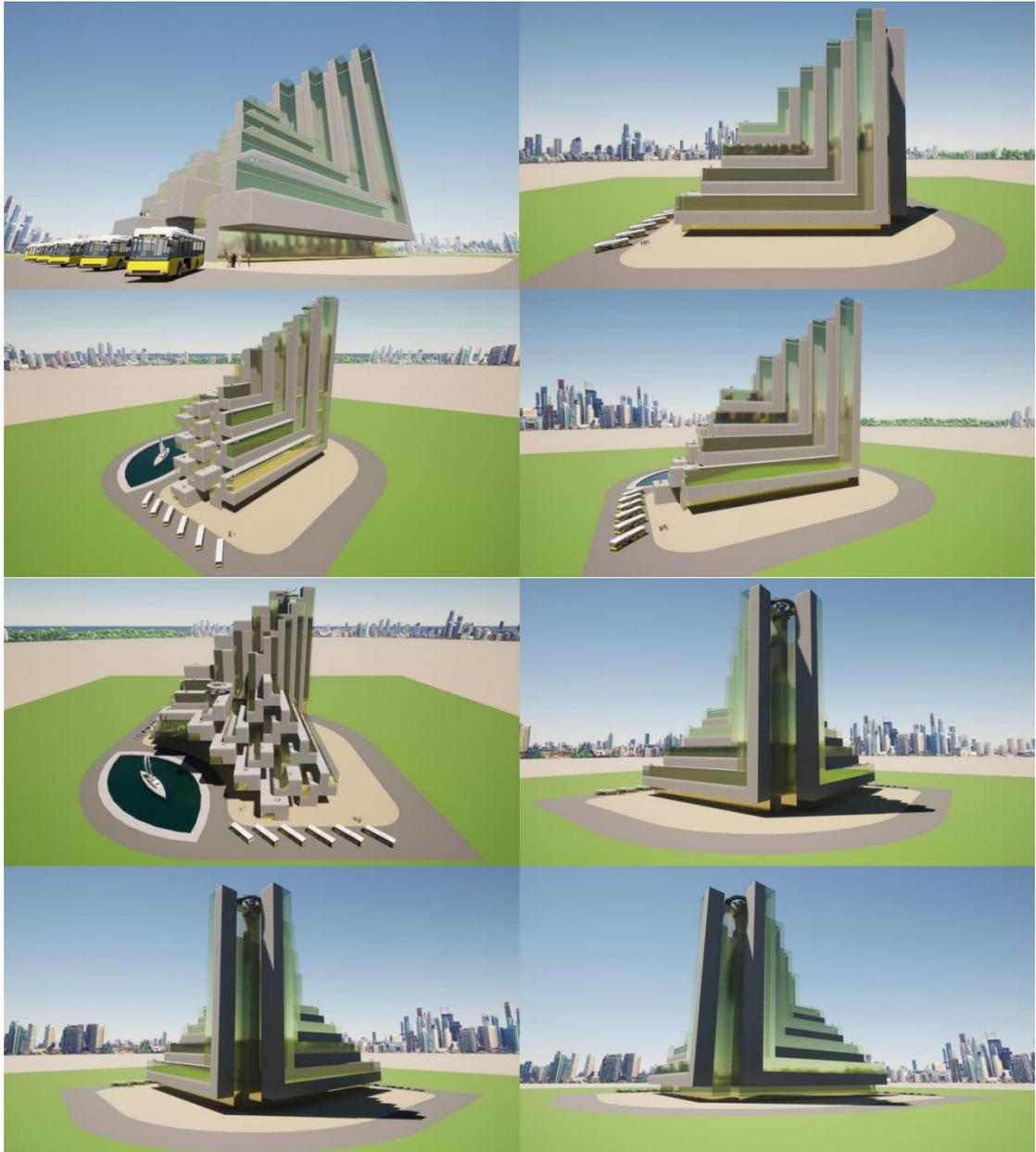


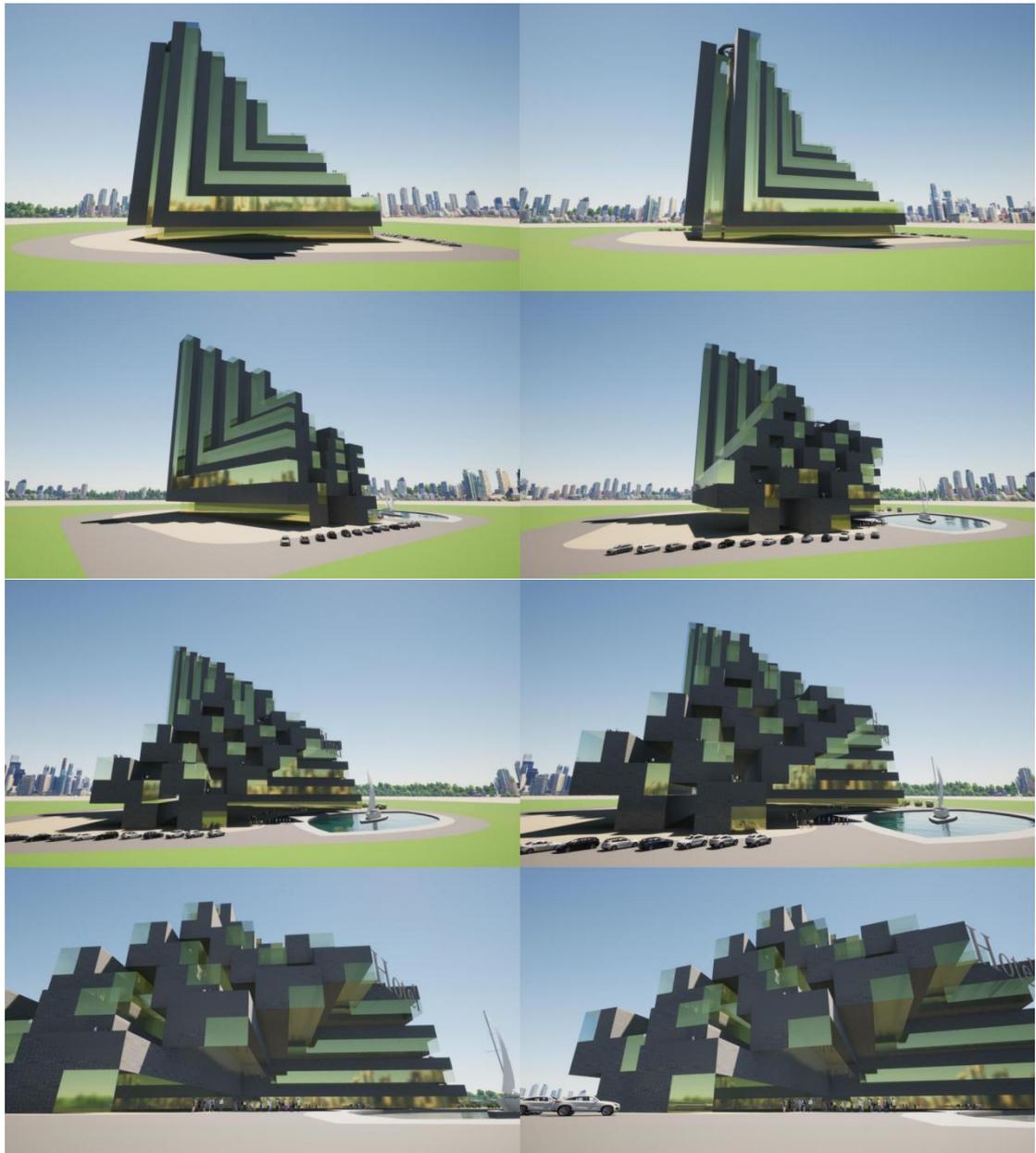
建筑设计



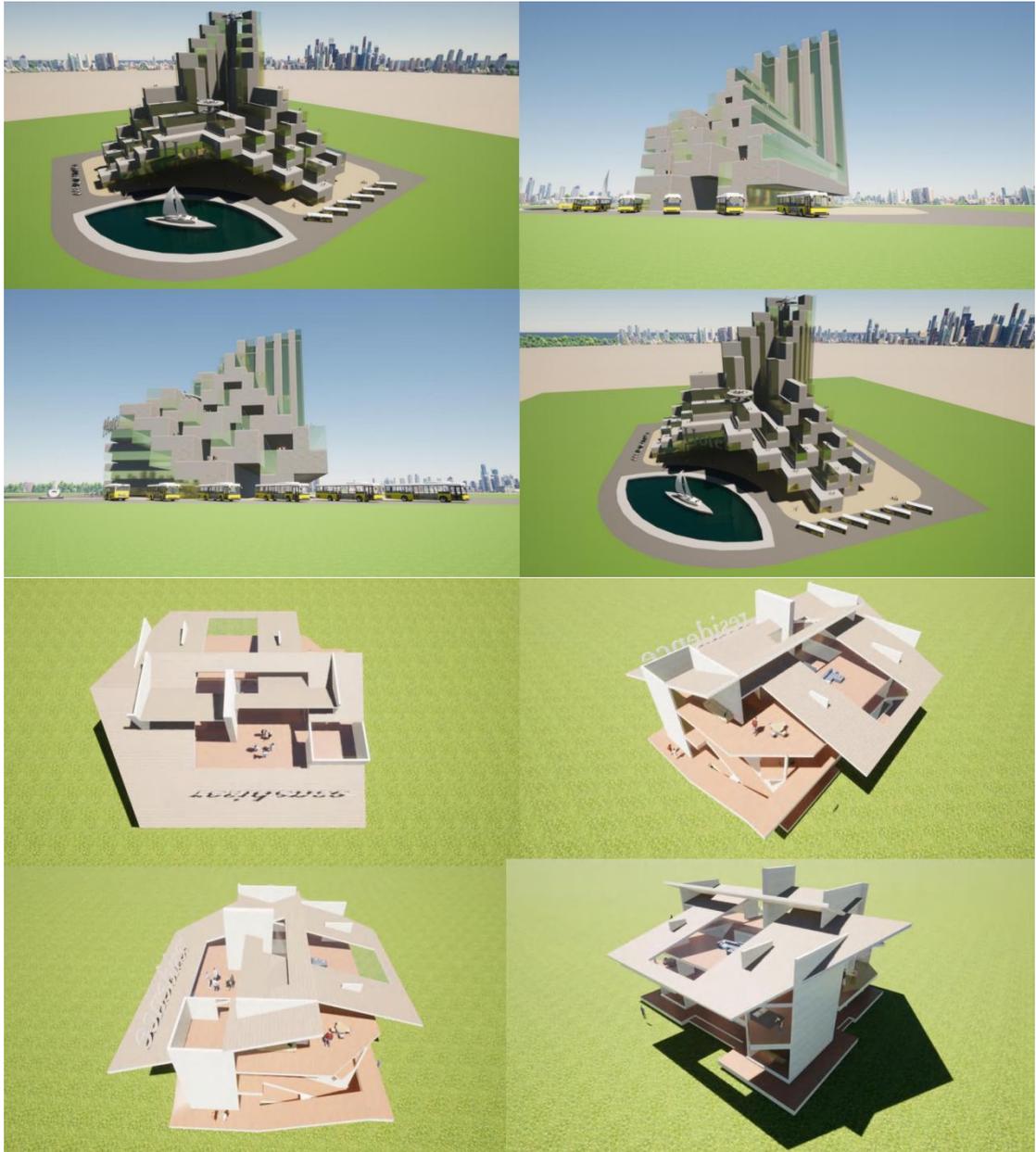




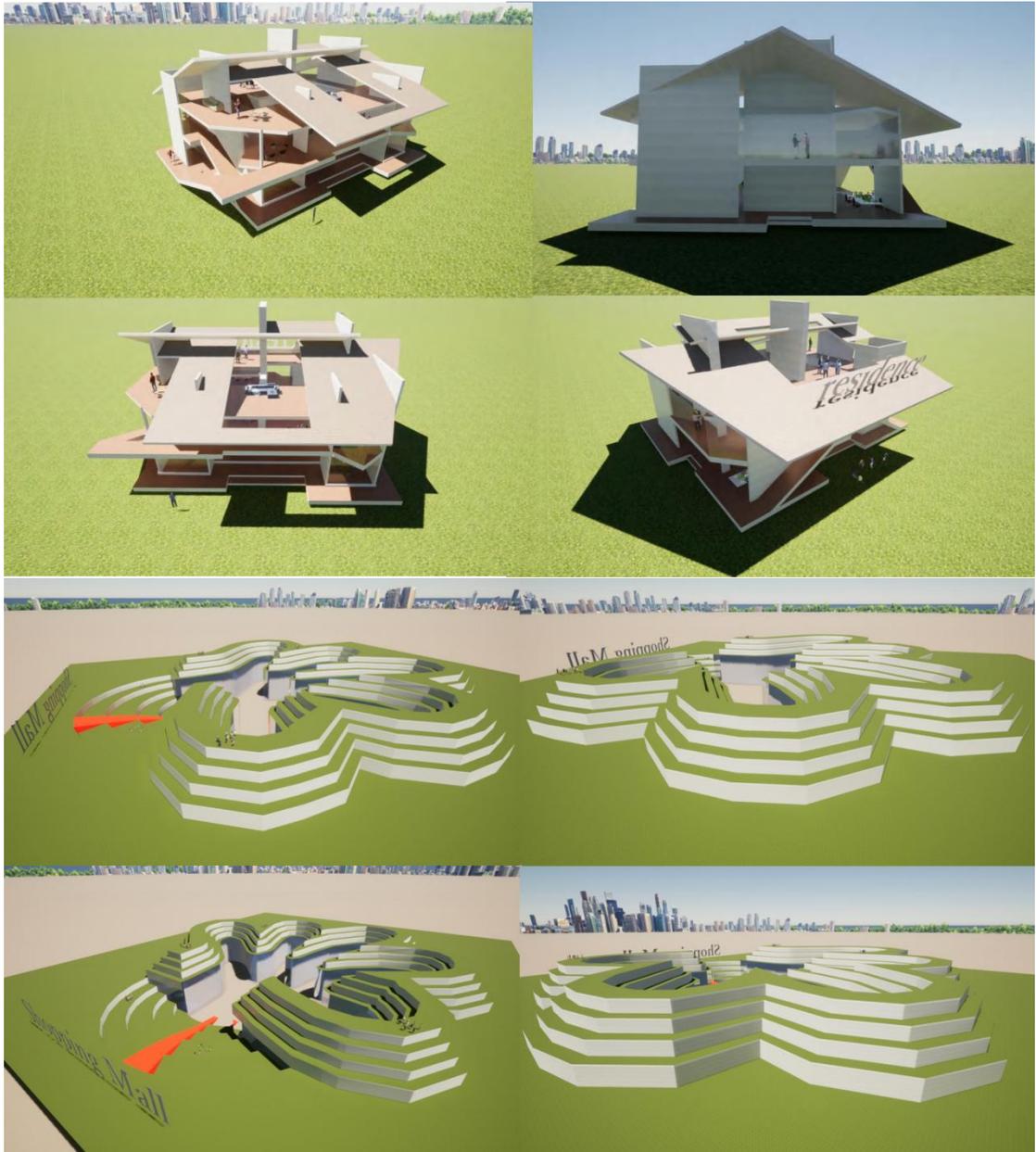


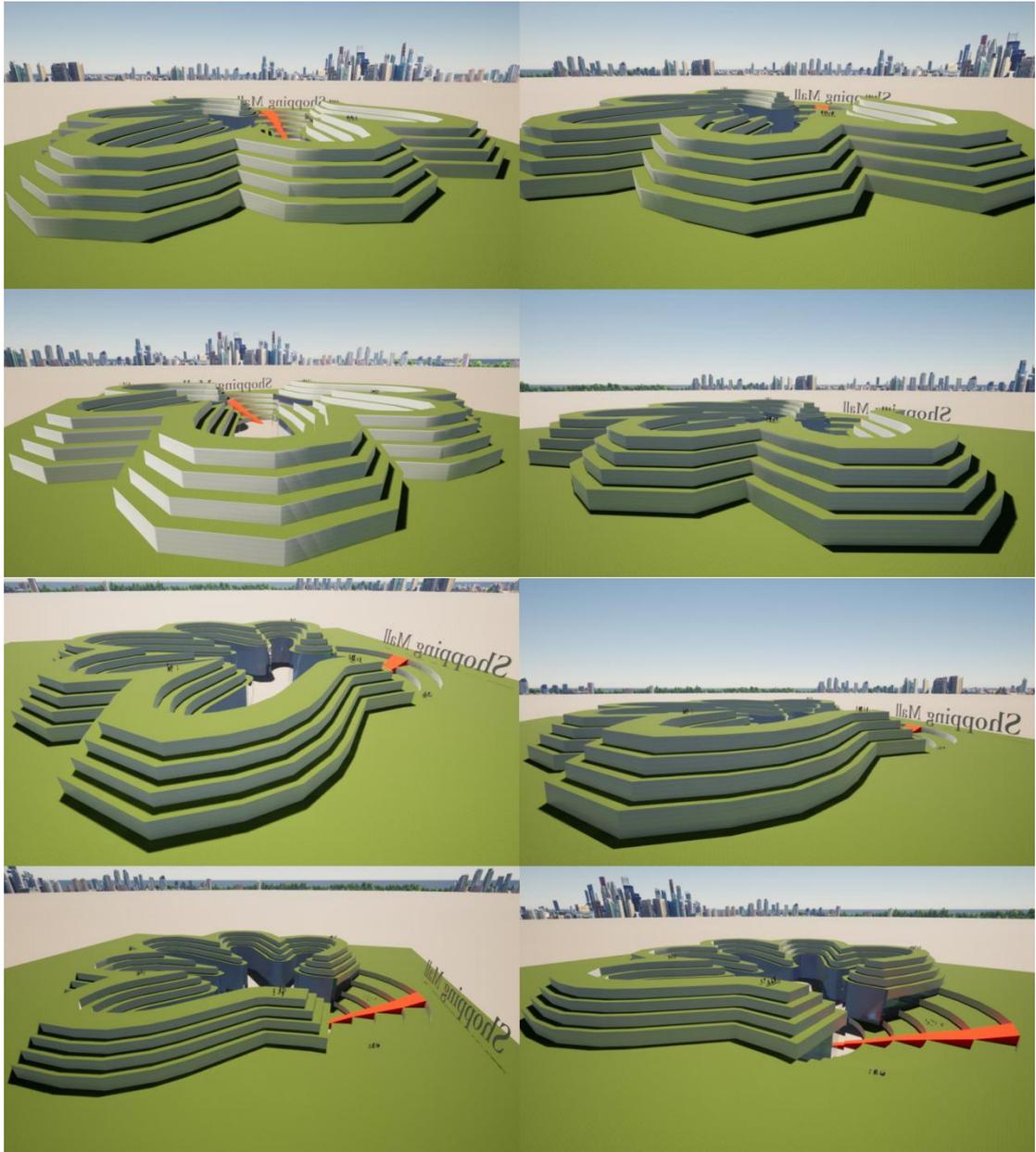


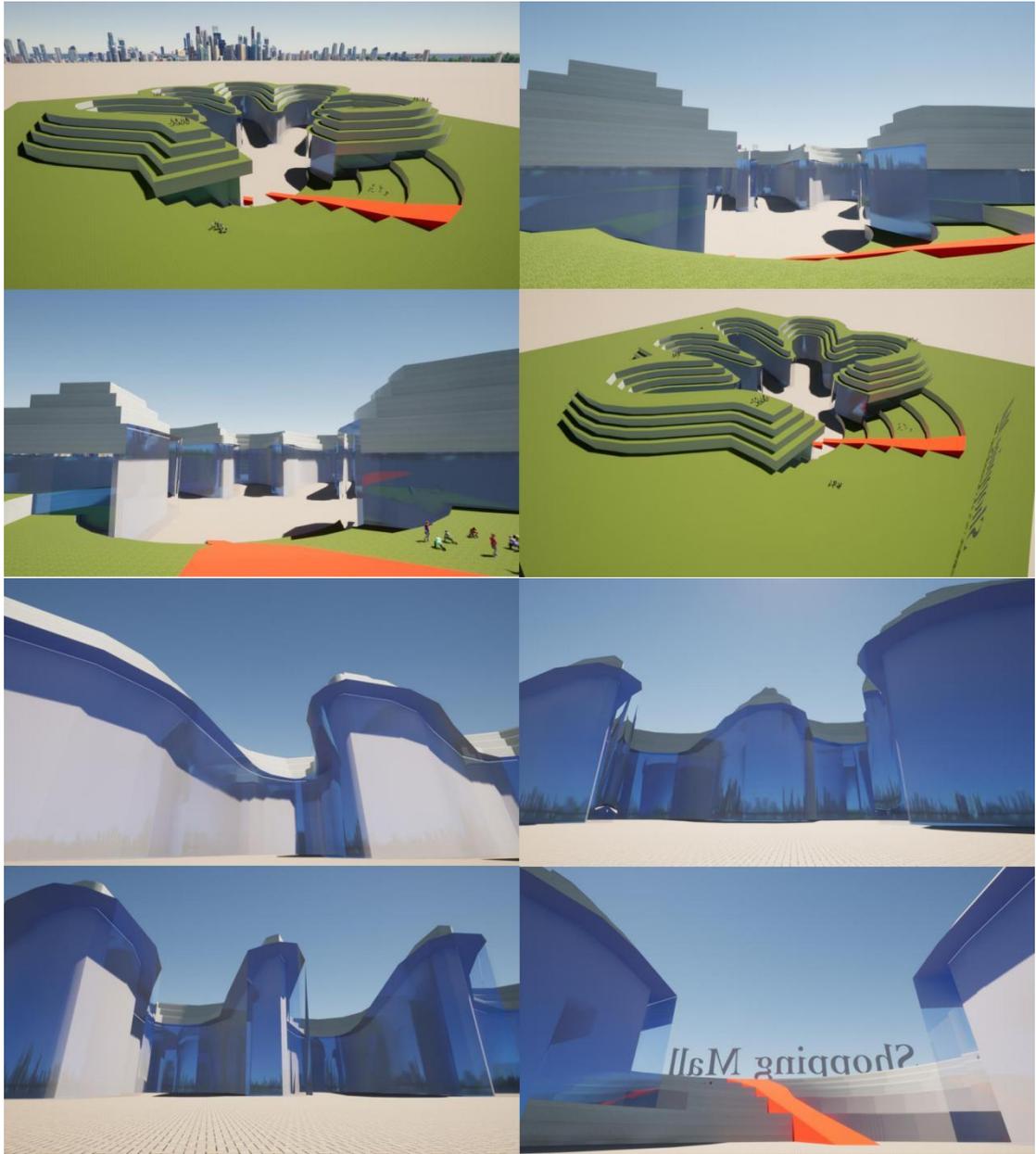


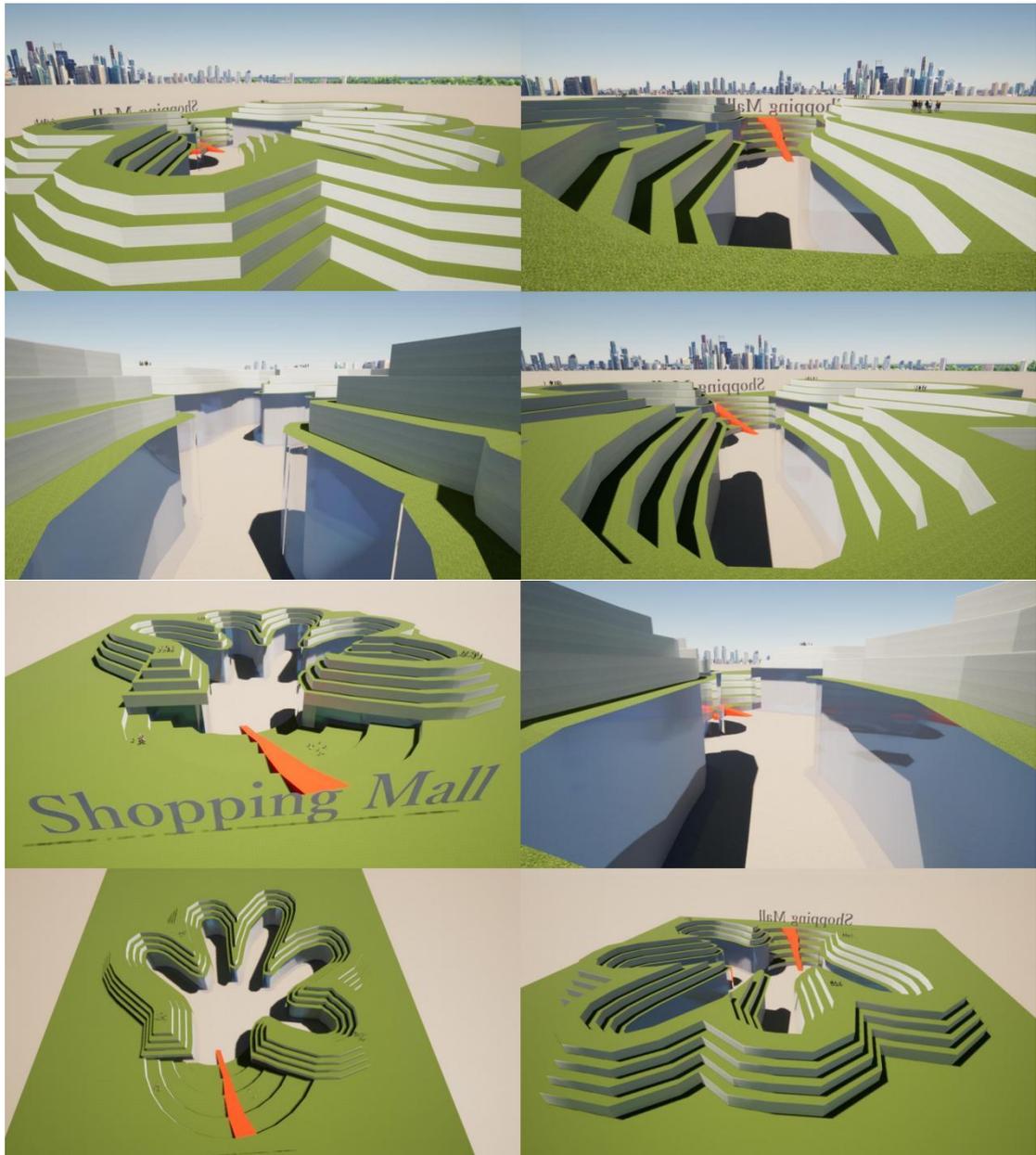


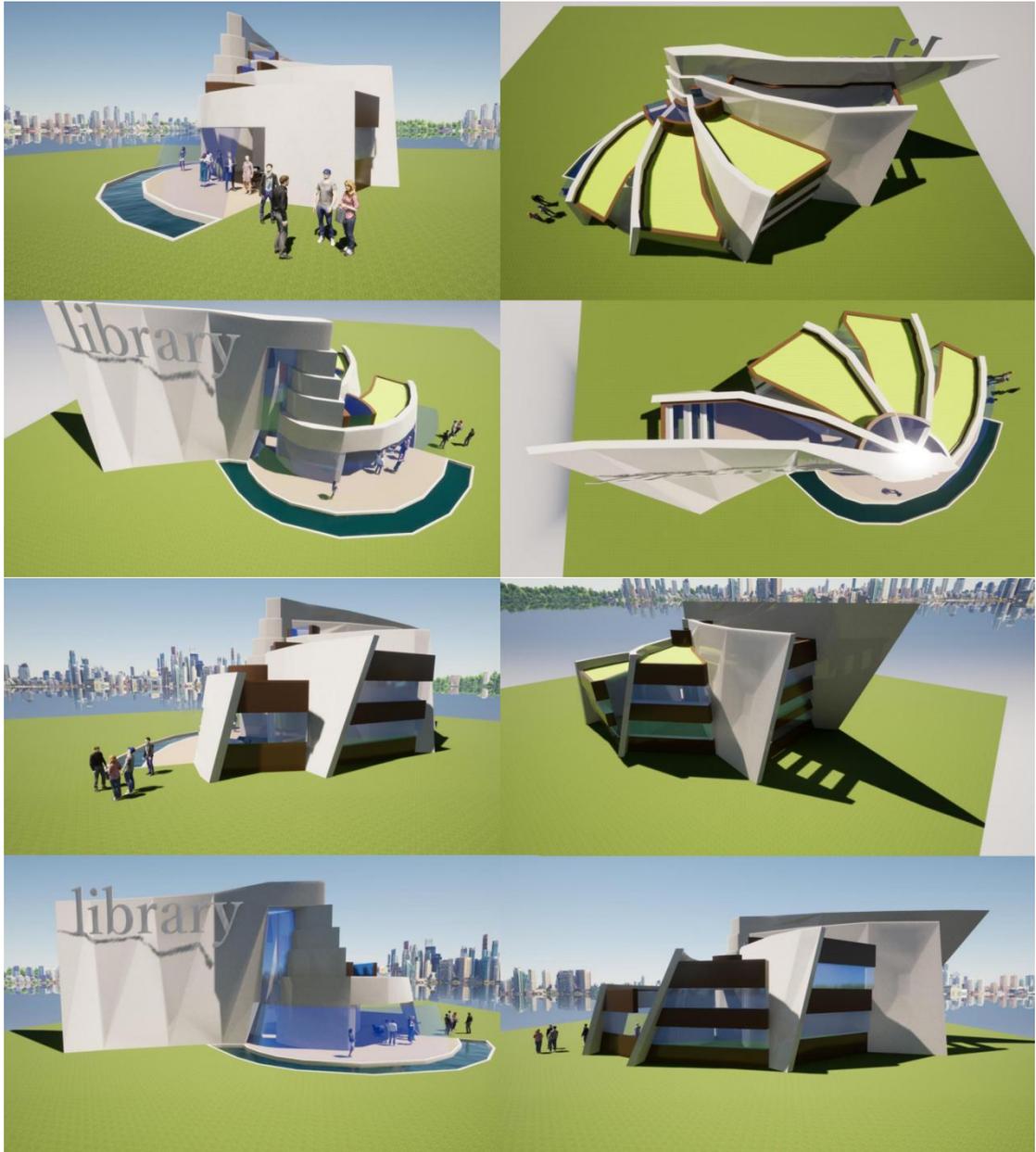


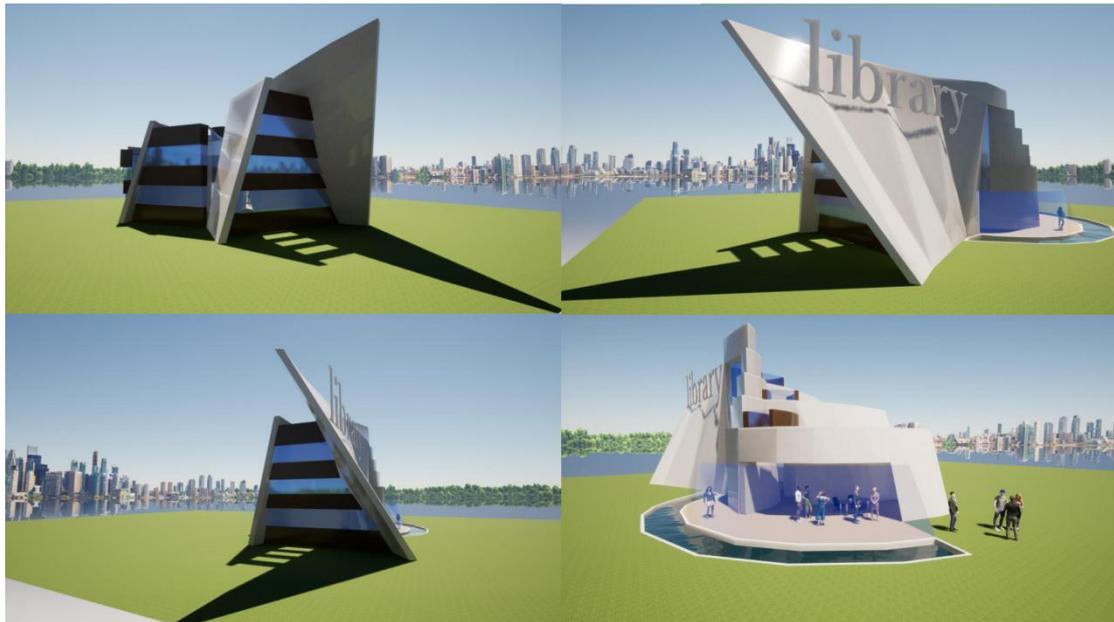




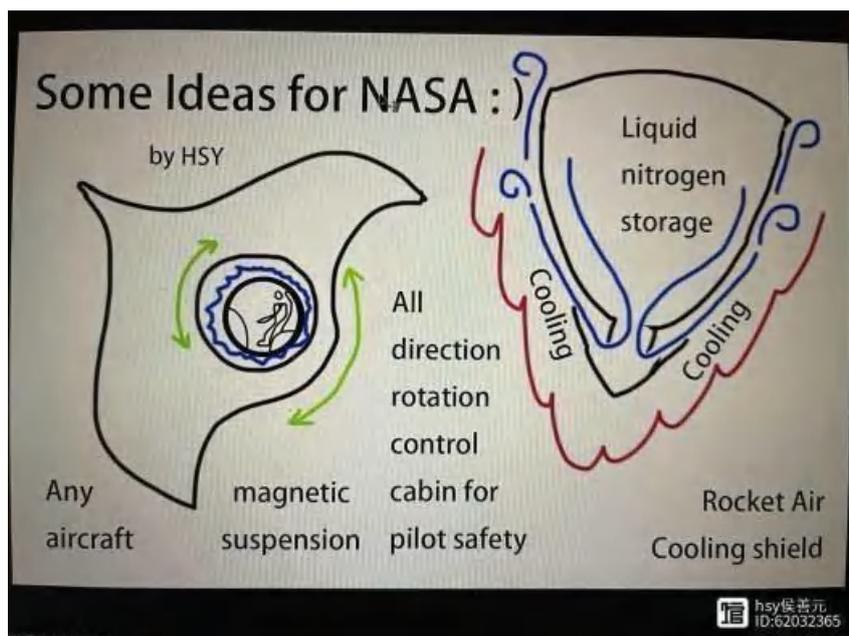








科技创意

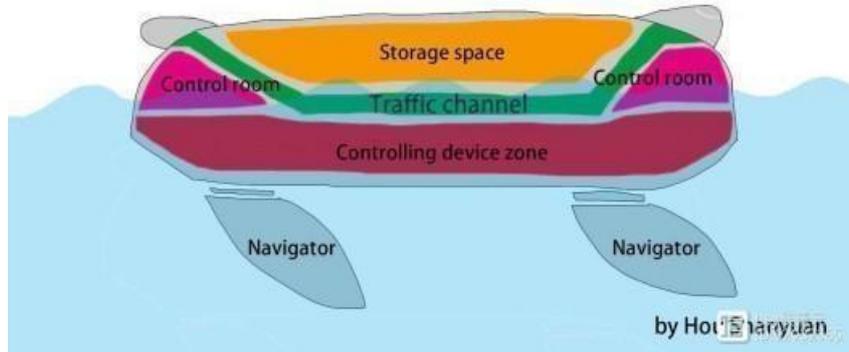


## Semi-Submersible Navigator

Can resist huge wind and waves

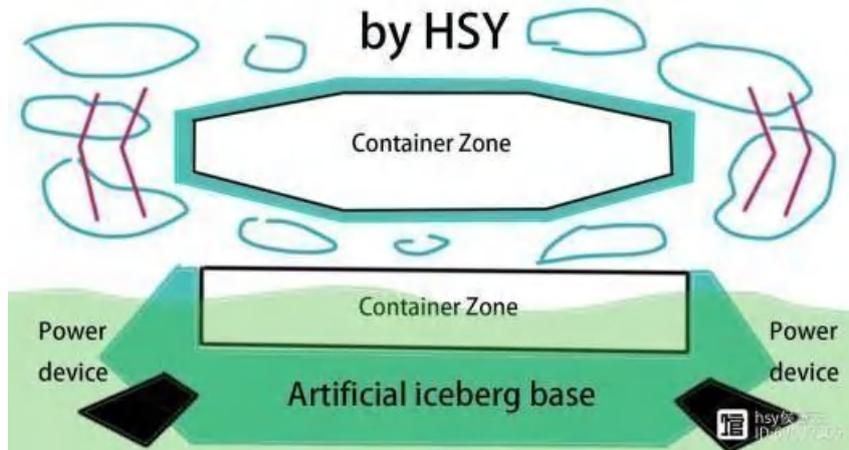
Suitable for deep sea navigation

Bionic technology



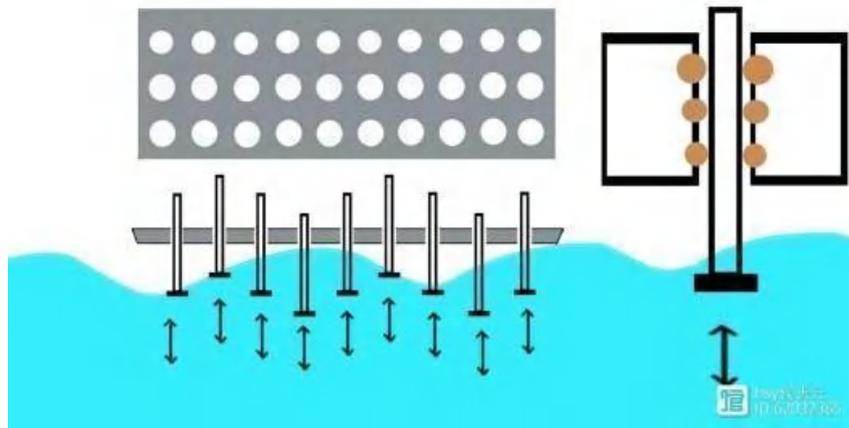
## Iceberg feighter concept design

by HSY



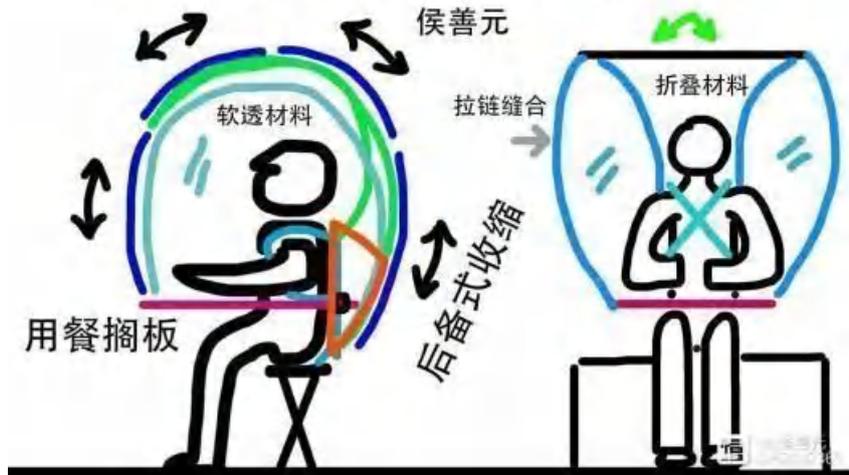
# Vertical wave power generation system design

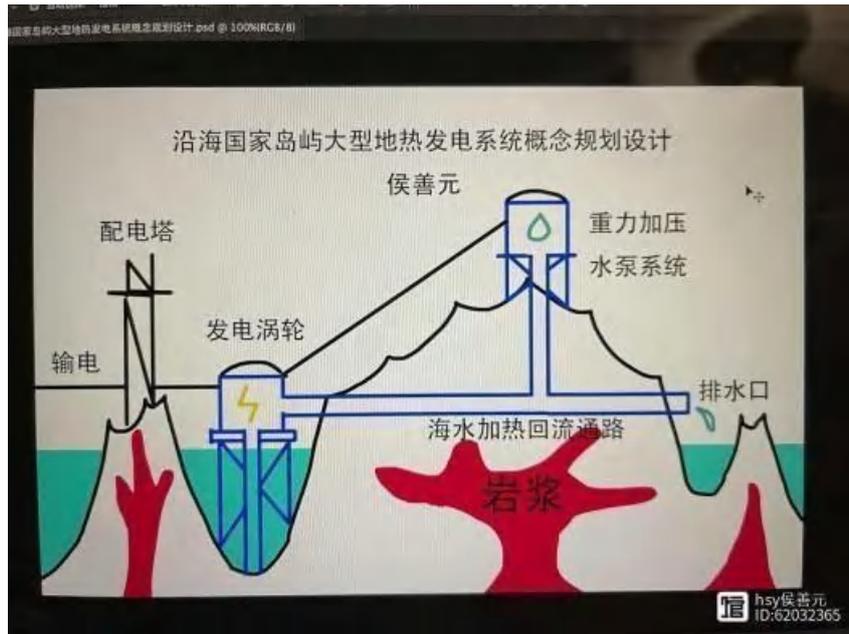
by Hou ShanYuan



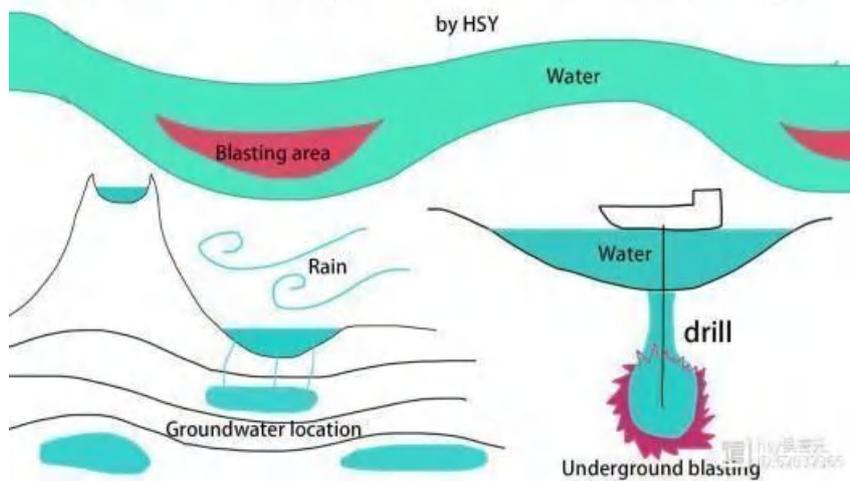
# 伸缩式户外用餐穿戴套装概念规划设计

侯善元

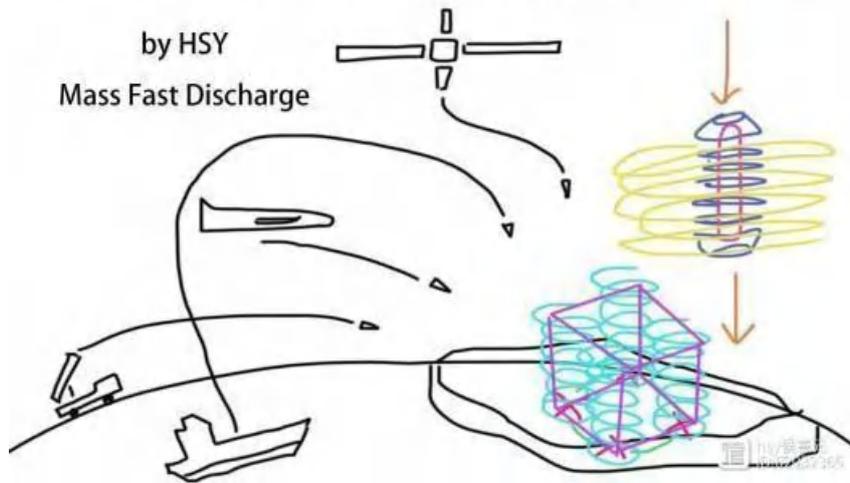




### Surface water drought crisis solution concept design

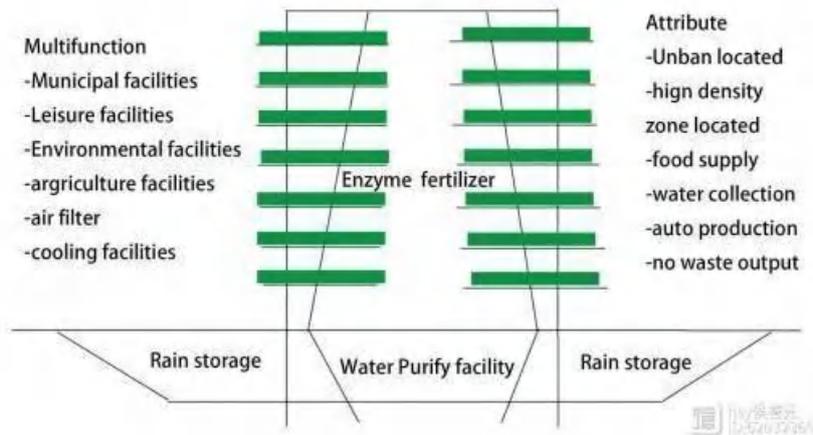


### Electromagnetic wave bomber throwing path concept design



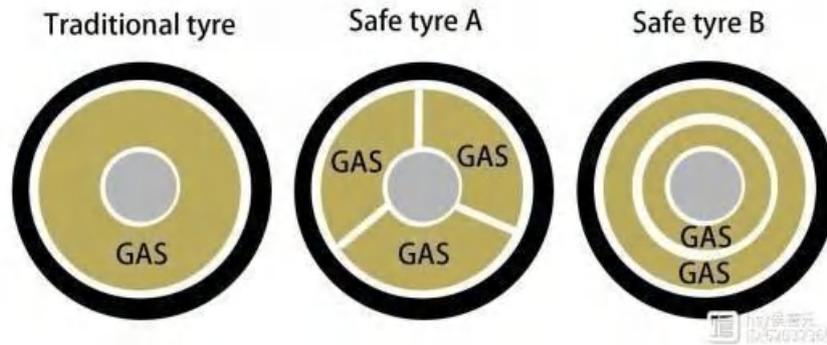
### Urban agriculture architecture system design

by Hou ShanYuan



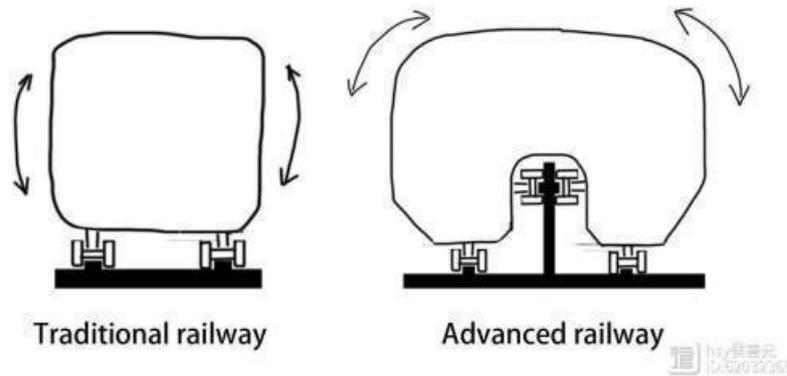
# Safe tyre concept design

by Hou ShanYuan



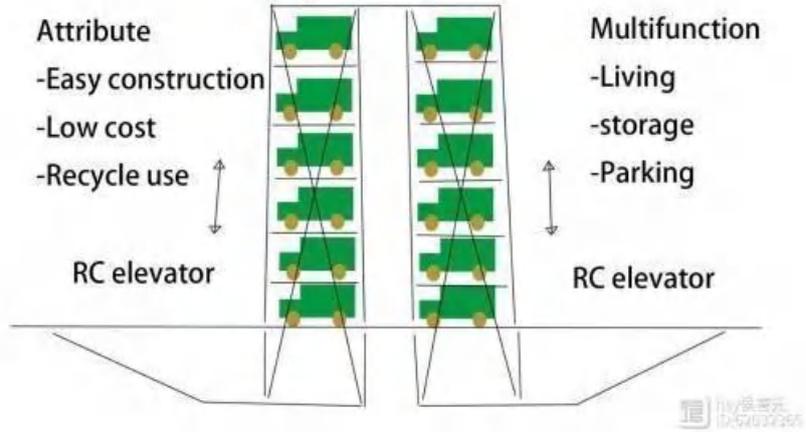
# Anti-jump railway system concept design

by Hou Shan Yuan

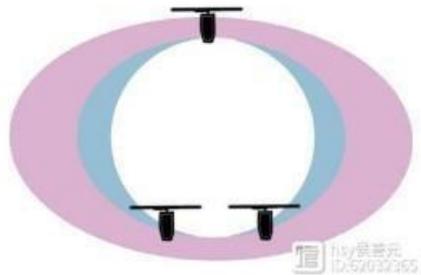
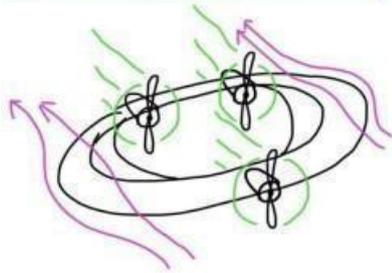


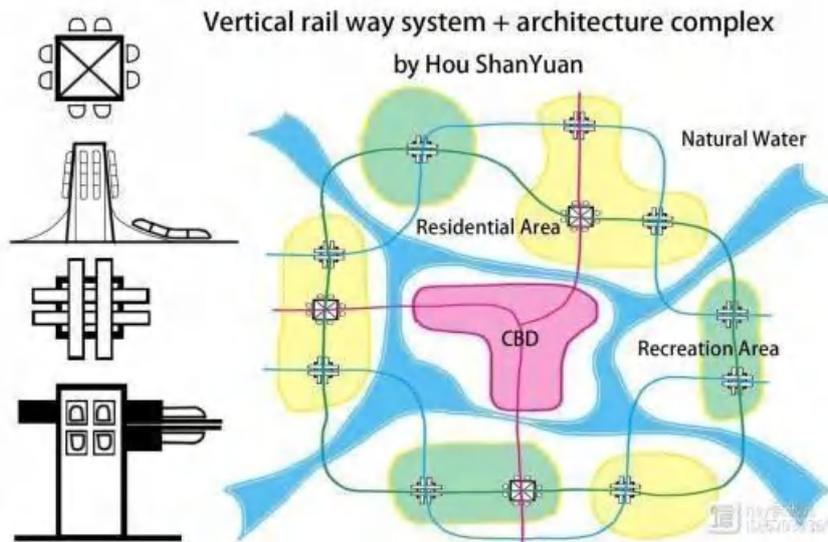
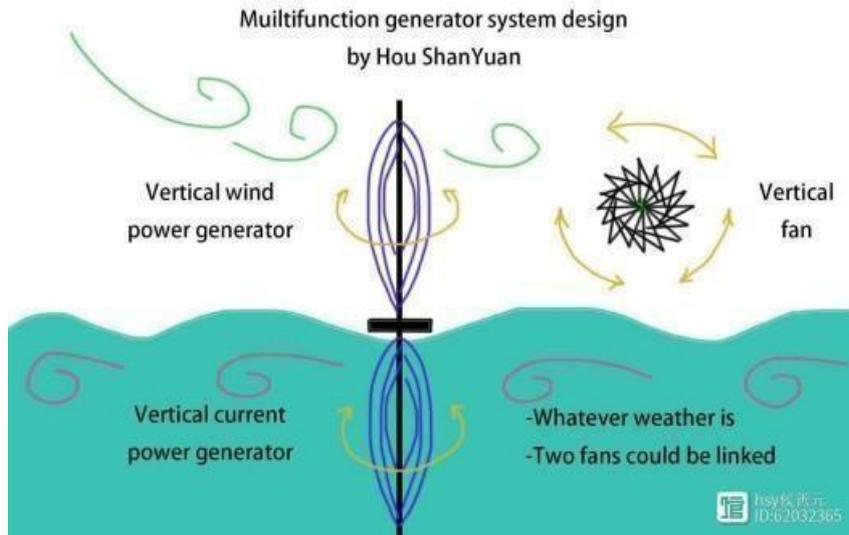
### Reverso Context Architecture system design

by Hou ShanYuan

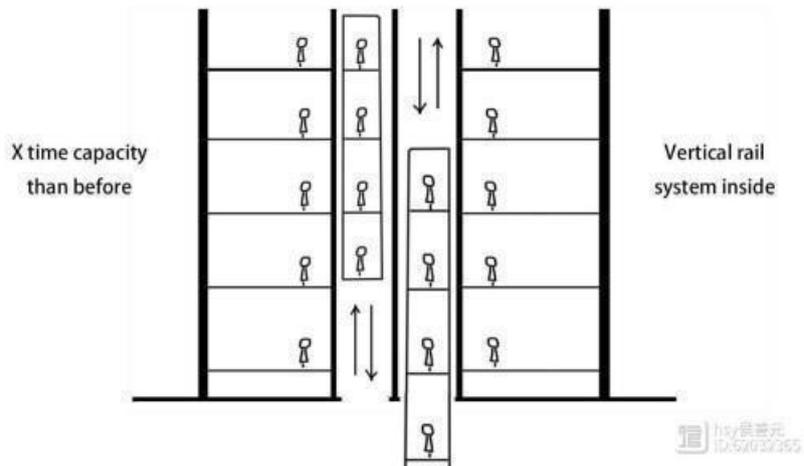


### Brand new air craft concept design by Hou ShanYuan

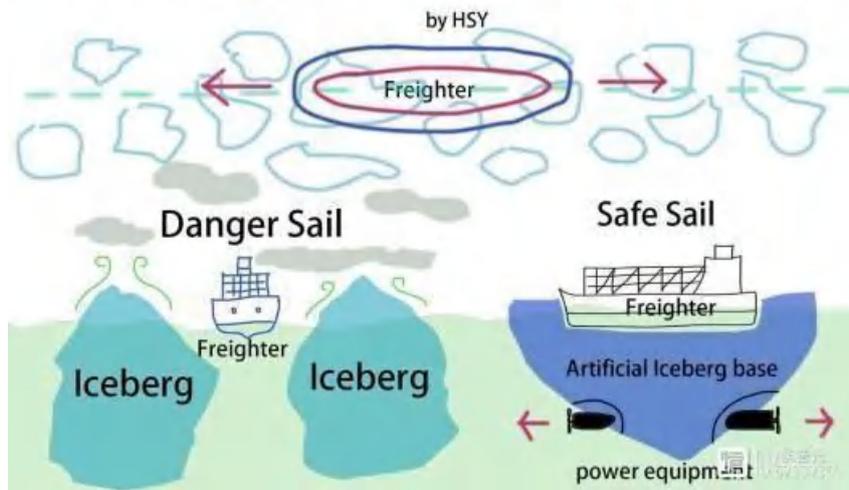




Super high-rise building elevator capacity improve design  
by Hou ShanYuan

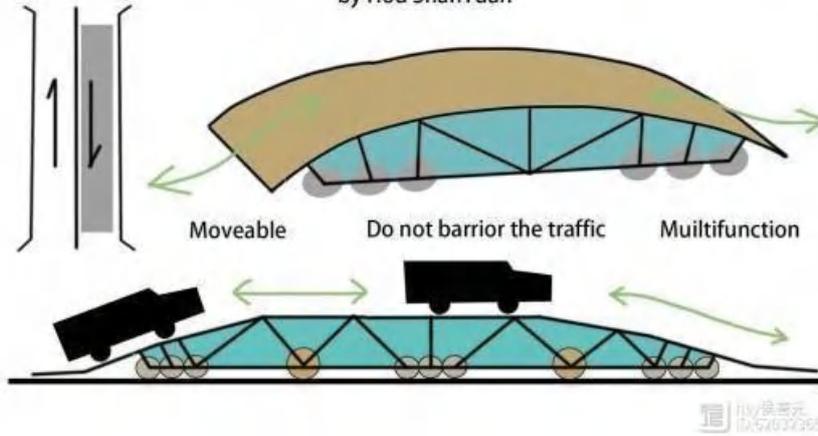


(Ant)arctic Iceberg shipline safe sail model concept design



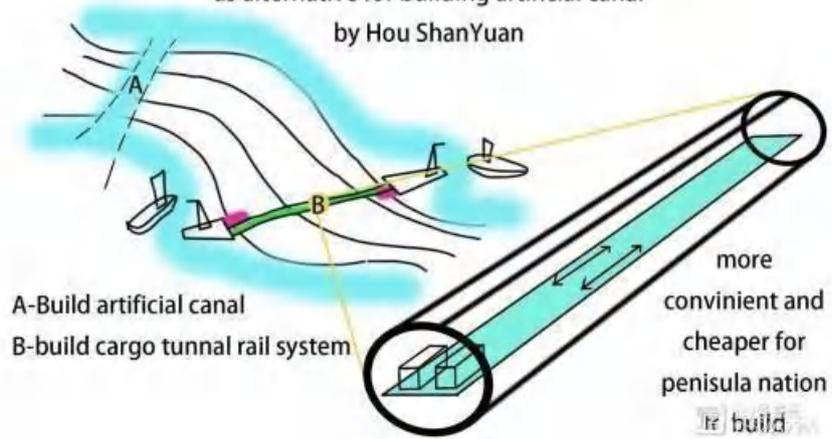
### Emergency architecture on high way system concept design

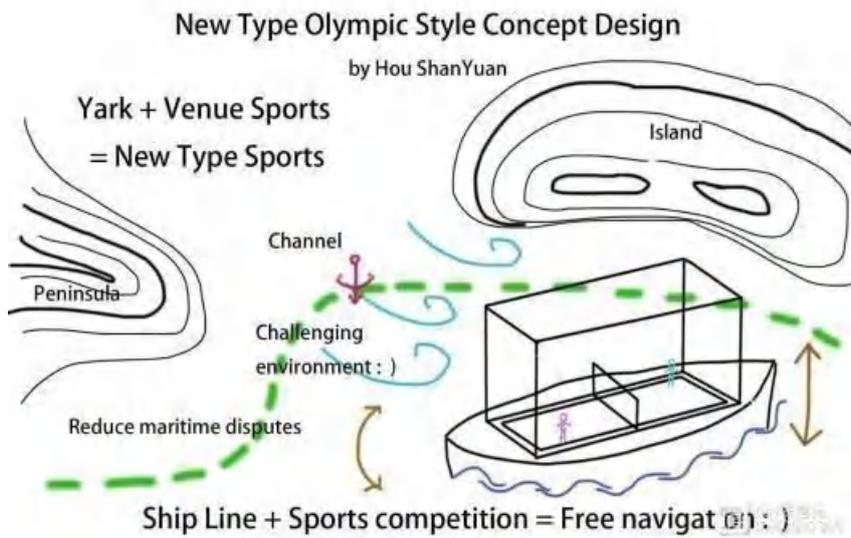
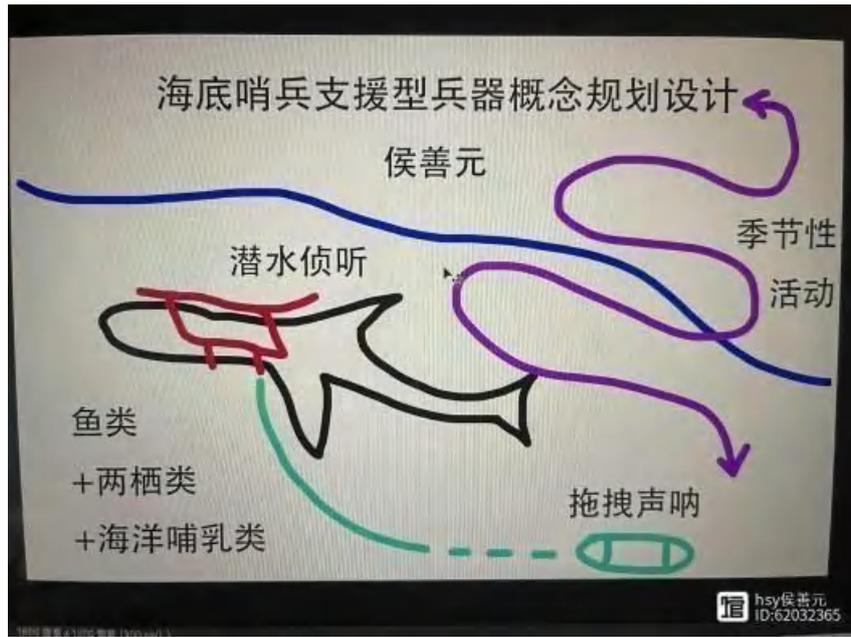
by Hou ShanYuan



### Special cargo tunnel rail system concept design as alternative for building artificial canal

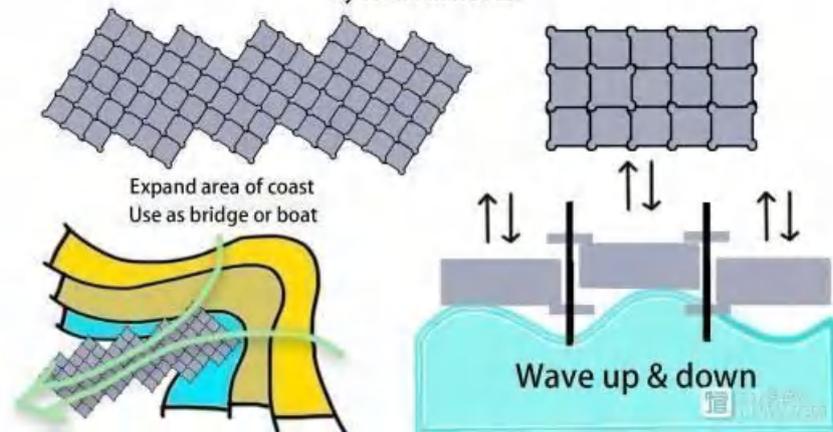
by Hou ShanYuan





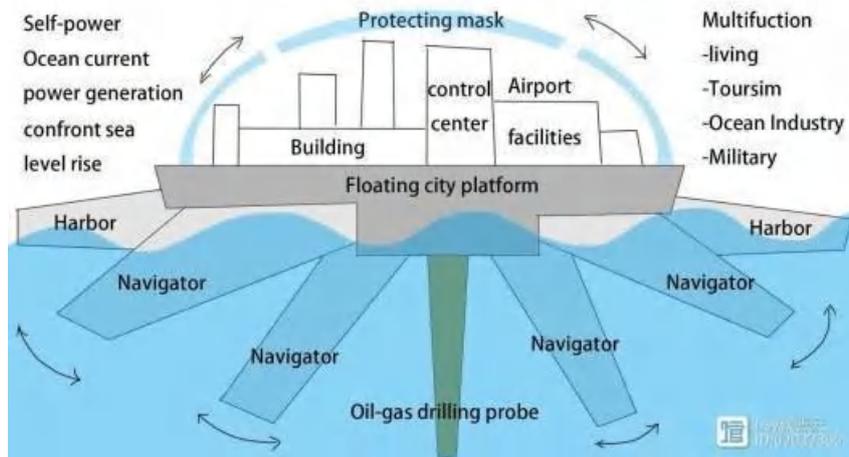
# Beyond water landing facility concept design

by Hou ShanYuan

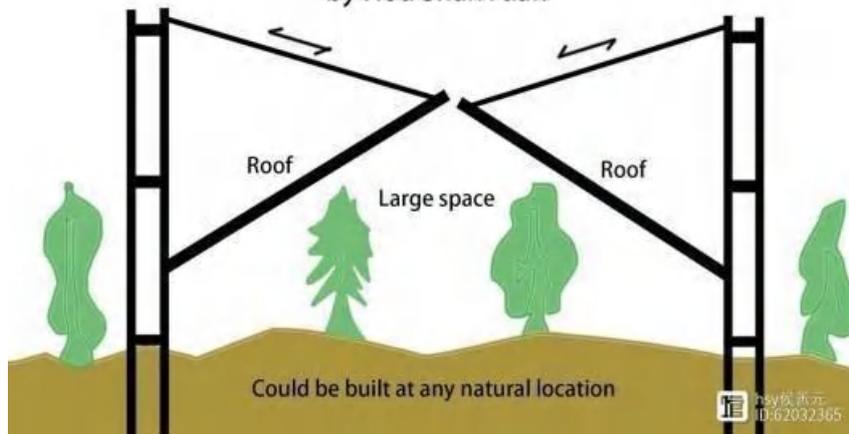


## Floating ocean city system plan & design

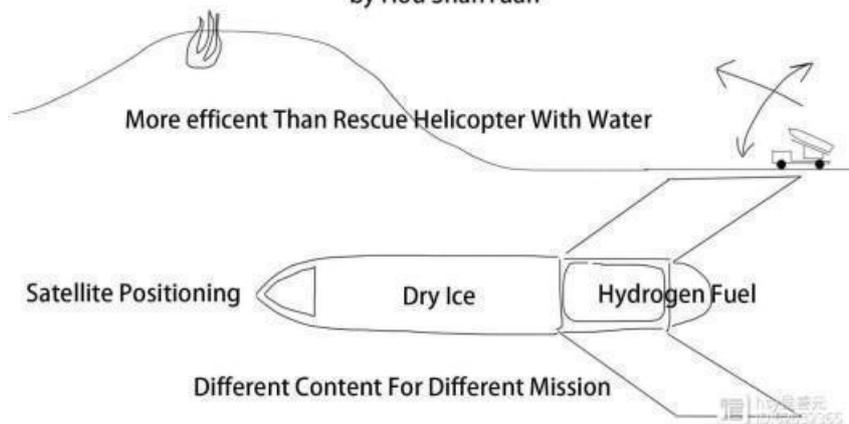
by Hou ShanYuan



Fast architecture in natural environment concept design  
by Hou ShanYuan



Multifunction Remote Extinguishing Missile Concept Design  
by Hou ShanYuan

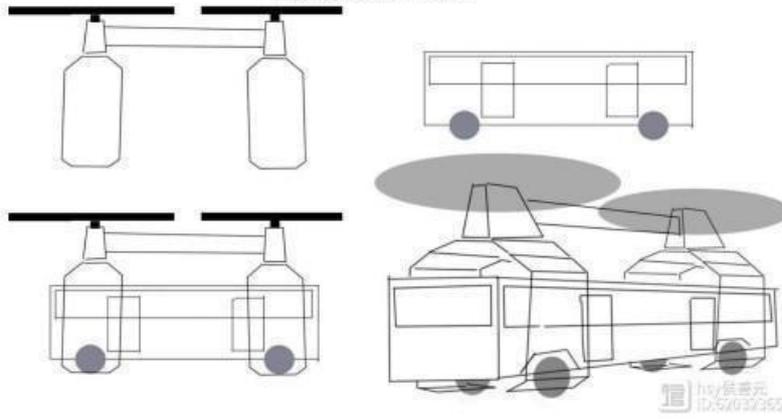


Miner protection shell design for high survive ratio



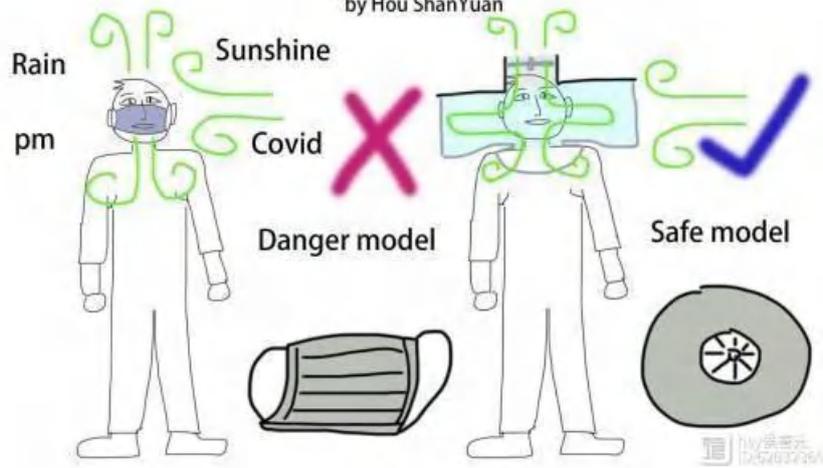
### Airbus Carrier Concept Design

By Hou ShanYuan

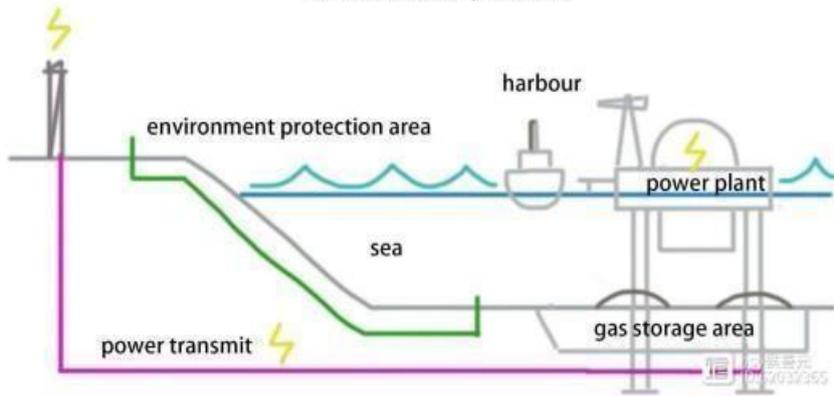


### Covid Mask Promotion Device Concept Design

by Hou ShanYuan

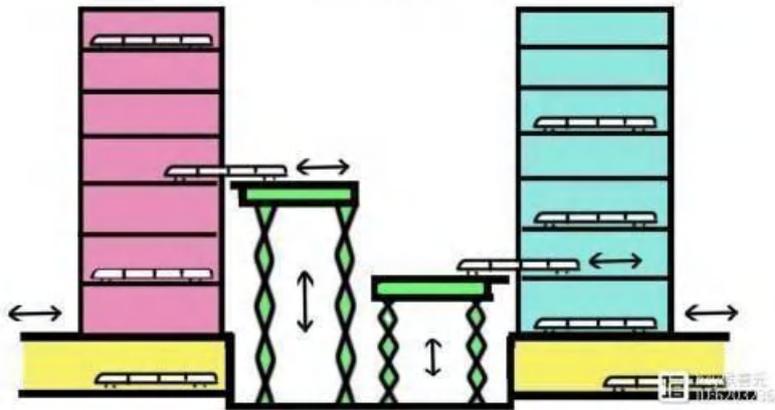


power plant concept design  
for reference only to TW :)



### Rail system storage building concept design

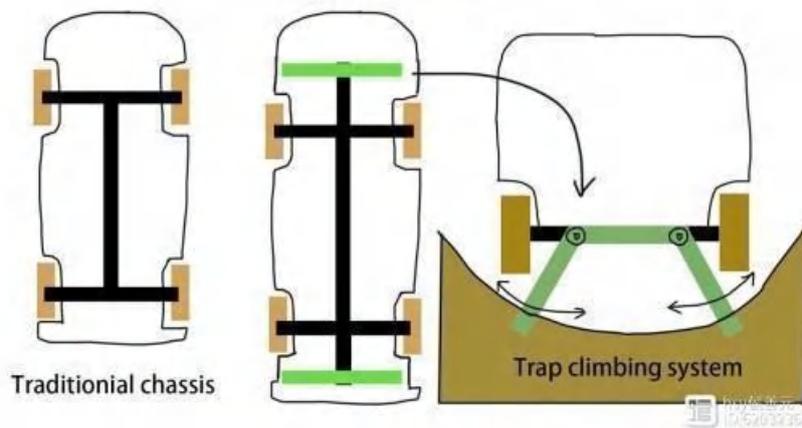
by Hou ShanYuan





### Trap Climbing System (car use) Concept Design

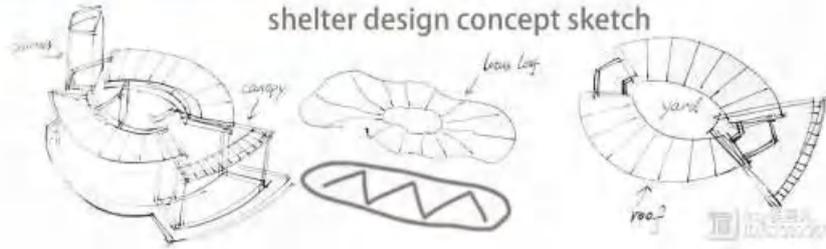
by Hou ShanYuan





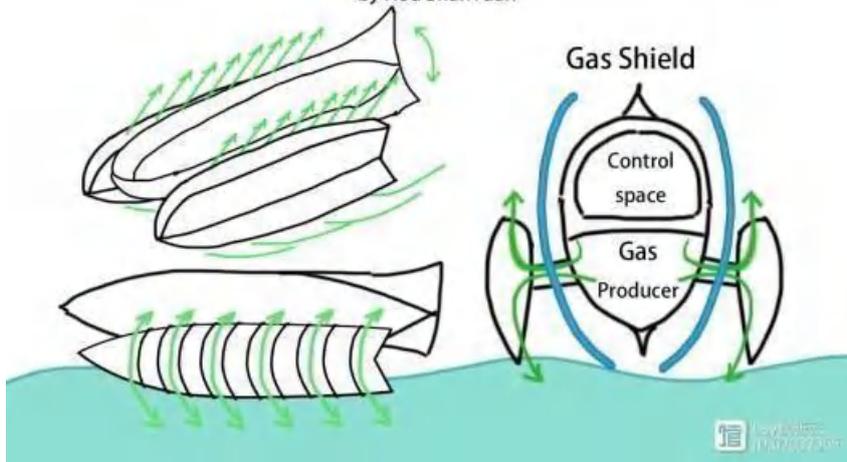
- short eaves let rain fall on head
- moisture corrode foot of a wall
- rain fall down on the ground
- small window lack sunshine
- rectangle shape cannot resist strong wind

shelter design concept sketch



### New Type Pneumatic Ship Concept Design

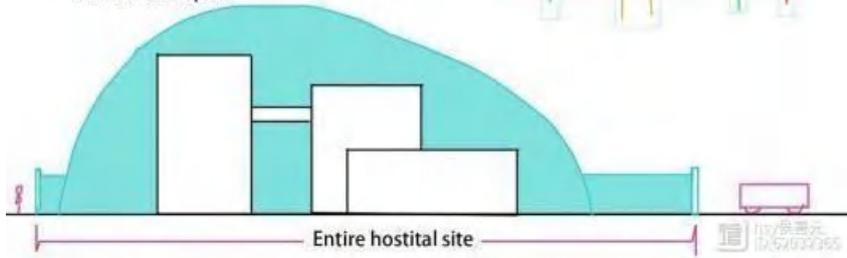
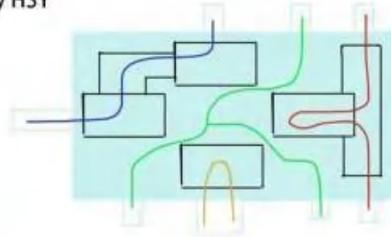
by Hou ShanYuan

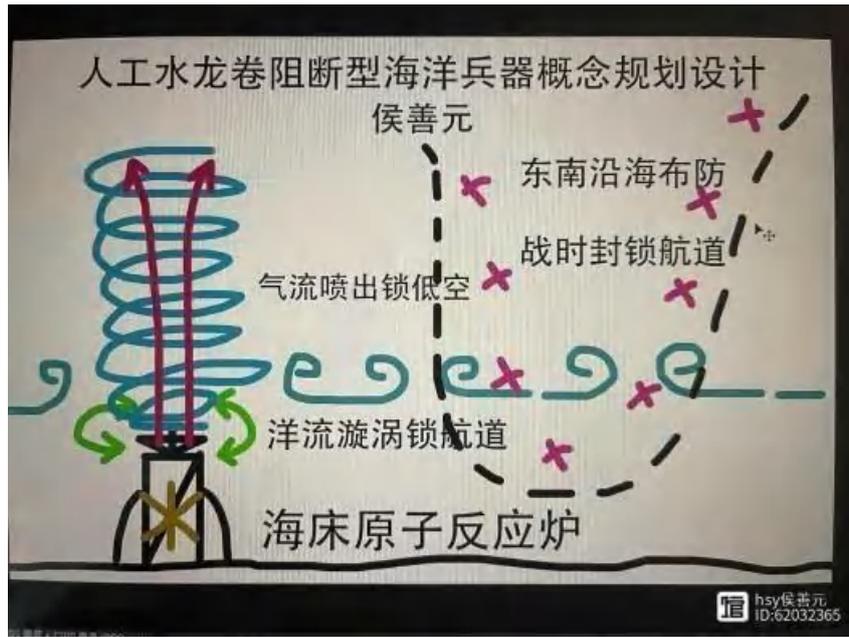


### Hospital integral negative pressure isolation temporary facility concept design

by HSY

- Negative pressure isolation cover
- = Plastic material
- + Combination skeleton
- + Negative pressure machine
- + Streamline diversion
- + Different export





Waste Plastic Recycle Strategy  
by Hou ShanYuan

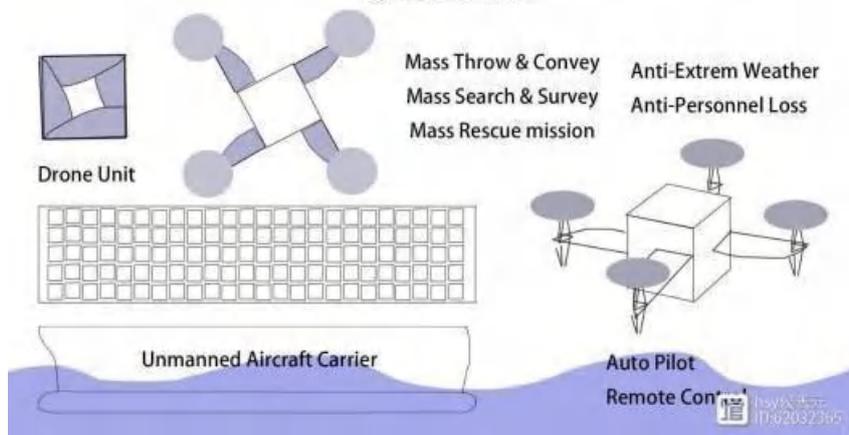
for Toilet paper

for newspaper

for writing papers  
or for making books

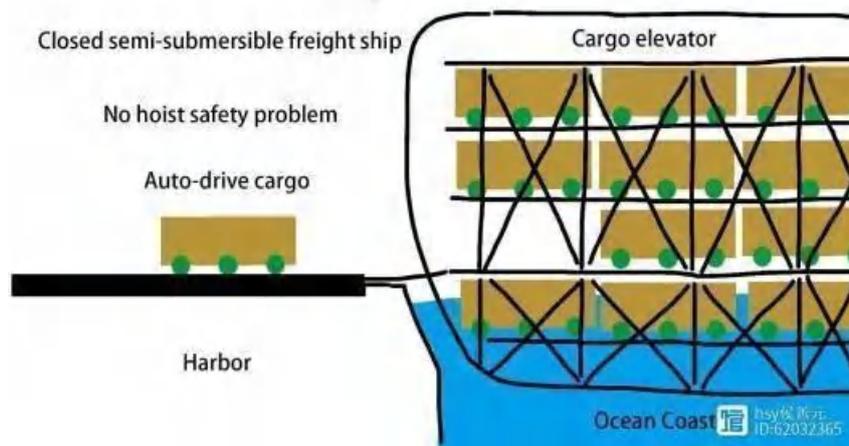
## Multifunction Drone Aircraft Carrier Concept Design

by Hou ShanYuan



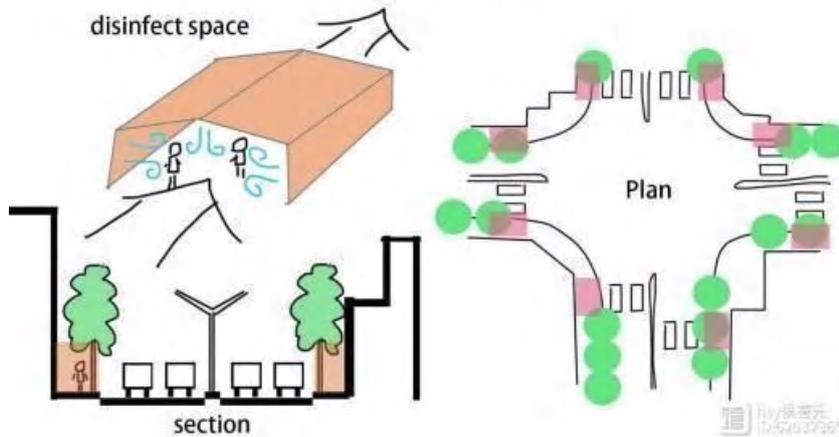
## Brand new cargo transport system design

by Hou ShanYuan



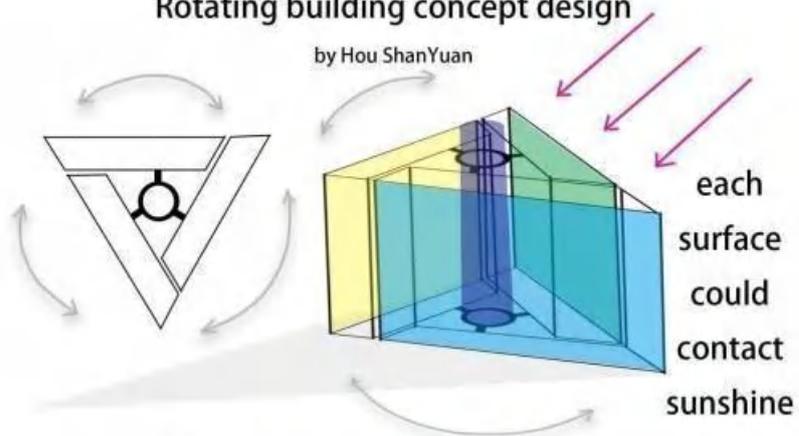
### City Large-scale disinfection facilities Concept Design

by Hou ShanYuan



### Rotating building concept design

by Hou ShanYuan

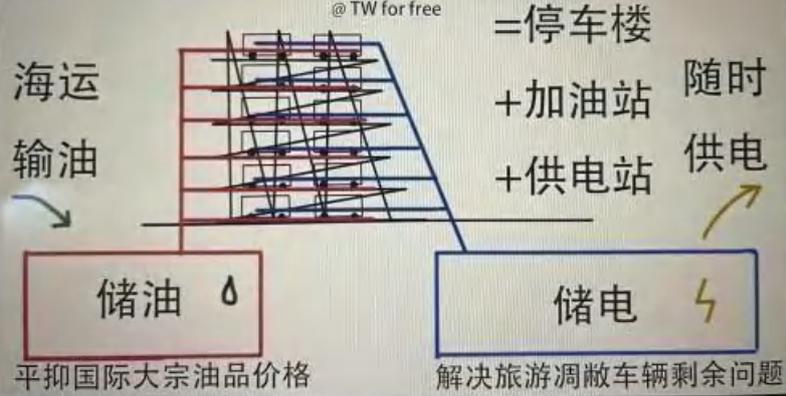


There is no fixed landscape for Architecture anymore



# 机动车组合式油电站概念规划设计

by HSY · 侯善元  
@ TW for free

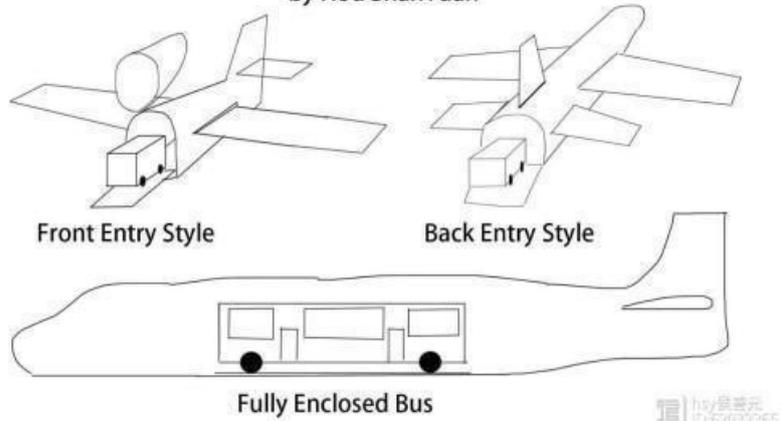


Softshark

hsy侯善元  
ID:62032365

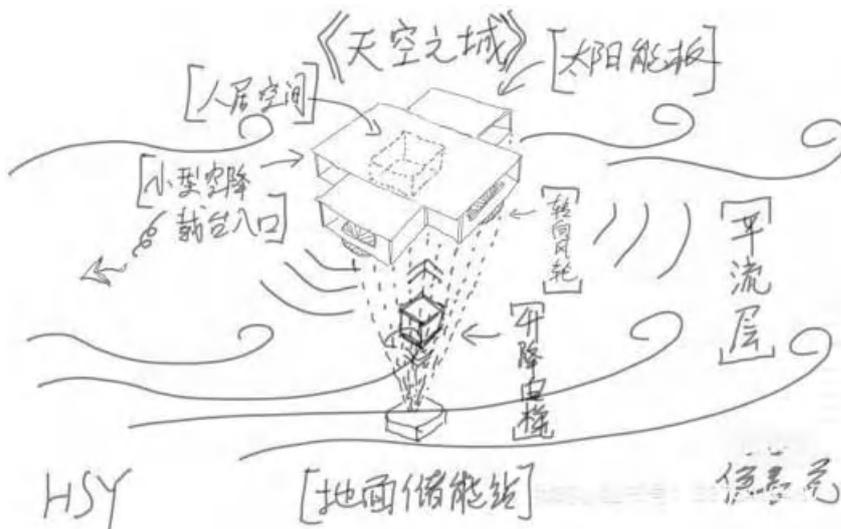
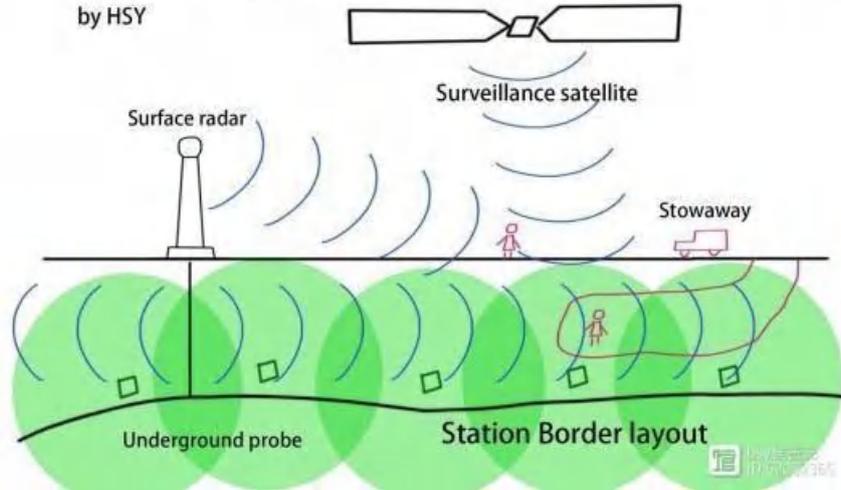
## Covid Epidemic Prevention Airliner Concept Design

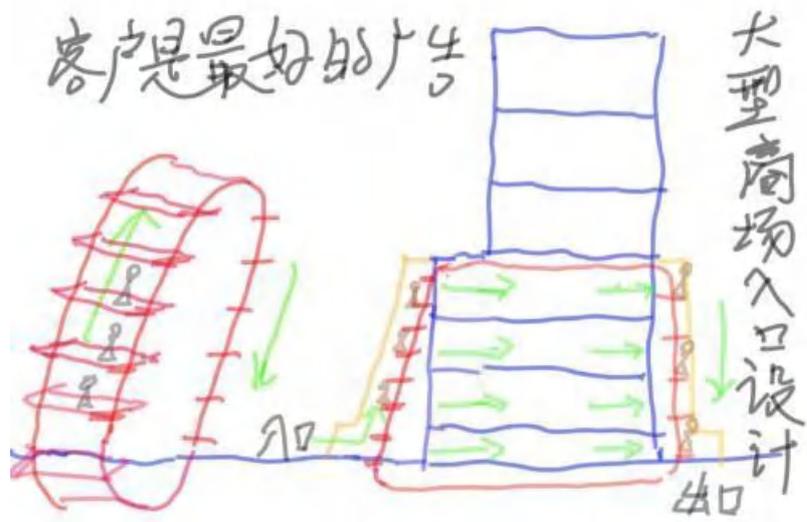
by Hou ShanYuan

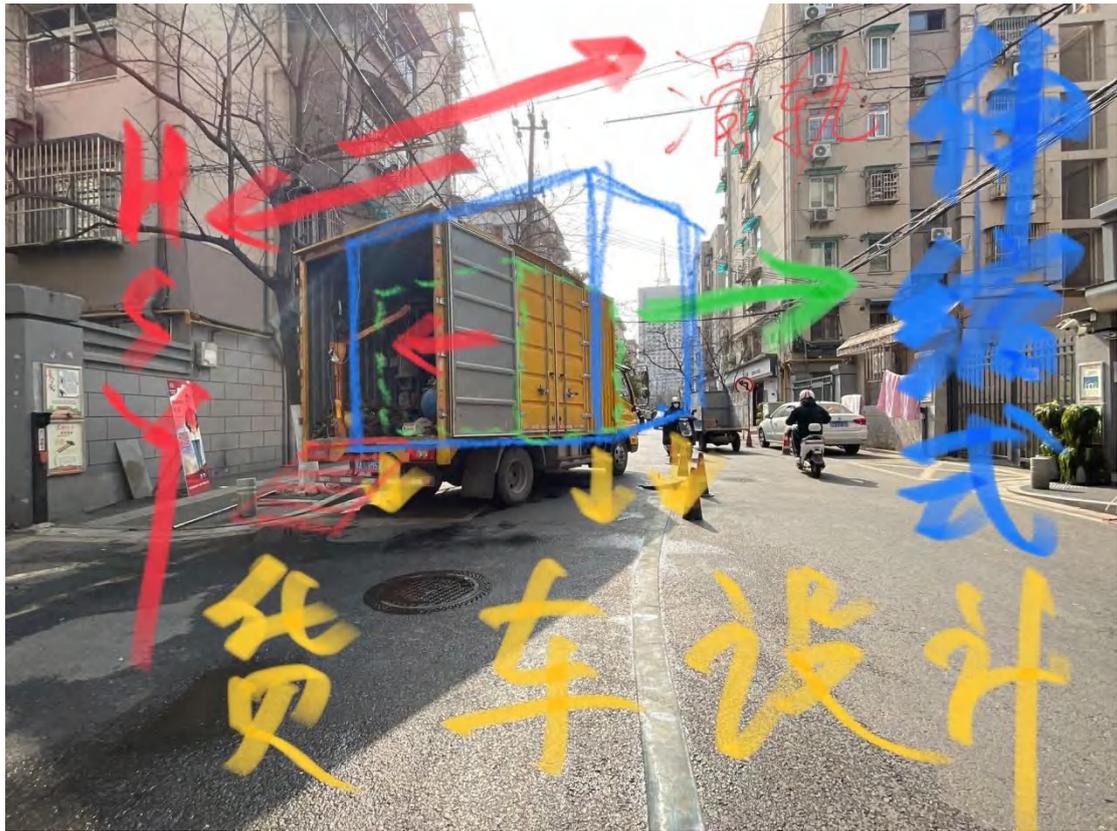


hsy侯善元  
ID:62032365

Anti-smuggling border monitoring station concept design  
by HSY

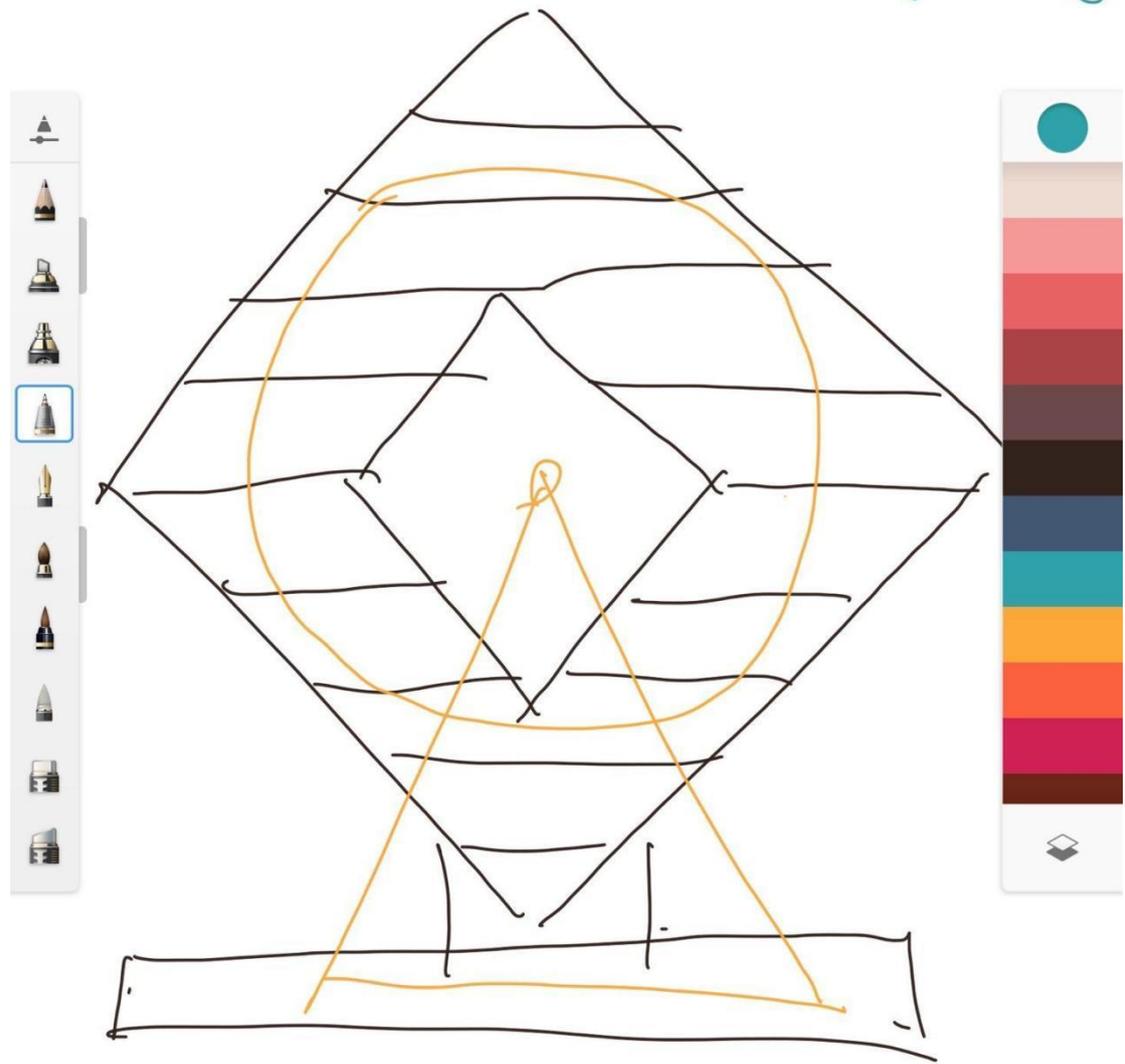


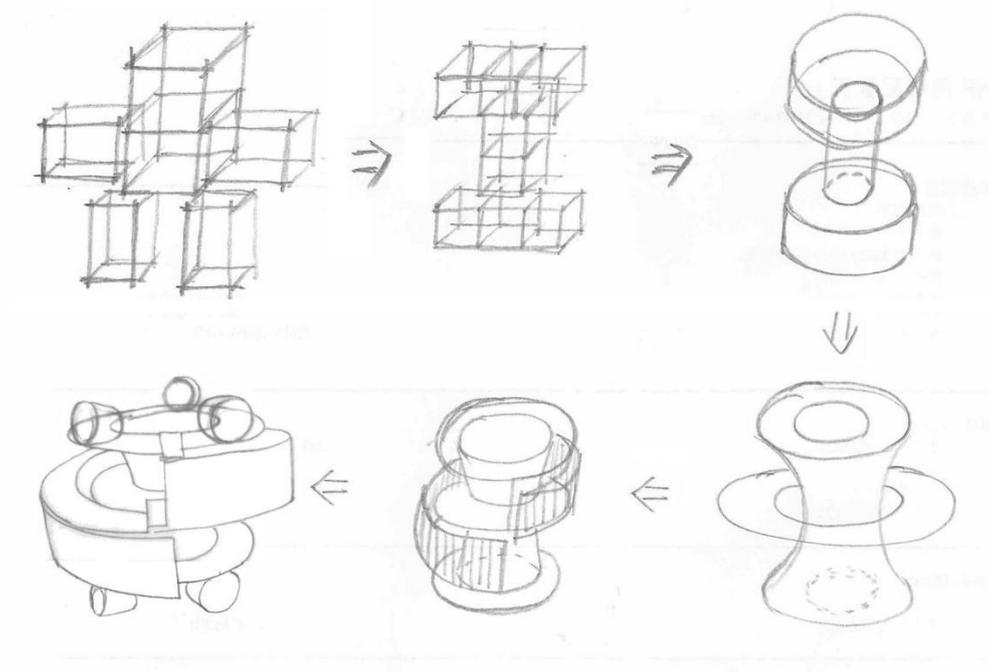
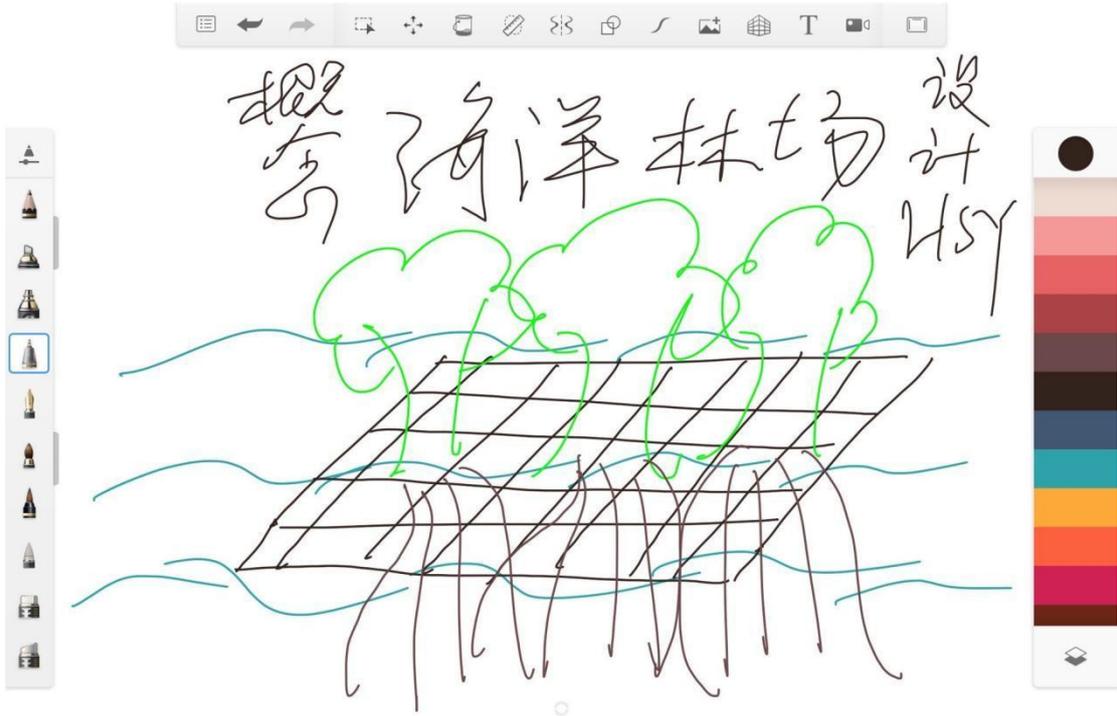






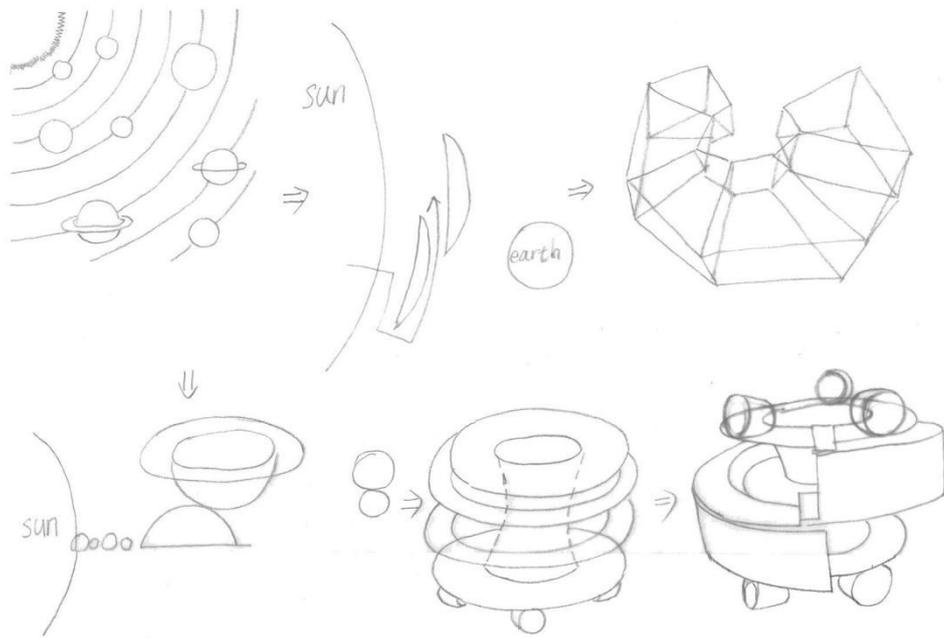
# 摩天轮交通系统

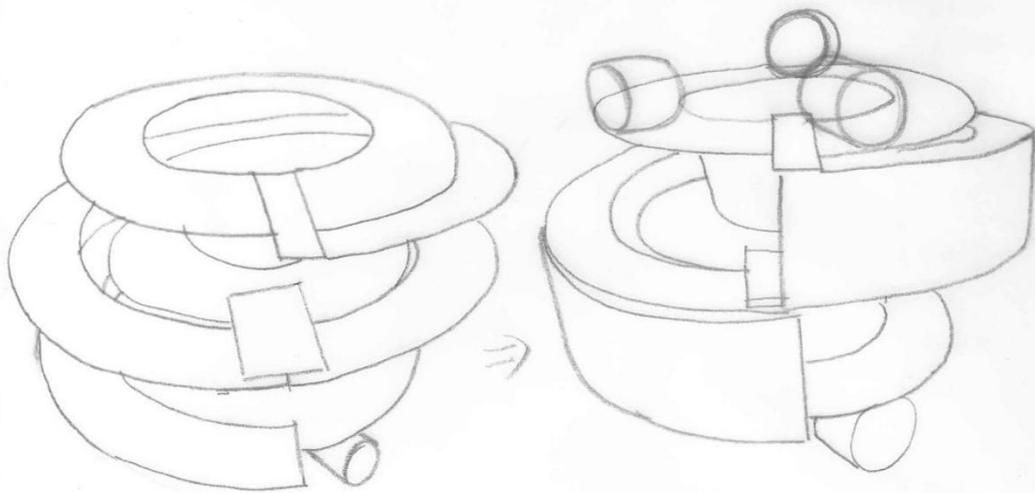
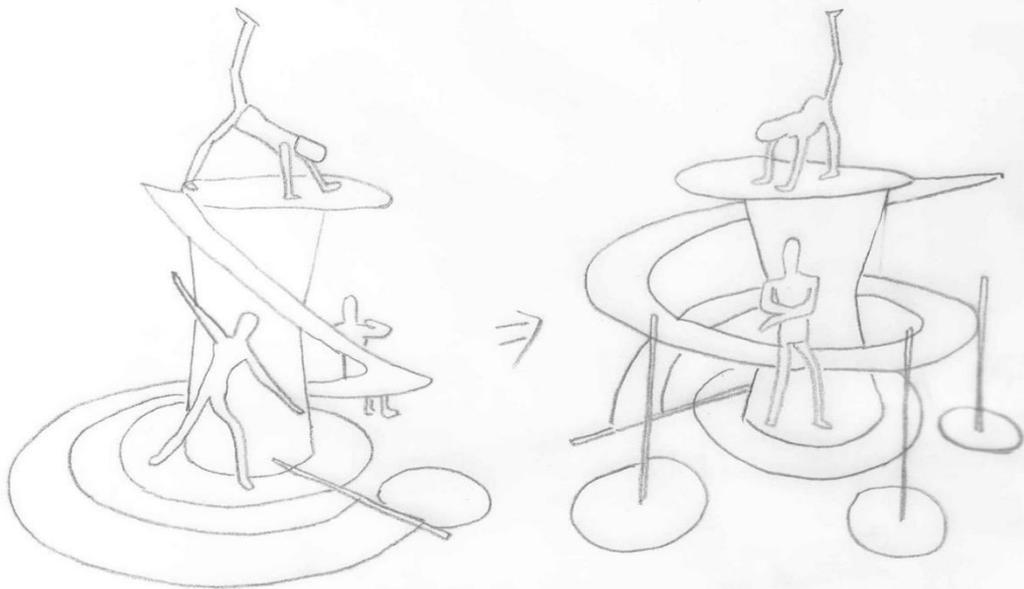




HOU SHAN YUAN  
0349518

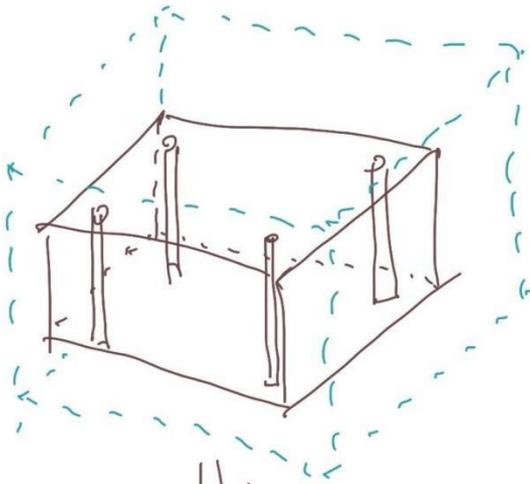
TEST MODELS  
DESIGN EXPLORATION



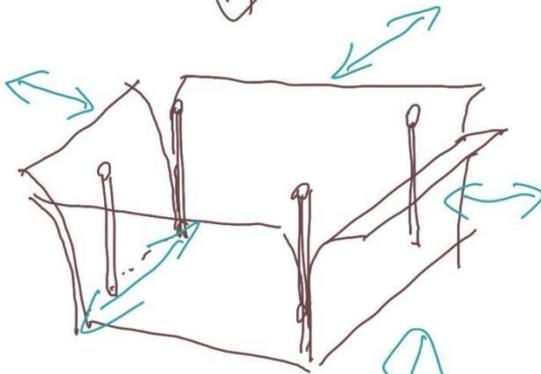


HOU SHAN YUAN  
0349518

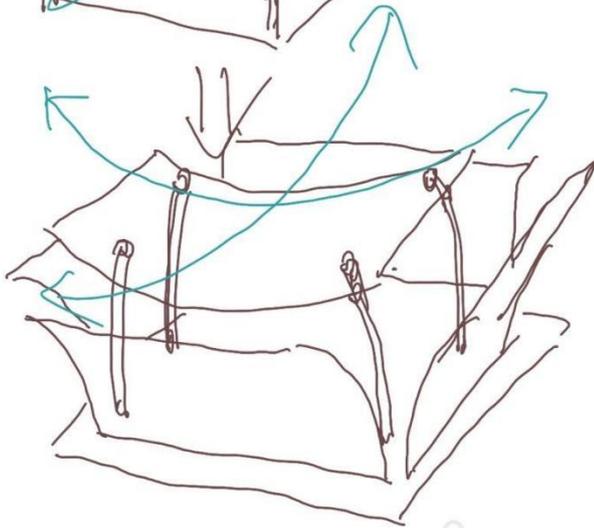
DESIGN PROCESS



DARK  
INSIDE

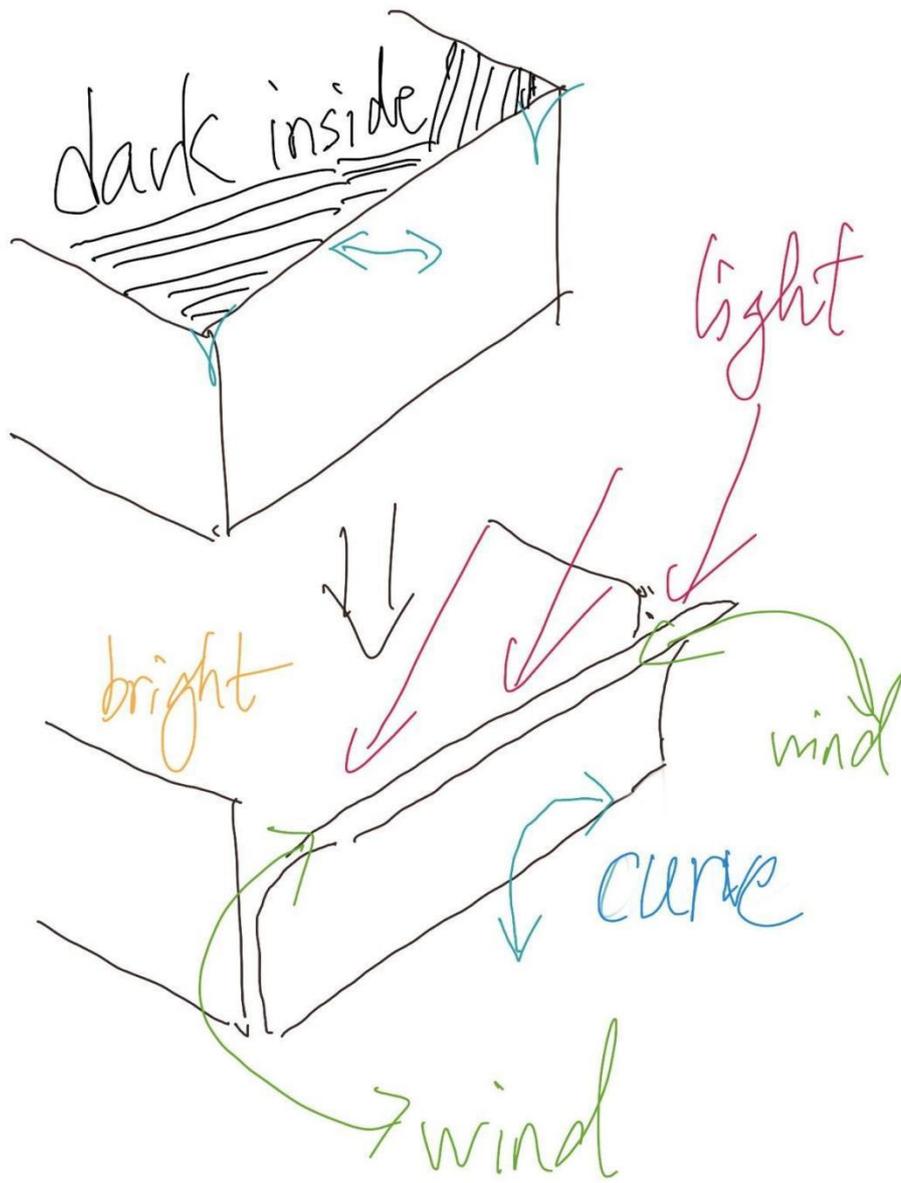


CURVE  
WALL



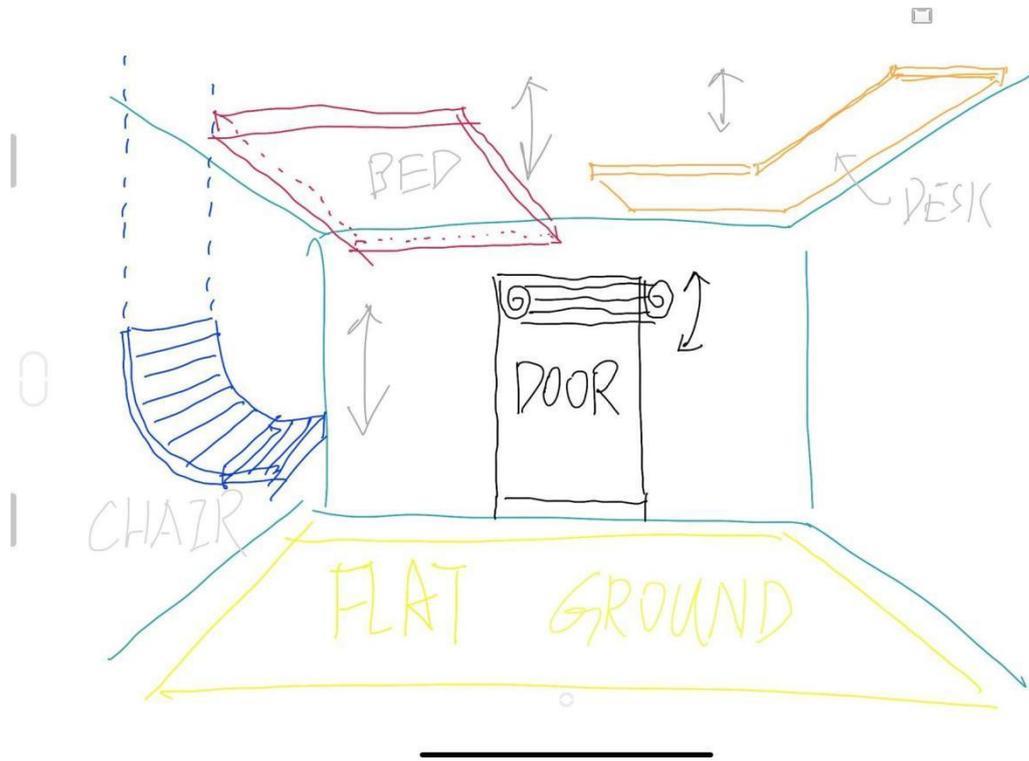
PLUS  
ROOF

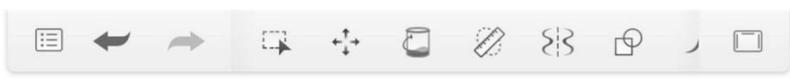




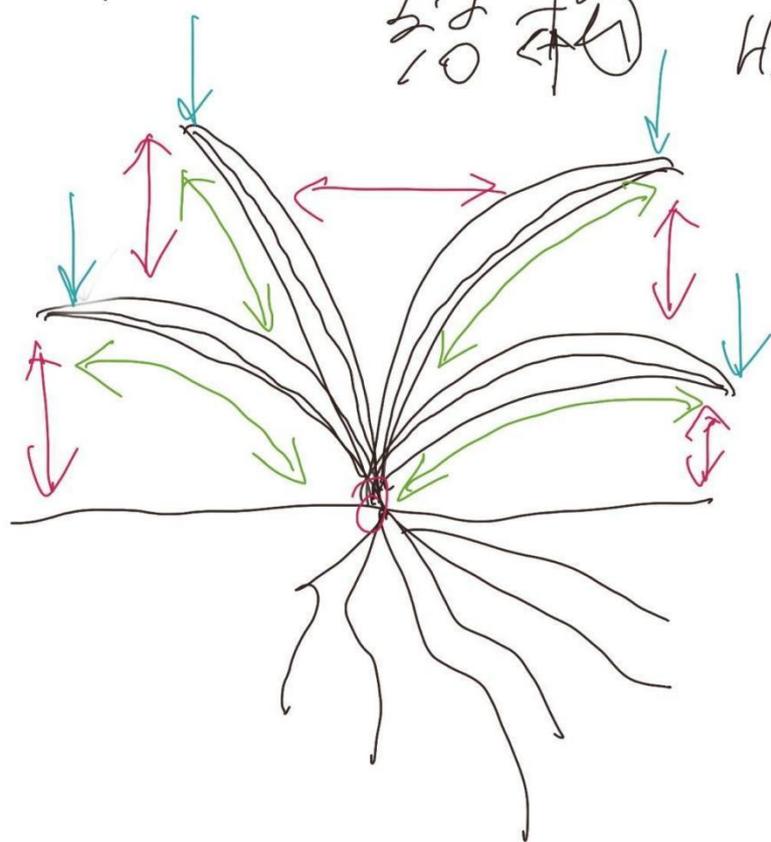
WALL DESIGN HSY

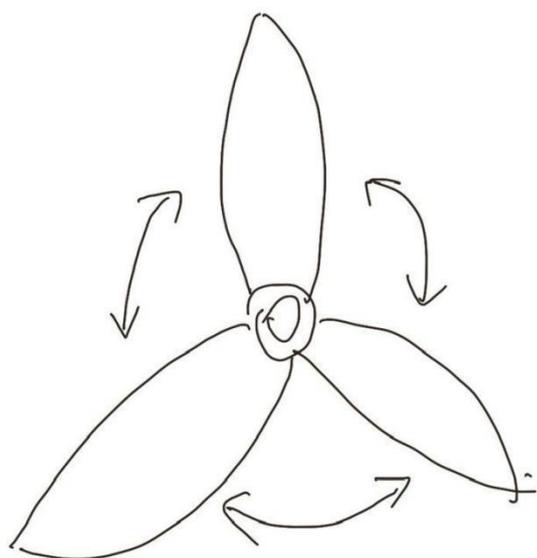
---



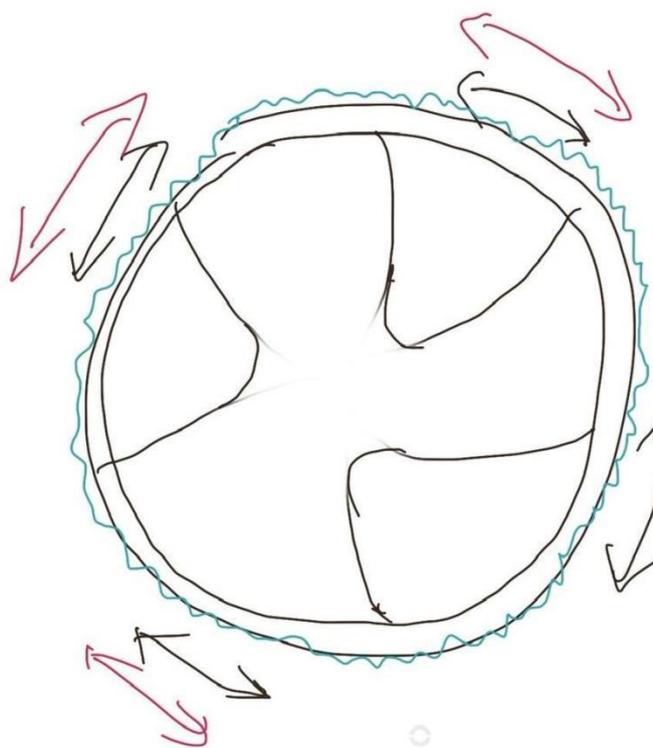


# 草本物理受力 结构 HSY



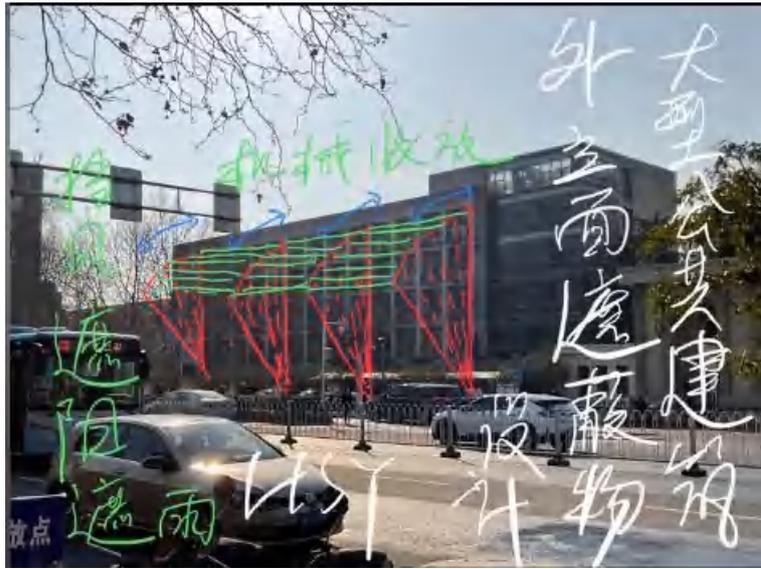


轴心  
旋转



边缘  
旋转

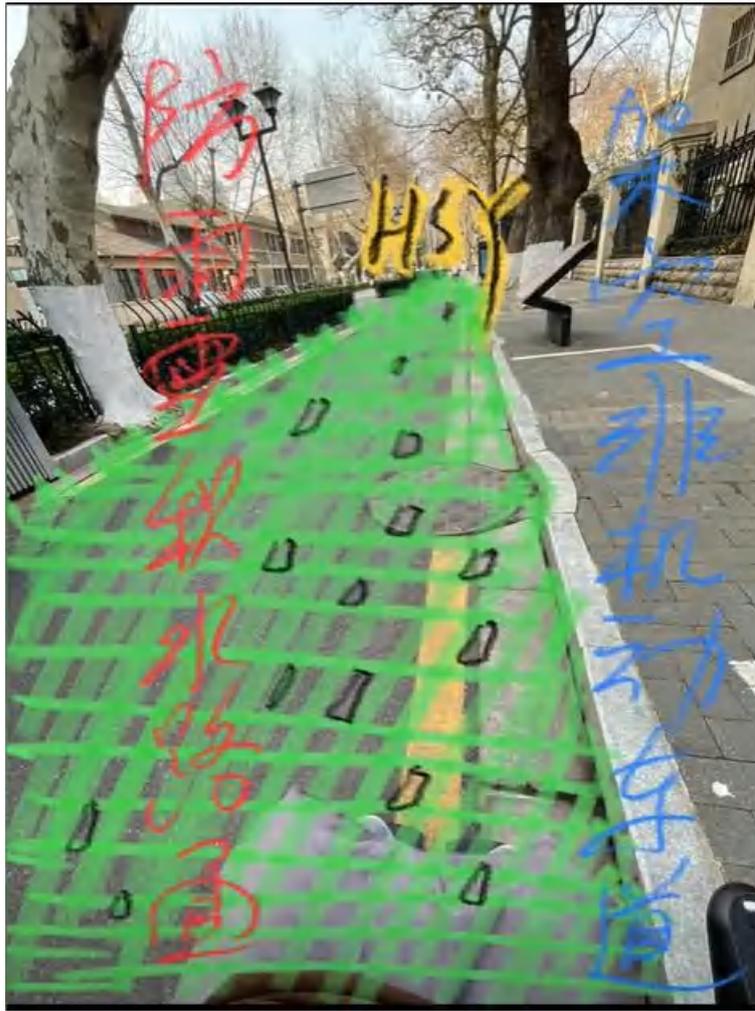








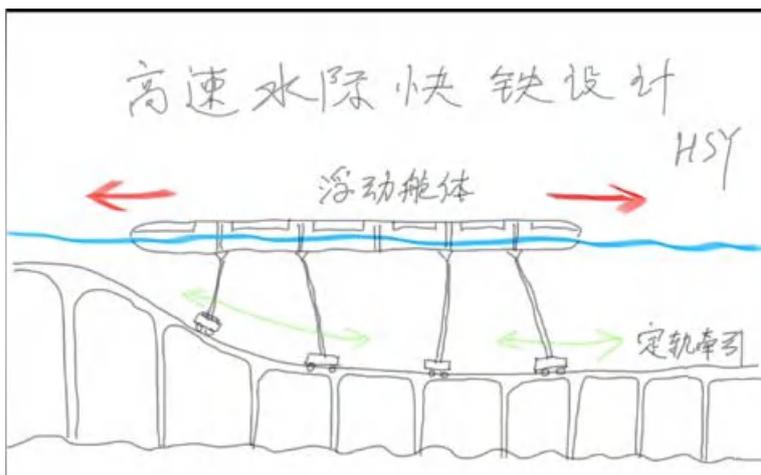




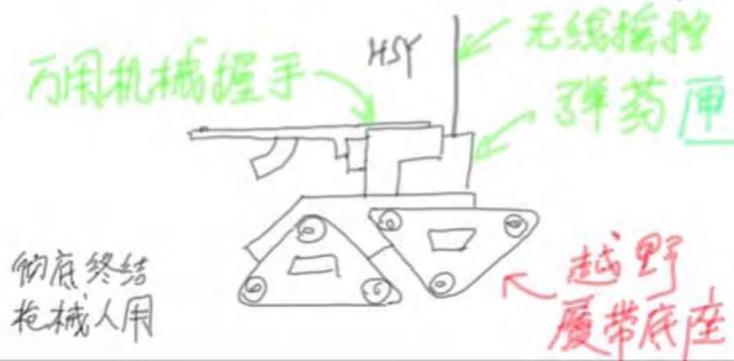




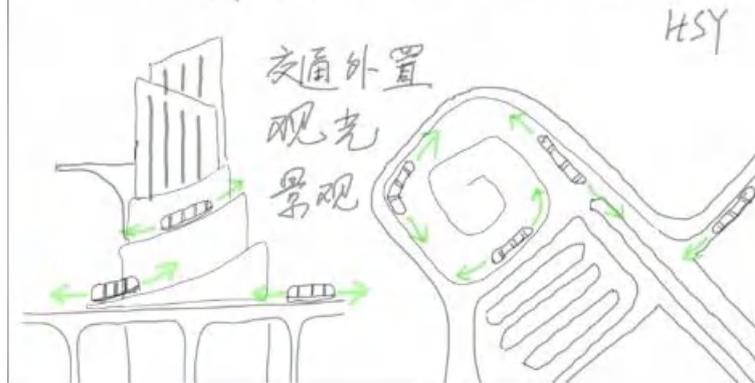


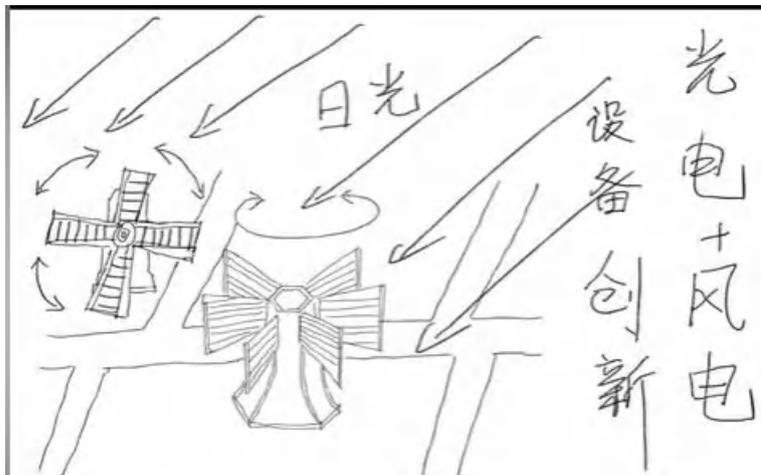


# 万用枪械射击机器人设计

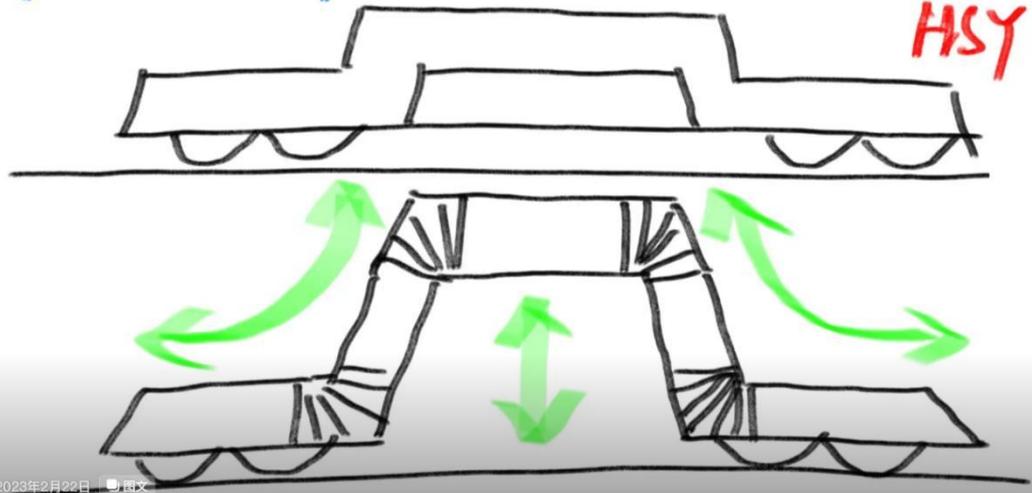


# 旋转轨道式垂直建筑交通

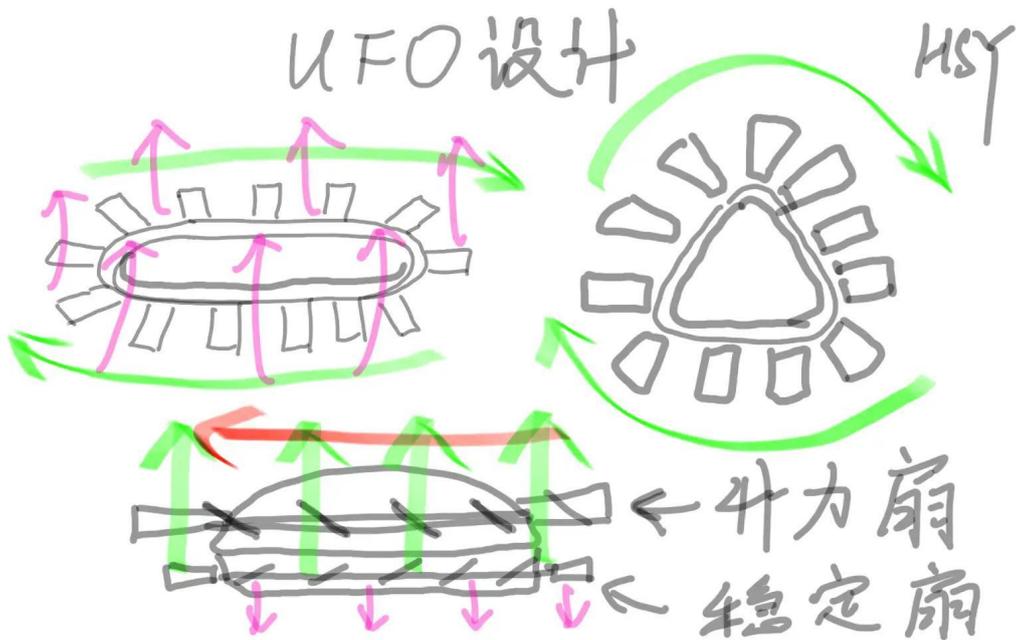




# 仿生伸缩汽车概念



## UFO设计



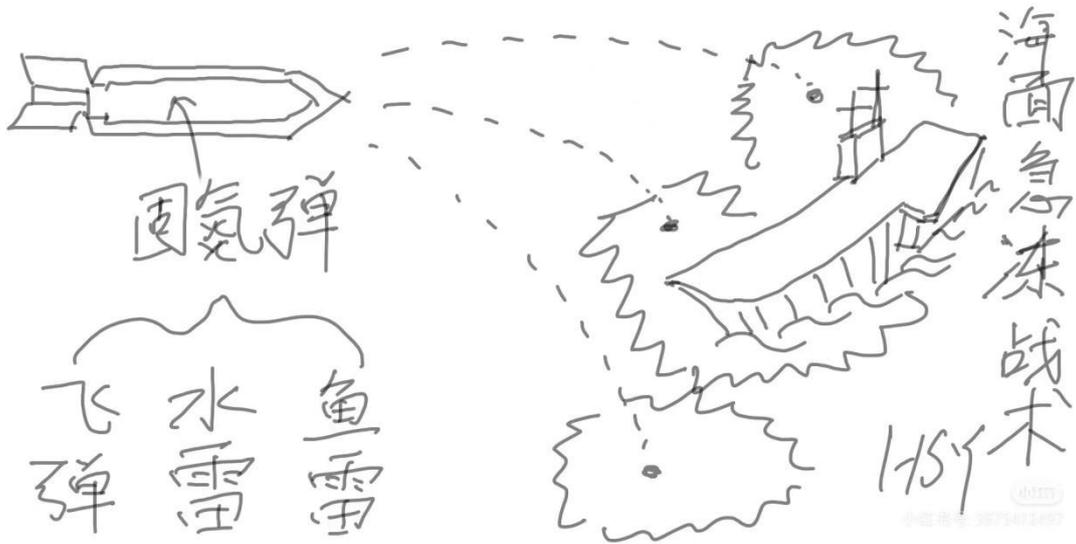


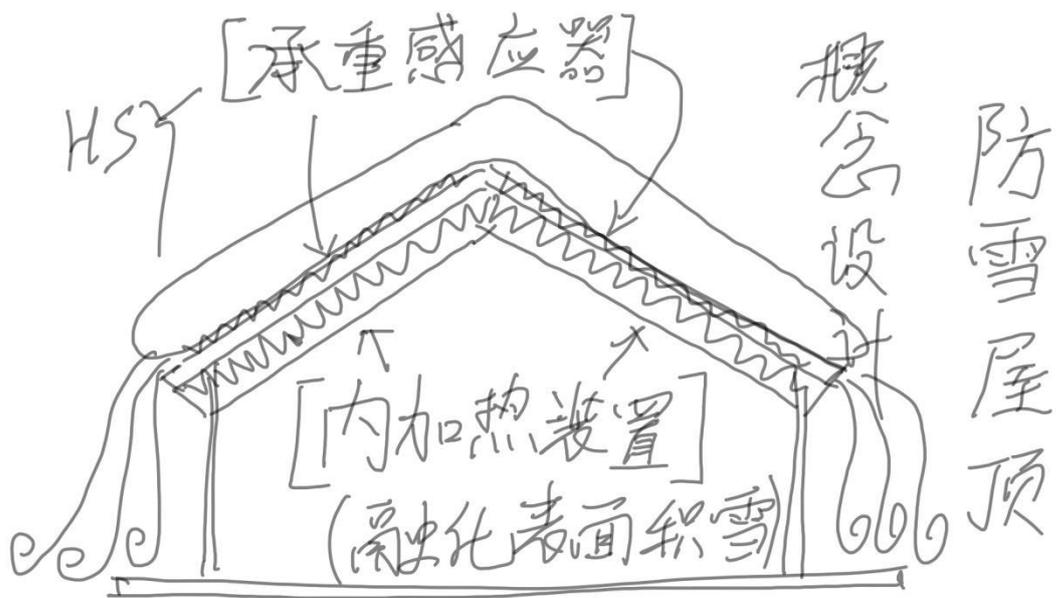
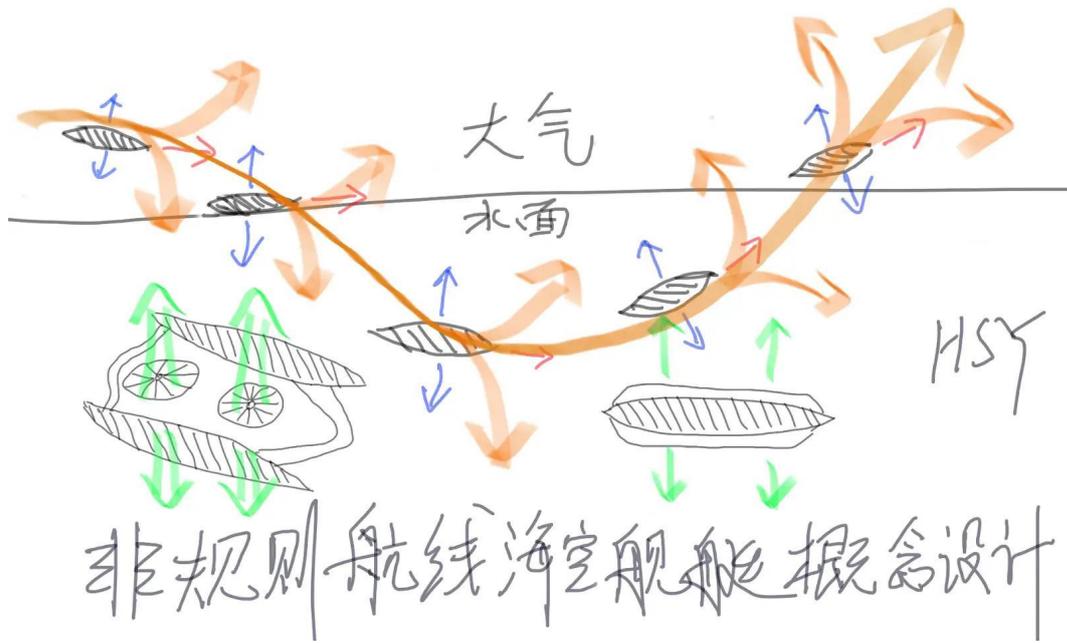


# 平原山林反坦克群战法 HSY

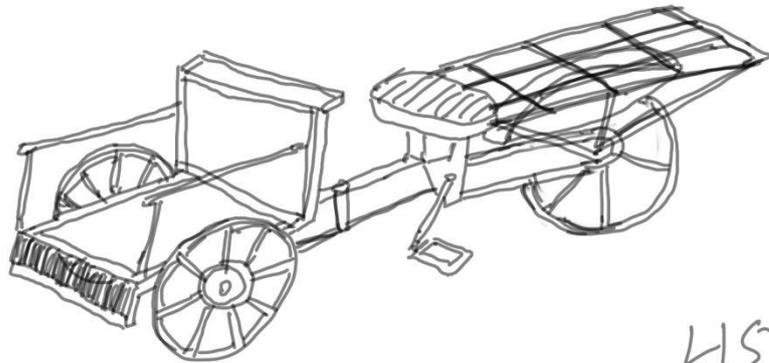


# 海峡封锁及反大型水面舰战法





# 多功能自行车概念设计

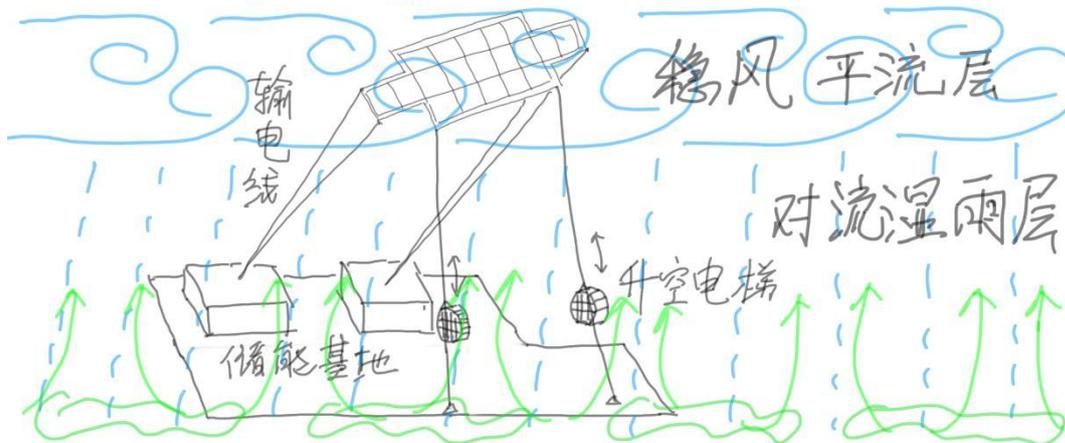


HSY

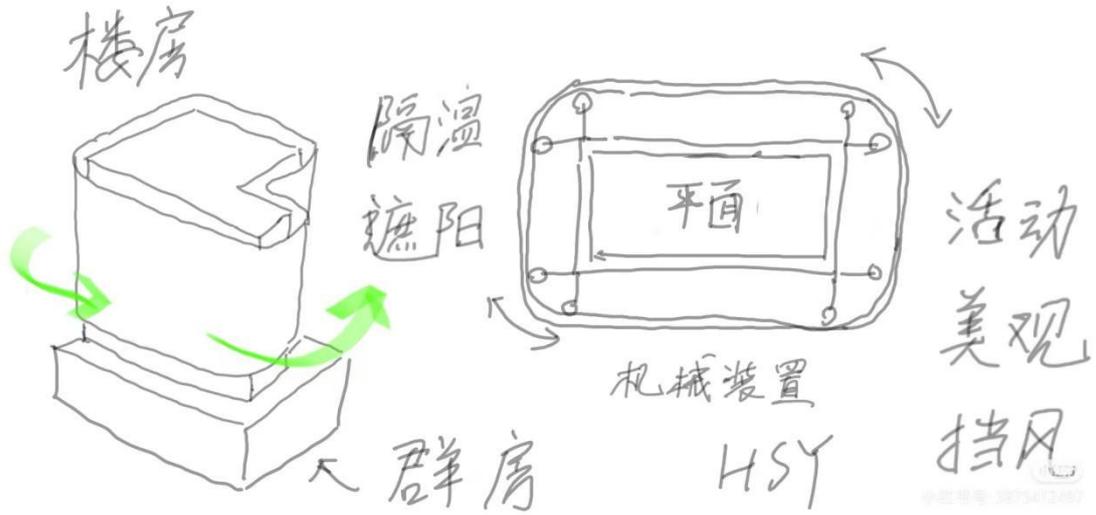
## 高空太阳能发电站设计

阳光

HSY

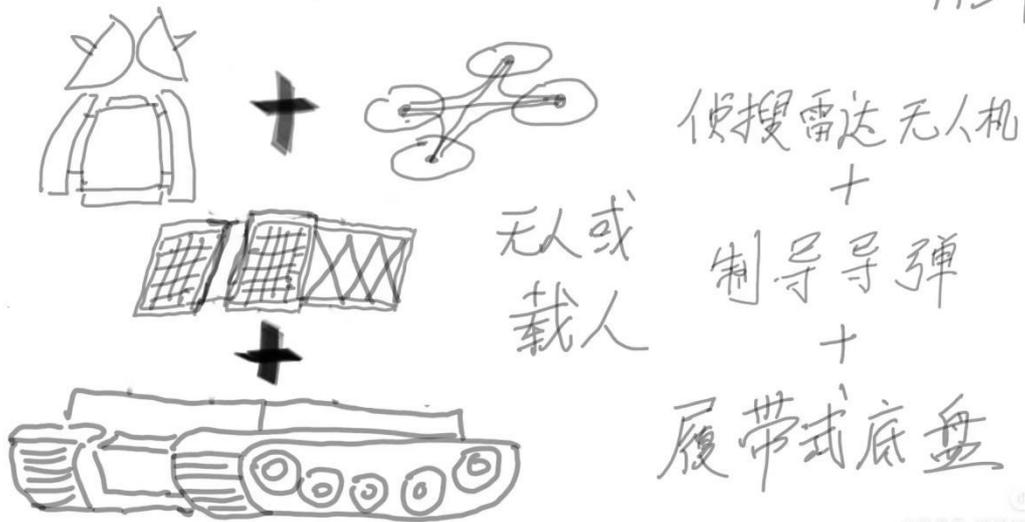


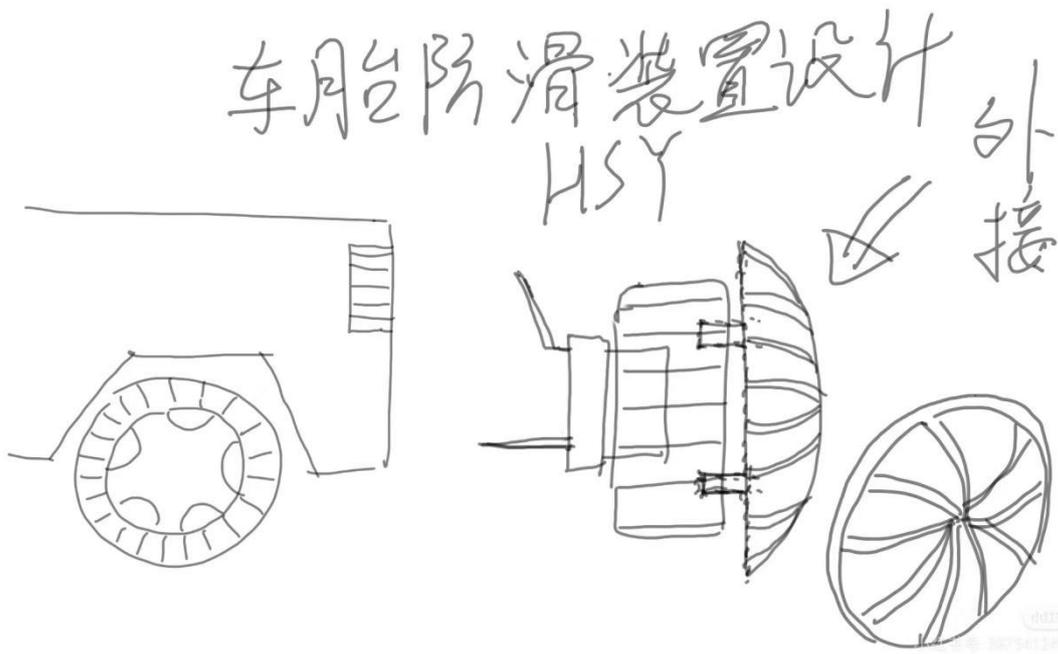
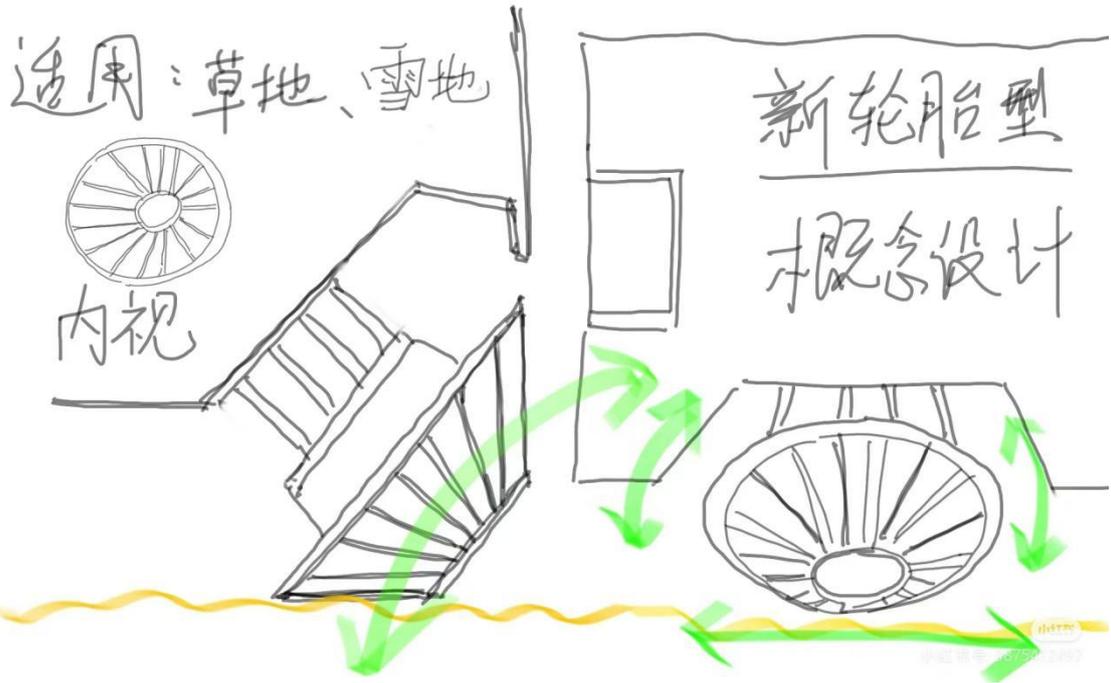
# 沿街立面广告改造设计



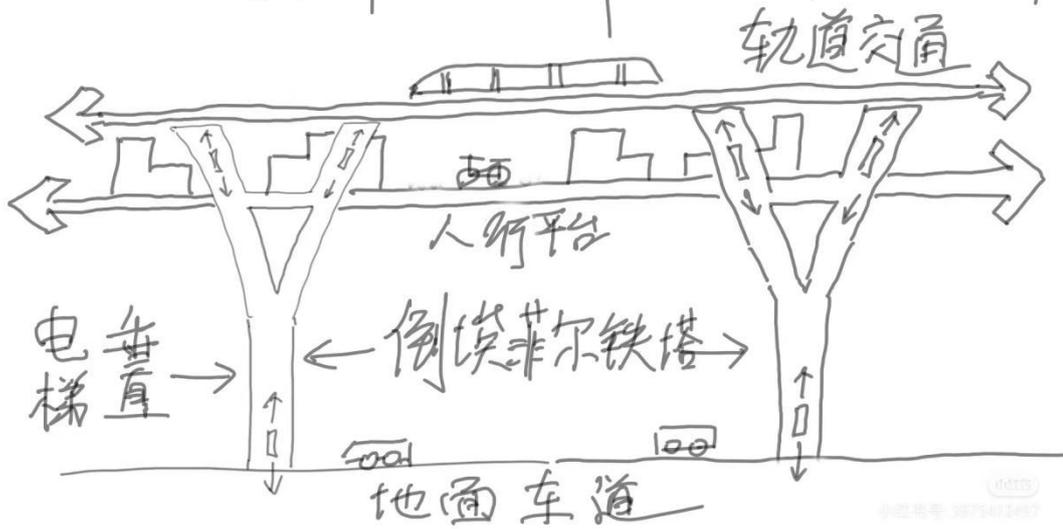
# 新世代坦克设计

HSY

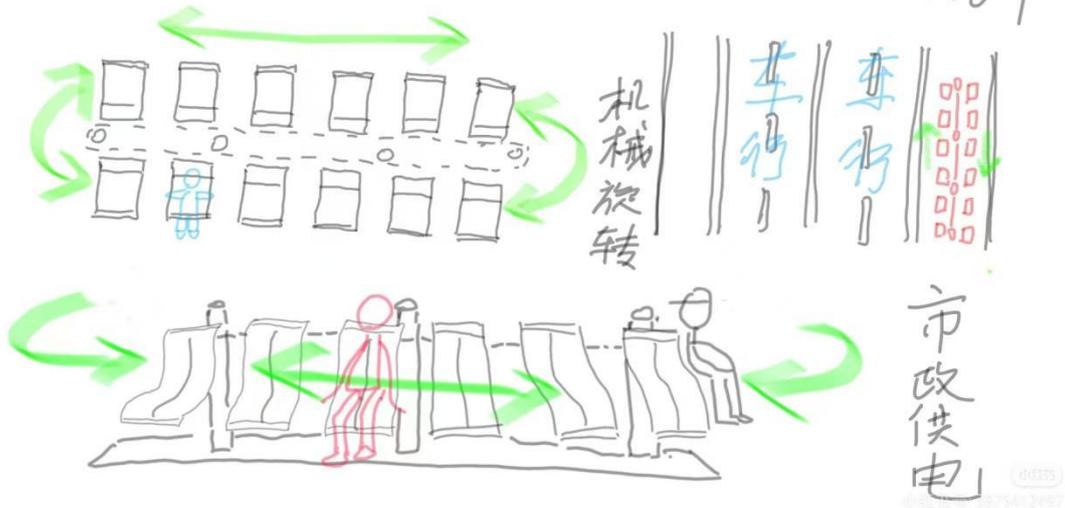




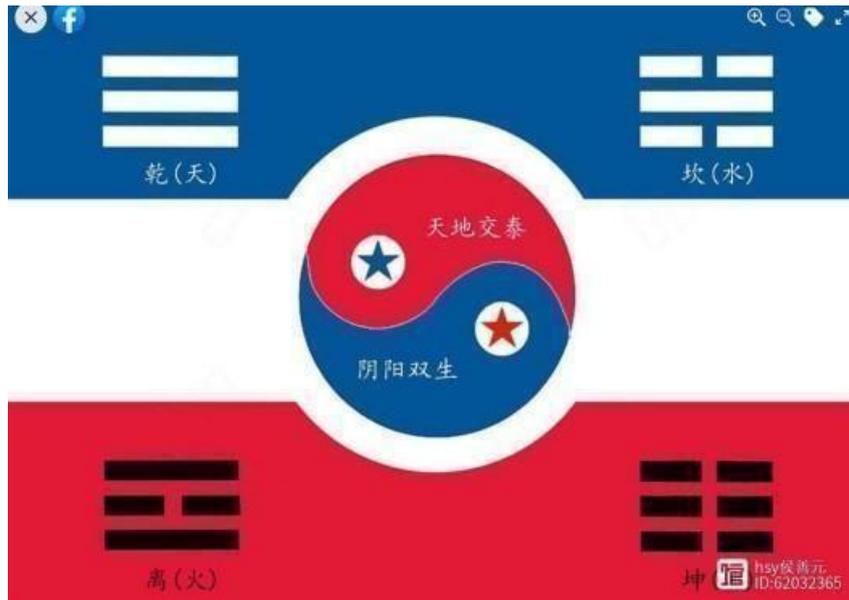
# 空中城邦设计 HSY



# 人行道公共电动座椅设计 HSY



标志设计



Shanyuan Hou

刚刚 · 🌐



Just like I used to design the flag like this ,used by TW before and now, the white sun is in the north west of china ,that is why cotton from xinjiang have be beat by west nations. but I really don't create it for war, I design it for peace and hope for negotiation between TW and mainland.



赞

评论

分享



写评论...



# 九州图

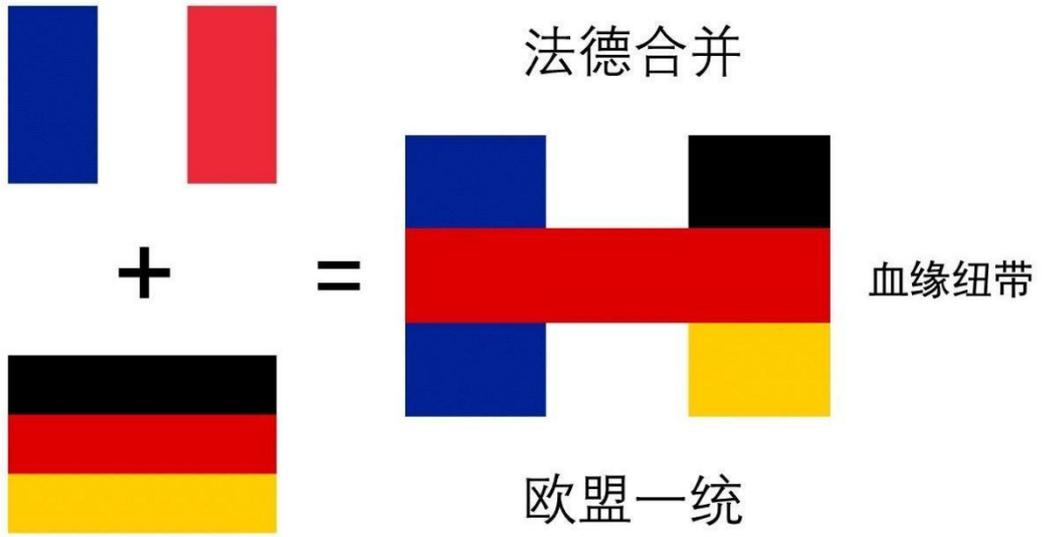


信 hxy吴普元 ID:52032355

# 太和图



信 hxy吴普元 ID:52032355



诗歌创作

孤灯只影独坐卧，寒窗陋室定乾坤；  
纵横捭阖环经纬，五分天下相十国；  
水火刀兵车马喧，生老病死虫鸟鸣；  
惊涛骇浪厕浴具，烽火狼烟炉灶中；  
蓦然无语观自在，寥以数笔现真章。

### 《金陵夜雨话·侯善元》

失业就业再失业，农民工人农民工；  
猪猫狗兔恐龙鳄，废物机器废弃物；  
三皇无语仓颉哭，目不识丁农家乐；  
蚊山蚶海便是虫，望文生义造物主。

### 《农田种字赛文武·侯善元》

朱自川南西德红，毛泽湘南东法青；  
彭守西疆俄怀德，林起北满寅日升；  
陈粟游击山东海，刘邓挺进皖南山；  
李在中央陕甘宁，周从外围苏沪津；  
以文治世三皇始，同文置产汉唐盛；  
山中小子留洋日，中堂大人革文时；  
吾国吾民田字格，天皇沙皇勤种之；  
留俄留日留欧美，天下之小在尺寸；  
有权有谱儒道祖，同盟中兴资产本；  
无权无谱释迦教，平等无我共产始；  
以文治国亚细亚，拉丁语系强数理；  
英美海权本一体，资本主义出圣经；  
苏俄欧陆本一体，共产主义改圣经；

先秦诸子百家书，儒道墨法农与兵；  
中学为体西为用，洋务遗志史书全；  
君主立宪适英日，海权工商重于农；  
忽尔今朝见古文，可叹新字造物志；  
文史需从正字始，断章取义未可知。

### 《从文入观谈近史·侯善元》

山中小子文启民，黄埔志士武定国；  
人间草木蒋和宋，上古圣贤孔与陈；  
凤毛麟角能统中，戴寒而笠可督军；  
胡人口舌出谏言，钦命用兵应若何；  
宗人府里崇白玺，辅佐王仪驻北平；  
精卫填海搏天命，江汉清流在金陵；  
外战理应守陇川，内争外合筑凤台；  
文化不灭国族在，源远流长可万年。

### 《国史可鉴·侯善元》

见女头昏爱欲困，血乱精稀脑髓枯；  
脂凝肤柔神志散，骨肉筋皮脐蒂落；  
三姑六婆财货迷，七姨八姑败家多；  
儿孙不孝难成器，一世无成岂丈夫？

### 《鉴欲·侯善元》

觉照明万法，慧剑出迷梦；  
佛说声雷震，业尽魔无踪。

无欲无求无烦恼，戒色戒酒戒烟肉；

看破看懂看通透，听音听声听前后；  
放心放下放轻松，刀尖富贵何必求？

深林富贵有远亲，  
闹市贫贱无近邻，  
书中自有黄金屋，  
身外难寻真靠山。

### 《论关系·侯善元》

鲁夫胯下出韩信，黄石鞋脱遇张良，  
勾践蛇胆可复国，秀吉猴脑竟丰臣，  
佛门半徒明太祖，赵姬贱子秦王政，  
姜公湖畔钓天地，卧龙草堂定乾坤，  
彼皆丈夫我亦尔，何可自轻学鲁夫？

### 《书斋小憩·侯善元》

子贡博文富诸侯，  
范蠡广识散千金，  
孽子徐俊东医典，  
草徒尚沃富国经，  
富民强国传正道，  
秣马厉兵永传芳。

### 《燕南飞·侯善元》

走马观花战国策，人情世故薄如纸；  
文攻武吓兼色诱，兵法阴阳大乱斗；

农道远遁山林修，儒墨辛苦庙堂谪；  
西佛透彻因果，戒烟戒肉戒酒色；  
贪嗔痴慢不平事，缘起性空自作受。

### 《劝世·侯善元》

自古敌手皆挚友，主事最忌智谋仆；  
蚕食鲸吞大国志，挑拨离间小邦活；  
百姓身上搜脂膏，养兵自重通外寇；  
拉帮结派收门客，妻妾儿孙奸佞多；  
窃能顶多成将相，杀伐就能做王侯；  
贪心不足蛇吞象，撑破肚皮才知苦：)

### 《现世报·侯善元》

家门包庇出朋党，低能弱智没头脑；  
自立门户占山头，同宗贪渎竟是功；  
智者泉涌思无碍，岂是挖坑埋水管？  
资源满街睁眼瞎，满纸满嘴找口水！  
无知无脑亦无勇，画饼充饥岂能活？

### 《看戏台语无·侯善元》

一朝天子一朝臣，  
无官无债全身轻；  
套娃层层是迷梦，  
不贪不痴永康宁：)

太极两仪包万物，四象八卦世俗知；  
六十四爻工商用，天干地支农林则；

欧陆工德用两仪，二制相进计算法；  
机械时代科学本，电位不过一〇一；  
英伦商学闻地支，国强民富商贸法；  
船坚炮利五洋行，地球插遍帝国旗；  
美洲武术知天干，五角建军总统兵；  
俯瞰天地时区建，万物不出经纬度；  
东洋文艺学太极，自创五行日月周；  
文法立国太和图，田字格中万物名；  
古圣先贤真聪明，通达万法留子孙；  
经史子集四库具，儒墨道法不留名；  
后世不肖忘祖典，迷惑颠倒尽崇洋；  
不知千年遣唐使，西域诸国向谁学？

## 《前有古人岂后无来者·侯善元》

共和国

将帅无能累死三军，庸才治国昏天黑地；  
行官掌令僵硬刻板，奸臣当道谣言四起；  
元首不察认人为亲，酷吏座堂狐假虎威；  
贤能远遁谈天说地，百姓哀怨鱼肉刀俎；  
公器私用买通外寇，护国柱石强敌环伺；  
无德无信远近无名，不忠不孝众叛亲离。

## 《治已病·侯善元》

得过且过没有主意，蚕食鲸吞鱼肉乡民；  
威逼利诱党同伐异，内外有别任人唯亲；  
地方诸侯藩镇割据，街头市井画地为王；

养寇自重勾结外邦，出入府库盘剥克扣；  
装模作样形式主义，穿衣戴帽画蛇添足；  
文山会海自欺欺人，人无把柄其心必异；  
割让资源攫取权益，口蜜腹剑各怀鬼胎。

### 《治已乱·侯善元》

南楚专精美的统治，豢养秀色勾引诸侯；  
港澳编制蜘蛛罗网，不怕猎物上门送死；  
石榴裙下南征北战，今天考场主动上门；  
蜂蝗结盟东洋情产，男科妇科内地开花；  
不知悟空火眼金睛，解剖显微产性皆学；  
历史典故前后厉害，杀人刀下岂能好看；  
屈原投江屈臣还在，不知黄台还有直男？

### 《远鬼神·侯善元》

自古反贼多无能，无才无德没手艺，  
灾年饥荒流民窜，没吃没喝没活路；  
横竖是死不如反，浑水摸鱼讨口饭；  
锦衣玉食太平世，民心思定顾生计；  
教育医疗兼养老，言路畅通反什么？

### 《反谈·侯善元》

内外博学多才，生性优柔寡断；  
行善瞻前顾后，做事拈轻怕重；  
用人感情为重，罪罚根本不敢。

### 《蔡·侯善元》

群雄割据自称朕，奸淫掳掠皆作孽；  
城头变换大王旗，杀盗淫妄比谁狠；  
欲令智迷初心忘，争名逐利贪欲吞；  
风云变幻有时日，众叛亲离没祖坟；  
不知明朝山中宰，没闻琅琊江左门；  
老庄出仕可建国，佛道入世王转轮；  
不知古圣先贤在，是否愚笨不如人？

### 《论台面·侯善元》

台日民心较柔软，廉耻尚在知进退；  
朝韩民心很果敢，忠勇可嘉群奋斗；  
新马民心较松散，安居乐业不相争；  
缅泰民心略刚强，崇强欺弱谋生存；  
唯有港澳孽缘地，花花世界道德无；  
皇家不教祖宗法，律政司法纯工具；  
罪行不彰闭只眼，混乱不碍税收事；  
市侩渣子霸码头，地痞流氓穿洋装；  
贤能隐匿做生意，偶尔出书写东西；  
不知欧美梵蒂冈，圣经永在法庭上。

### 《论民心·侯善元》

欧陆民心较浪漫，爱听故事与传说；童话民谣圣诞节，从小活在梦幻里；  
印度民心较计算，街头市井不吃亏；海外生意精明人，国际谈判便宜占；  
澳洲民心较勇武，敢爱敢恨敢远征；正义邪恶不两立，付出奉献不后悔；  
美洲民心较平实，是非曲直听明白；建立信任事好办，白纸黑字守契约；  
英伦民心较内敛，出头全是皇族人；尊皇之民留三岛，自由之民去欧美；

中东民心较虔诚，麦加圣地转不停；御敌群起变石块，无事内讧如散沙；  
非洲民心较懒散，四肢发达头简单；运动出头体育界，不思进取家里生；  
南美民心较刚烈，处变不惊生活劣；爆炸抢劫平常事，得过且过不求人。

## 《论民心·侯善元》

# 短文创作

## 治世原则

国企保民生，民企保国富，  
中央卫民族，地方卫民权，  
道德为体，科技为用，  
农林为本，工商为门，  
天下为公，选贤与能。

## 法律制定

自古以来  
神法治世  
神的代表才有资格制定法律  
而后王法治世  
帝王才有资格制定法律  
而后国法治世  
政府官员才有资格制定法律  
而后民法治世  
民意代表才有资格制定法律  
总之轮不到你自己  
千万普通人中的一人

## 法律制定

每个地方，都有法律  
几乎  
人人都有，遵守法律的义务

但并非

人人都有，制定法律的权利

郡主体制，1%世袭，君王总督制定法律

党国体制，1%培养，党员干部制定法律

民主体制，1%选举，民选代表制定法律

所以

每个地方，同一时段

99%的人都没有法律制定的权利

## 什么叫“法律”

被道德加工过的自然法则

就叫法律

剥离道德部分

每个时代

自然法则部分

大同小异

## 谁能做主？君、党、民？

自古：君主

而后：君主 vs 党主 vs 民主

可现实是

与其关心

遥不可及的君心

竞争激烈的党情

变幻无常的民意

对个人而言

劳心劳力，费钱费时

对个人而言

与其

让变幻莫测的别人做自己的主  
都不如  
自己做自己的主实际可行  
所以  
自主，才是最终答案  
只要不妨碍君心党情民意  
自己能安排自己即可

## 法律本质

任何群体意志的最大公约数与文字表达，就叫法律  
属于文明社会的管理模式，普世价值  
至于不同类型群体之间的矛盾  
因为彼此之间没有共识  
强加于人或者不平等条约，不是法律，属于犯罪  
类似动物社会的丛林法则  
例如，国际纷争、侵略战争  
如果，法律本身不是彼此共识  
而变成不同群体互相攻击的手段  
那么，该法律将毫无意义  
各种潜规则如果不能形成法律，也毫无普世价值可言  
因此，法律条款的合法性根源  
必须来自绝大部分人的认可，而非少数  
包含《联合国宪章》  
该修改的时候就需要修改，与时俱进

## 知行合一

知：  
道德，模范

纪律，标准

法律，底线

所以

知行合一

常人，仅限法律

干部，仅限纪律

至于道德

仅限信仰

法律与纪律并不强迫人人必须有信仰

## 公安≠法律

法律=立法+司法+执法=人大+法院+执法部门

法律涵盖范围=政府+社会（整个国家）

特殊部门另设法庭

## 法律的作用

只有法律会保护私人权利

会详细理清个人与团体的

权利义务边界，白纸黑字

道德不会

主义不会

信仰不会

不用白纸黑字确定的关系

说变就变

梦幻泡影

## 依法治国的前提

依法治国，前提是依法治世。若国家间矛盾都不遵照国际法，都在比拳头大

小，又怎能期待各国国内矛盾能全然遵守法律呢？  
法治时代还没真正到来。

## 为什么要立宪

大清有“大清律”

为什么晚清末年还要立宪？

宪法与“大清律”有何区别？

简而言之，宪法是由国会制定的，而“大清律”是由皇帝制定的。

所以，立宪是法治

“大清律”是“帝制”

## 法治社会

每个民众都会关心法律

因为立法是全民参与的事情

法律涉及到社会的每个细节

与方方面面

关系到所有民众的吉凶祸福

直面所有人的爱恨情仇

## 搞运动不需要法律

## 世界的人可以分为两类

守法与不守法，仅此而已

不论美丑、贫富、康残

只要你不守法

纵然富贵荣华

甚至皇室宗亲  
难免牢狱罢了……

## 法治社会

只有守法与犯法的区别  
没有好人坏人的区别  
因为好坏只是道德标准  
善恶不是法律标准

## “精忠报国”≠“忠于皇上”

因为：国家≠皇室  
所以：国人爱戴，皇上恐惧  
王法年代，皇上决定法律  
民法年代，议会决定法律  
党，介于皇室与民众之间  
党法年代，由孙文开创  
至今如此

## 道德标准比法律高得多

法律都不遵守  
谈什么道德？  
搞笑吗？  
所以  
与其大谈缥缈的道德理念  
不如说说法律的制定与遵守

## “法律超越阶级性”

某思想这么认为  
试问，杀人放火，罪犯是穷

人或富人，有区别吗？  
根据现有刑法，不论阶级  
一律判刑  
所以：法律维护社会平等  
不分阶级

## 法律原则不分阶级

穿越时空  
“杀人者死，  
伤人及盗者抵罪”  
秦汉至今，谁有异议？  
放眼世界，谁会反对？

## 没有法律会怎样

公共财产会被贪污  
私人财产会被侵犯  
公有制好？  
私有制好？  
离开法律保障  
空谈制度没有意义

## 为什么法治超越意识形态？

因为所有人都不能触犯  
不分年龄（未成年，成年  
不分性别  
不分人种  
不分国别  
所以

法治才是真正的普世价值

## 有谁的私有财产不需要法律保护么？

### 华人的法律观

总体而言

华人崇拜偶像

不是政治偶像

就是娱乐偶像

两岸三地都是如此

崇尚法律规则的太少了

崇拜偶像容易不平等非理性

崇尚法律规则才会平等理性

### 法律面前人人平等

不分伟人与凡人

不分偶像与观众

只要犯法

都被处罚

所以

法治是社会平等的基础

### 从小学法

学校应该学

法律

从小熟读宪法

这比语数外重要得多

## 为什么法治才是普世价值？

因为世界  
有大量君主立宪的国家  
还有大量以党治国的国家  
民主国家并不是全部  
只是部分而已  
所有国家唯一的共同点  
就是拥有法律

## 非法财物

没有法律保障的财产有人敢要么？  
谁要谁就会顶着违法的风险  
有谁愿意私有财产被充公吗？

## 古代与现代的参政议政

古代士大夫  
不在其位不谋其政  
民众没有参与决策资格  
除非通过科举考试  
民主共和时代  
所谓“社会关注度”  
民众有权公开表达意见  
有权参与政策制定调整  
讨厌民众言论的  
大概率还活在古代  
认为没有通过公务员考试的人不该关心政策

## 民主对司法的影响

试想  
如果所有司法案件

都不根据事实证据审判  
而是由民众投票决定  
就像文革时期  
发动群众搞人民公审  
看上去的确很民主  
却根本没有司法程序  
甚至不需要法院法官  
被民主架空的司法  
绝对不是法治社会

## 先法律后领导

为什么首先听法律法规的，其次听领导的？  
因为领导有可能违法  
而且过段时间还会换人  
而法律法规比较稳定  
不容易因个人好恶而有  
重大改变  
所以更加值得信赖  
在所有时空环境  
遵纪守法都没有问题  
听从某位领导的则未必

## 法治与民主、资本的关系

民主—法治=民粹  
资本—法治=剥削

## 只有法治能统一中国

因为

台湾地区的宪法  
是“一中”宪法  
与大陆宪法一样  
唯一的不同在于  
对岸“一中”是民国  
所以在台的领导人  
必须遵守宪法执政  
而法理“台独”  
即修改“一中”宪法  
才是大陆武统的底线

## 潜规则盛行的原因

民众无视法律法规  
完全不在乎规矩  
甚至根本不知道规矩  
才是潜规则盛行的原因  
因为  
法治是白纸黑字明规则

## 古代法家

自先秦商鞅始  
王子犯法与庶民同罪  
律法威严  
打破阶级  
一律公平  
才有一统六国之大秦  
西汉刘邦  
约法三章  
化繁为简

才有天下归心之大汉  
法度混乱自然改朝换代

## 所谓“民主共和”

普通民众  
既没有皇室血脉  
又没有家族资本  
若想出人头地  
唯有走司法考试向上爬  
做法官、律师、检察官  
才有机会与皇室、资本  
并驾齐驱  
成为高层  
天赋异禀者除外

## “国”并没有“法”的必然

所谓“国法”  
国家机器自身经常不遵守  
却要求“民”去遵守  
所以  
对“民”而言  
“民法”远比“国法”重要得多

## 法律与道德

法律面前，人人平等  
法律面前，没有谦虚傲慢，没有善良邪恶，只有犯不犯法的区别。  
道德标准，人人不同，没法讨论。  
法律标准，社会通用，才会遵守与讨论的必要。

## 古代文明的现代雏形

纵观古代  
中国距离现代文明最接近的  
当属秦代  
律法公平，不分阶级  
汉唐以儒释道治天下  
讲究道德伦理  
是“差不多就行”的鼻祖  
也是潜规则最兴盛的朝代  
所以  
要想复兴传统文化  
必须从秦法开始  
社会法治，商业立信  
而不是儒家的人治社会  
勾心斗角，阶级“固化”

## 资本社会需要法治

要资本，就不要是非  
资本面前，没有是非  
资本博弈，要的就是一  
对相反的筹码  
资本需要游戏参与者  
不需要规则修订者  
所以，只有法治  
才能避免资本过度垄断  
才能保障社会弱势权利  
否则就非蓝即绿

非红即蓝，左右恶斗

## 什么叫“伪道德”

世界  
有许多伪道德  
装模作样，叽叽歪歪  
辨别方法很简单  
问有没有遵守法律底线  
以道德的名义  
不遵守法律底线  
甚至破坏法律底线  
比如杀人放火抢劫盗窃  
还自以为“道德”  
虚伪至极，胡说八道

## 为什么道德具有狭隘性

原因很简单  
道德属于私人行为  
几乎所有道德信条  
都是某一个人创立的  
都是以某个人为模板的  
是没法强制性普及的  
是人人不同的  
但法律不一样  
放诸四海而皆准  
杀人偿命，欠债还钱  
天经地义，没有异议

## 道德与法律

道德是私有的  
却没有强制力  
没法保障公共利益  
法律是公开的  
具有强制力  
却可以保障私人权益

## 怎么理解法治的普适性

司法公平的君主社会  
就有贤明圣君  
司法公平的党主社会  
就有为民服务的好政党  
司法公平的资主社会  
就有受欢迎的资本家  
换句话说  
只要司法公平，社会依法办事，人民并不反对君主、党主、资主、甚至军主，那是上层建筑。

## 什么叫“道德”？

道德的本质  
众说纷纭  
简而言之  
道德是“无私”的  
什么叫“无私”？  
最原始的无私来自父母子女  
血缘纽带一开始都是无私的

这就是“孝”的逻辑根源  
所以道德与无私的起点  
是家庭伦理  
也是人伦的基础  
亲亲而仁民，仁民而爱物  
把这种“无私”扩大到世界  
就是“天下为公”

## 人是自私的

是利己的  
这是必然的  
但是  
只要守住遵纪守法的底线  
就可以保障  
人在利己的同时  
不会损害别人的利益  
就可以与别人和睦相处  
从而确保每个人的利益  
这就是法律的作用所在  
确保自私的人不会伤害社会

## 什么叫“天下为公”？

从逻辑讲  
天下为公是一种道德境界  
并不是现实可行的人间实际  
与其期待地球人都大公无私  
不如期待天堂才会如此  
换言之  
人间根本不可能“天下为公”

以此为终极目标的政党  
与追求人间建立共产类似  
逻辑上一样遥不可及  
所以  
天下法治，才是落地的逻辑  
天下为公，只是一种奢望  
甚至只是梦想罢了

## 道德起源

不同信仰不同逻辑  
基督徒的道德，来自上帝的爱  
穆斯林的道德，来自至仁至慈的真主  
儒家的道德，来自父慈子孝  
道家的道德，来自举头三尺的神明  
佛家的道德，来自因果不空

.....

所以  
世界  
根本没有统一的道德标准  
指望道德说教  
让所有人心服口服  
那就是天方夜谭  
痴人说梦  
只有法律法规  
特别是国际公约  
才是人类文明的共同语言

## 法律的“颜色”

世界

有黑道，白道  
有蓝，绿，红，黄  
.....  
意识形态可以有颜色  
但是  
法律只有白纸黑字  
一清二楚  
没有颜色之分  
所以  
法律才是最公平公正的

## 道德的私人属性

子孙后代  
记得孔子及其弟子的德行  
记得耶稣基督与门徒的德行  
记得穆罕默德与学生的德行  
记得佛陀与弟子的德行  
换句话说  
某个人的德行足以留名青史  
但是  
后世未必记得  
古代社会是不是法治公平  
因为法治属于整个社会  
不属于几个圣人贤达

## 法治社会

法律管人  
人只要遵守法律就行

这就有了自由的空间  
人治社会  
人管人  
随时随地盯着跟着  
人就失去了自由空间

## 美国法律

想去美国  
就要做好用枪保护自己（乃至亲属）生命财产的觉悟  
否则，只有花钱雇保镖  
因为，美国拥有合法杀人的自由  
而且，没有全民医保  
这才是私有制的真谛  
安全与财富都属于自己，都是由自己负责  
依赖国家机器保护生命财产安全的就叫社会主义

## 台湾现实

大陆还有人喜欢 tw  
以为 tw 是个自由的地方  
实际而言  
tw 根本没有公平的法治  
有权势的人就算犯了罪  
照样保外就医无所谓  
殖民势力充分渗透  
美日苏韩欧……  
所有政治代表都有后台  
地方山头码头林立

## 什么叫“社会的进步”

如果某天  
社会“进步”到  
杀人不用偿命  
欠债不用还钱的地步  
那不叫社会的“进步”  
叫社会的堕落

## 什么叫“资本做主”

简而言之  
没有法律  
没有道德  
凡是开个价码  
做我儿子，多少钱？  
脱件衣服，多少钱？  
学声狗叫，多少钱？  
装我爸妈，多少钱？

## 什么叫“实用主义”

以美国社会为典型  
某人遵纪守法  
“没啥用处，不要”  
某人敢杀人  
“有特殊用途，需要”  
。。。。

## 什么叫“看人的社会”

住址选择

某市市长、某区区长

“必须与自己同姓”

商业消费

某超市、百货、网店老板

“必须与自己同姓”

遇到法律纠纷

律师、法官、检察官

“必须与自己同姓”

。。。。

## 为社么“儒家天下”不利于科技发展？

首先

用人必须是亲属

其次

儿子不许超过老子

女儿不许超过母亲

家族决策，永远是老人模式，长辈说了算

再次

父母杀子女，王法允许，完全合法

。。。。

## 乡村与城市

允许旅客在田间空地搭帐篷过夜

根据天数支付费用

此处经济就活了  
关键问题  
人口管理先于收入  
城市经济=夜间经济  
没有夜间经济的城市就叫大型乡村  
喜欢修身养性自然规律就去乡村  
别去城市

## 农业文明的精神

从来不是明文规定  
或者“白纸黑字”  
而是随处可见的潜规则  
血缘伦理孝顺恭敬  
管理逻辑类似驯化野兽  
让个体心智停在婴幼儿阶段  
领导的主要功能是包容  
能容人就是大人就能用人  
遇到问题问上一辈  
或者问历史

## “工作”的伟大

因为工作  
每个人都有机会短时间扮演角色  
因为只是工作  
其内容并非自己真实所有  
才避免了许多纠纷与冲突  
不工作了

就是生活

## 资本与金钱的区别

资本是使用金钱的能力  
金钱仅仅是一堆货币  
中间差的不只是一星半点

## 影视经济的本质

造梦机器  
精神杠杆率  
即  
制作成本与实际经济效益  
与  
影视内容虚构价值之比  
如果  
做梦能当饭吃  
全世界人民早就奔小康了  
所以  
精神杠杆率越大  
造梦与现实差距越大

## 传统文化的特点

从消极的角度看  
总是带有个人崇拜  
但从积极的角度看  
古人从一开始学的就是心怀天下  
天下就是整个世界

所以现在的国学热  
如果不是学心怀天下  
而是学唯我独尊  
就不是真正的传统文化  
唯我独尊不是中华传统的专利，到处都是

## 世界的真相

很简单  
自私而已

自私的政党  
自私的国家  
自私的公司  
自私的个人

想要“天下为公”  
只有古代或天堂：)

## 非人逻辑

很多事情  
用非人的逻辑思考  
就很容易接近真相  
但是只要牵涉人的因素  
就会异常复杂  
原因无非  
人类有一种超乎自然规  
律的自我迷恋倾向

这或许就是迷信的根源

## 非人类史观

用非人类的眼光看历史

大概就能理解了

至于宗教

把不是人的都当成人来看

大概就能理解了

说到底

人类发展

是从不把自己当人开始的

## 外面的东西谁能做主？

土地

单位

房屋

衣服

身体

性质类似

环环相扣

累死自己

真能做主么

还是做了一辈子牢狱？

## 道德与法则

道德

属于人的专有名词  
至于非人  
遵循自然法则 the law of nature  
历史中  
需要稳定  
就推崇道德，重在做人  
需要变革  
就推崇自然法则，重在做事  
可见  
道德并不是自然产物  
具体内容  
根据人的需求而定  
而自然法则  
自古至今，很少改变

## 血缘繁衍与人类的恶

诱惑  
争夺  
为了后代攻击别人  
至于非人  
似乎可以理解  
唯独人  
都叫作恶  
佛  
非人  
最早的科学观之一  
只有忽略人的主观因素

世界才是平等的  
所以  
万法平等无有高下

## 说到做到

如果以说到做到来衡量  
估计  
所有的教科书作者都该辞职  
这就是极端的道德逻辑  
有的人只能看  
有的人只能听  
有的人只能想  
有的人只能写  
只有很少的人才有机会做  
就连圣贤都不可能说到做到  
顶多只能教你不去做什么

## 说到想到未必做到

说一部国际条约  
继续打仗  
说全套四书五经  
还是礼崩乐坏  
对个人而言  
能够做到的  
只有思想与诉说  
顶多写出来  
所谓知行合一

实际都是别人的事情

做不了主的事情

自己不做

## 经久不衰的行业

什么行业

能够经久不衰

任何时代都需要

那必然是让人快乐

## 花钱

买的就是虚伪

因为

诚实

顶多通过欺骗获得

却无法通过购买获得

不信

你可以试试

“我这么做绝不是贪图钱财”

....

所以

赚钱赚的就是泡沫

经济搞得就是包装

如果处处实打实的

就叫赠予

就叫信仰

## 思想才是进步的原动力

因为行为总是受制于外在环境  
甚至言语  
所以只有思想才是彻底自由的

## 学习

是本着对知识  
对前人的尊重而言  
至于社会  
大多是用  
利用而已  
所以  
不论学什么东西  
自学看书也算学  
但是否会用知识去谋利  
那就是社会经验  
与学习无关

## 论游牧民族与农耕民族的区别

游牧民族有两种  
海洋沙漠游牧，草原牧族，基本都重在商业  
农耕民族重在农业手工业  
游牧民族做商业  
最原始最简单的就是“抢”  
例如北方游牧民族，西洋东洋海洋民族  
因为抢劫是低成本最高收益的商业行为

而农耕民族崇尚自给自足自力更生城墙自卫  
至于殖民主义  
属于进化后的游牧民族，同时具备农耕民族的特点

## 社会怎样产生幻想

互相隔绝的阶层  
才会互相产生幻想  
帝王将相  
才子佳人  
俊杰侠客  
乱臣贼子  
女红男宠  
僵尸妖怪  
豪门总裁  
校园霸主  
.....  
新奇曲折玄妙离谱的故事  
爱看的  
恰恰是最平凡的芸芸众生  
自古至今  
让普通人做梦  
是上位者的使命  
是下位者的“福分”

## 上去

如果  
有谁想上去  
先问自己一个问题

为什么  
有人想在自己下面  
是因为自己家财万贯  
还是自己有权有势  
如果都不是  
那就是送死

## 垃圾

未必是没用的  
而是不想用的

## 社会阅历

只信法律  
除此之外  
都别信  
特别是道德  
只讲道德，不讲法律  
就是骗人

## 工作本质

穿衣戴帽  
上台演戏  
下台领钱

## 工作本质

找一群长得不太难看的人  
在一个被挑选过的环境里  
按照既定的时间顺序  
登台演戏，录音录像

## 强弱之辨

强者名强

弱在好名

好名则受制于人

弱者名弱

强在无名

无名则安然自若

## 孝顺

用非人的视角思考就有趣了

如果

所有物种都遵循上一辈支配

下一辈的逻辑

该物种就会大肆繁衍后代

当作工具与食品储备

甚至充当交易的筹码

人呢？

## 被需要的虚假

当你自己真正地展现真实

却没有人需要

换句话说

欺骗与包装并非是种不道德

而是一种工作与生存技能

这就是经济社会的内外现实

## 神与科学

古人过于迷恋自身  
所以把特定的人奉为神  
用人管人的逻辑  
让神的代表人管人  
或者干脆人管人  
至于科学  
就是有史以来第一次  
用非人的视角看世界  
整个世界瞬间就科学了

## 演员治世

工具阶层  
一头连着国内  
一头连着国外  
让国内的人，做国外的梦

## 古今商道

商人想的是儒释道  
与士大夫并无本质区别  
简而言之  
人际交往童叟无欺  
不远万里聚散千金  
外国商人  
想的是资本主义  
资本作为统治根基  
简而言之  
科技核心多元募资  
市场隐蔽统治世界  
不想统治世界的商人就不叫

资本家

叫商贩

## 资本的终点是权力

没有权力的资本

必然会被兼并侵蚀

无论皇室资本、国家资本、社会资本、私人资本皆如此

资本的定义

便是具有自卫属性的财富

自己拿枪保卫私人资产的叫资本主义

私人资产被公权力保护的社会主义

## 资本时代的教育内容

与社会主义完全不同

重在教导资本的游戏规则

还有资本选择与保值增值

几乎不需要公开言论

因为公开的言论必须有资本背书

所有交易开始地下化私密化

一切表面现象均可以理解为资本的假象

普通市民的一举一动均在资本掌控之中

社会主义时代看上面有没有人

资本主义时代看身后有没有资本

## 资本干预

所有看不懂得社会新闻与潜规则

都可以归结为资本干预

除了特别有 power 的人干预

那是极其少数的情況

资本规则可以改变人的行为  
这种人占世界大多数

## 社会主义层层罩套

代表不同年龄阶段  
一层套一层  
每个人一出生就在套里  
如果超过一定年龄没有加入做套的行列  
比如超过 30,35,40 岁  
就会自动出套  
所谓出门干活

## 人性

慈母为护犊而害人  
岳父为女婿而撒谎  
子女为生计而疏亲  
穷人为千金而入狱  
公平正义  
从来不能仅靠道德实现  
知有法律  
大众监督  
公开天下  
才有可能实现部分

## 论社会经济管理

从政府的角度来说  
物价控制仅限基本民生领域  
水电油气粮米健康

计算逻辑在于  
确保最低收入水平可以维持基本生计  
至于社会增值部分的价格  
可以大胆放手由市场自行决定  
政府只需关注合理税收即可  
没有必要过多参与  
特别关注防止金融市场的偷税漏税

## 什么是“人”

为利益一哄而上  
为利益一哄而散  
你是什么人  
你是不是人  
都是由利益决定的  
人能吃人

## 善恶经济

供给需求有善有恶  
善的需求，会有善的供给  
恶的需求，会有恶的供给  
比如  
杀人越货  
贩毒人蛇  
经济供需的价值取向  
与道德信仰有关  
与赚钱方程式无关  
地下隐私经济多半属于恶的范畴  
敢于拿到台面上的大多属于善的范畴

## 构建低碳世界的虚伪

世界最大的碳排放量  
实际来自没完没了的战争  
哪位见过军用设备例如坦克装甲车是纯电动的？  
一边打的炮火连天火浓烟滚滚  
一边叫发展中国家减少工业农业产能少吃少穿少赚  
吃再多的素食  
换再多的新能源车  
也难敌一场伊拉克战争的碳排放量  
国防军工难道不应该减少碳排放么  
这不是国家安全世界道德良心吗？

## 全球气候变暖

从工业革命开始就无解了  
当人类开始主动改造世界  
道法自然的东方哲学就逐渐仅限于精神世界了  
产业竞争与资本战争彻底改变了地球原始的样貌  
与天地斗的逻辑似乎是人性的体现  
气候异常了  
开始催生新的产业门类  
例如固碳与绿色能源  
但技术变革  
非到逼不得已  
绝不会突飞猛进  
就像道德不能当饭吃  
除非你知道预防可以避免灾难与措手不及  
所以结论

绿色环保新技术变革必然是国家资本力量推动  
社会资本只能自愿参与不能强迫  
原始环境依然具有原生态的自然之力  
纯人造环境建设可以在太空领域广泛运用  
必然会有相应的太空信仰出现

## 论俄国经济的机遇

很简单：全球气候变暖  
所以欧美才会大力提倡全球低碳  
因为重碳工业是俄国的主要经济动力  
气候暖化才有不冻港  
气候暖化才有万亩良田

## 非洲经济危机的解法

债务多从来不是问题  
某国债务更多  
债务没人买单才是问题  
开支没有回报才是问题  
换句话说  
债务本身是一种资产  
可以打包卖掉  
非洲最大的经济问题在于  
内陆交通与内陆资源分配问题  
建立覆盖整个大陆的交通网与水网  
才是未来城镇建设与农业发展的基础  
金融外资是否投资方向对  
才能预见是否有未来的回报  
而不是简单还旧债或者买粮食直接派发灾民  
内陆水网与交通网的建设可以工代赈

新建专项发展基金与债务打包销售  
可以用生产出来的国际通用大宗商品还债

## 美式精神的起源

实际来自法国大革命  
法国共和国为了应对英国王室  
赠送美国自由女神像的同时  
也掀开了世界革命的序幕  
向西传到美国的这一支追求彻底的自由言论与社会平等  
向东传到德国  
被消化吸收成德国的马克思主义  
再传入俄国变成十月革命  
所以  
世界从只有王权皇帝  
到出现有共和国  
实际都源自法国  
而最极端的革命成果有两个  
一个是前苏联，极端共产主义  
一个是美国，极端资本主义  
这就是法国国旗  
一边蓝一边红的真正含义  
实际都是追求社会平等没有皇帝  
至于中国革命  
只是浪潮中的一小部分

## 美式性格

好强  
拳击手

绝不服气  
喜欢抬杠  
绝对标新立异  
绝不跟随别人脚步  
“打破一切权威正统”  
“推翻一切看不顺眼”  
你说东，我就说西  
你说男，我就说女  
你说男女，我就不男不女：)

## 产能过剩

是资本主义世界的特有术语  
因为资本世界  
消费必须区分三六九等  
必然造成两极分化  
“宁愿销毁商品也不愿做公益  
赠送给需要的人”  
就是资本世界的真相  
资本主义商业生产从来不是  
为所有人服务的  
纵然所有人都需要  
资本主义则坚持  
世界只能有小一部分人  
才有消费商品的资格  
被称为“资产阶级”

## 中华文明解决矛盾的方法

不像欧美只能一个民族上位  
殖民别的民族  
互相打不过就结亲家  
民族通婚  
大家都是一家人了  
就没什么大矛盾了

## 用教育促进经济发展

把所有大学相应科系直接拆开  
直接迁移到相对应的产业生产基地  
无论是深山老林还是海洋沙漠还是边疆县城  
所有教育资源与平台全部就近产业基地而设立  
除了义务教育有在地就近配套社区的行政义务外  
高中阶段以上的教育机构  
可以全部向中小城市甚至县乡转移  
非义务阶段的教育机构应该与在地行政区划彻底脱钩

## 论演员群体的资本属性

没有资本背书的演员是不可能上台的  
资本后面是资本家  
所以演员群体可以理解为资本家的工具  
如果某资本家想购买某人  
就会雇用类似的演员对某人进行模仿  
模仿得比原本人物还像  
就可以理解为资本可以驾驭相关类型的人群  
该人群就会具有可以被购买的商品属性

## 演艺行业

水寅

水中虎

白水之意

演艺行业

占据着社会资源中

“看”与“听”的垄断地位

是“被看见”与“被听见”

最多的群体

甚至超过政客

## 论对财物的影响力

就实际价值而言

财富的合法占有与控制当然重要

但对于财富的影响力却不可忽视

影响力出自消费取向与行为习惯

例如政府决策

如果不能直接决定财富的归属

但可以通过吹风与政策疏导

影响财富的流向

社会民间同样如此

左右财富增值的方向的不仅仅是财富本身

## 论印度教

信奉万物有灵的国度

认为天地万物皆有神性

所有神灵都有故事  
风俗习惯  
穿衣戴帽  
行为举止  
皆与信仰有关  
所以人民喜欢融入自然  
接触自然水土从不认为污秽  
而会从自然信仰中获得永生  
对动物特别友善

## 西方世界的自然观

从工业革命开始  
上流社会  
洁癖严重  
马克思的年代  
以改造自然为荣  
以融入自然为耻  
这种思想向全世界蔓延  
印度高层种姓受到西方影响  
但中下阶层  
依然保持与自然融为一体  
中国自从学习马列主义之后  
接受苏联的改造自然观影响  
喜欢大拆大建  
与古代传统越走越远

## 经济泡沫的产生原因

源于各种无形的潜规则

所谓水分太多  
简称“通货膨胀”

## 绿色宗教

绿色环保逐渐成为一种意识形态  
大概是种“类宗教”的存在  
长时间的洗脑让人做美梦而忽略实际

## “脚踏实地”

是时代最大的谎言  
因为根本就没有大地可以踏  
只有海洋深不可测  
还有天空无限高  
经验多次告诉我  
世界只有老老实实做梦  
水下天上  
动个手指头  
都不一样  
都有可能天翻地覆  
哪有什么脚踏实地  
地在哪呢？

## “空谈无益”

你家不开银行  
就没资格谈论银行  
你家不当市长  
就没资格谈论城市发展  
简而言之

空谈无益

必须有东西才不算乱说：)

## 四神兽

玄武是乌龟王八

玄武湖

海南岛

凤凰是朱雀

朱雀在北京

天安门

或是朱雀大街

青龙在上海

青帮

白虎在重庆

重庆地形像白虎张嘴

## 水与火

水

底下

孕育万物

同时藏污纳垢

火

炎上

烧净杂质

照亮黑暗

同时毁灭生机

但水可以变幻形态

上善若水  
干净的水在云端与空中

## 资本主义商品世界

必然是物欲横流的  
物欲的核心就是性欲  
看看欧美的所有影视作品  
哪有什么“清心寡欲”  
“肉欲永远是影视作品核心”  
所以  
戒色被当作古代的道德枷锁  
早已被“扔进历史的垃圾箱”  
这就是  
当今世界  
幼儿园小学就开始搞关系  
“才会有被资本利用的价值”

## 资本之下

所有人的行为都是可控  
可控才有互相买卖的可能  
不可控的人都叫“病毒”  
都会被资本从上到下买通  
被“扔掉”  
或者当作“活死人”  
看不见

## 支持停战

有利民生

战争利益属于国家

战争损失属于人民

古今皆然

## 自然农法

现在人越来越回避本体直接进入并面对自然环境与生产

现在人用机械设备与特殊建筑，间接面对自然环境并从事农业生产

所谓“友善农业”

试问有多少人能够只身进入农田

并在所有自然气温环境下只身从事农业生产？

人数越多，自然农法越有推广的可能。

## 什么叫“旅游”

实际不是一个独立主题

旅游就是出门

至于出门干什么

千变万化

商旅，旅游服务商业目的

文旅，旅游服务文化目的

教旅，旅游服务教育目的

出门治病，医疗旅游

出门返乡，农业旅游

有消费，出门就有价值

## 国内商业分两个方向

水面上的，叫上海

水面下的，叫深圳

所谓上海，

超市，写字楼，直营店

所谓深圳，  
私域口碑，在线直播，自驾  
旅游……

## 产业的自由度

容易导致不自由  
经济收入全看外部环境变动  
被产业链利益链束缚  
依赖制造业特别是农业生存  
可以维持独立的自由可能  
不必过度依赖外部市场  
对外销售赚钱除外

## 世界最大的碳排放量

实际是战争与军队  
哪有纯电动的军事装备  
大多都是大功率耗油  
只要大家打仗打得越多  
碳排放量大到没法计算

## 国际动物

欧洲尚牛，牛市  
苏俄尚熊，熊市  
美国尚鹰，鹰派  
中国尚猫，熊+猫=熊猫：)

## 商业与政治的区别

商业落地

只需要服务特定人群

政治在天

必须考虑所有人群

## 儒释道

儒家伦理

主要在士大夫阶层流行

道家养生

主要在庶民阶层流行

佛家解脱

主要在皇族阶层流行

至于基督回教皆外族进口

信之可以通海外力量

## 读书人与农民的区别

读书人看了许多关于种地的书籍资料

说出话来 1234

科学原理，技术手段

在农民看来

只不过是“玩嘴皮子”

谁都会“动动嘴”

“你有什么了不起的？”

结果，农民看不起读书人，好像读书人不会种地一样……：)

## 不同年龄段的梦

10~20 岁猪肉，进出口

20~30 岁牛肉，工人

30~40 岁羊肉，群众

40~50 岁鱼肉，娱乐

50 以上，过期不售

## 资本在人与自然之间

所谓资本

间隔在人与自然之间

让人看不清自然现实

用数值大小衡量一切

自然界的功能在无知之人面前

永远没法用数字准确衡量

## 现代社会生存法则

只有法律

其他规则

道德荣辱

全是浮云

毫无意义

## 刺激消费的方法

工业生产与商业消费，都需要特定的时间与人口

无法兼顾

不如将工业生产与商业消费彻底分开

鼓励，夜间为工业生产时间

强调，白天为商业消费时间

既减缓通勤压力，减少集中废气排放

又均衡能源消耗，拉长基础消费时间

所有人口，可以同时商业消费，同时工业生产

再延长若干公共服务场所夜间使用时间

图书馆，展览馆，美术馆，特定地铁线等  
城市经济，昼夜不停，消费增倍

## 文化潜规则

官方：地名路名

例如：姓郑的去郑州，姓沈的去沈阳，以此类推

民间：商标物品

例如：南京某包子铺与我的名字类似……

根据法律，彼此没有任何权责关系

却是全社会最喜欢使用的潜规则

用于分类监督与套娃式管理

## 城市与乡村的文化特征

传统文化在乡村

宗族祠堂，祖宗家业，兄弟姐妹，一村一家，自然人伦，世代承袭，多生多育，互相照应

城市精神在资本

寸土寸金，消费主义，游戏爱情，利益夫妻，家庭互卖，父子争利，不婚不育，因为财力

传统文化进城市，仅限影视产业

你若勤俭节约，朋友避之不及

现代资本进乡村，多半旅游景区

各种民宿餐饮，还是消费主义

## 思考死亡

死亡，是自然界平等对待所有生命的体现

死亡之前，贫富贵贱，各有不同

死亡之后，归于自然，一律平等  
至于坟墓，是留给活人祭拜观瞻用的  
对于死者本身，已经毫无意义，可有可无

## 城市与乡村的区别

乡村，天时+人丁  
日出而作，日落而息，  
春夏秋冬，时令节气  
人与自然，同步运作  
城市，地利+人气  
港口码头，铁路枢纽  
水电气厂，昼夜不停  
人与机器，同步运作

## 东西方遗产的区别

西方  
私人社会，资本继承  
订立遗嘱，缴纳税款，有形无形，法定遗产  
东方  
文化社会，文字继承  
姓氏血脉，继承文字，文之所在，皆是遗产

## 战争遗产

俄欧争斗  
止于美国撤军  
欧盟崛起，边界确立  
中美博弈  
止于美国撤军

朝韩统一，日本独立

## 美军

由军工资本主宰  
以科技为核心  
凌驾一切其他类型资本之上  
军工资本的全球产销战略  
决定国防战略  
因此  
没有独立军工产业的军队  
都是美军的附庸

## 西方的价值观

上层阶级  
殖民主义，精英逻辑  
竞争文化，弱肉强食，划分主仆  
99%都是 loser  
下层阶级  
自由主义，屌丝逻辑  
游侠文化，穷者必盗，造反有理  
1%都是罪犯

## 颜值治世

克隆人战争  
以所有人为海选对象  
但凡长得像或者类似的  
资本投资，镜头关联  
建立跨越国界、种族、年龄的特殊群体

互相称为彼此的“钱”  
就叫“起来”

## 商人治世

资本控制，舆论操纵  
两极分化，劳力盘剥  
如果能抢，绝不购买  
工业革命，重商主义  
全民抢劫，扩张殖民  
国家抢劫，世界大战  
所以  
自汉以来，中国抑商  
商霸必盗，天下纷乱  
秦相商法，重利建军，兼并六国，暴法害民  
韩铁暴利，齐贪税金，缺农少工，舍本丧国  
上下争利，群雄并起，商人治世，先秦乱局

## 全球统一

动乱根源：种族战争  
主要种族：白人、黑人、黄种人、棕色人  
以及：世界各地在地住民  
争夺控制权、话语权  
不分国界、洲际、语言、信仰  
互相渗透，难分敌我  
此为全球统一之前兆与必然

## 房产本质

空间，即权利  
需要花大钱买

如果您空间权利，没有兴趣  
只想居住，那么：  
野营帐篷，几百即可  
集装箱房，几千即可  
普通汽车，即万即可  
移动房车，数十万元  
与，房价相减，就是此处空间权利的价格

## 造梦有毒

喜剧：  
让屌丝做富豪  
让富豪做屌丝  
喜剧让人做梦  
悲剧：  
让屌丝做屌丝  
让富豪做富豪  
悲剧让人梦碎

## 福报

克隆  
世界各地，与自己类似的人，或者团体  
福报越大，克隆越多，里面越多  
久而久之，主客混淆，里外难分，不知真假  
功德才是真正自己的

## 无用之用

刀必砍  
粮必食

船必渡  
弓必射  
有用，则用尽为止  
唯有无用，尽享自然

## 高考加分

如果  
住在垃圾桶旁可以加分  
会有考生去住的

## 思考生育

如果，你是个负责任的人  
对自己从小到大，学习生活的环境经历，特别满意  
觉得必要，让另一个自己再经历一次  
那你就生

## 楼房高度

高度，象征地位  
楼层越高，越有地位  
顶楼，属于头脑  
低层，属于腿脚  
资本游戏  
房地产行业潜规则  
最初，来自纽约曼哈顿  
而后，全球通用

## 天下交通

唯慢不危

唯小不费

唯轻不阻

## 婚庆+影视

与其

花一堆钱，游山玩水，胡吃海喝

过后就忘

不如

请摄制组，拍纪录片，成本相当

终生难忘

例如

《成长的烦恼》

## 从清明上河图看商业环境

古代市井街道属于商贾市民

现代市井街道属于城市管理

当街道环境具有政治属性

民生就业商贸可以放旁边了

## 什么叫“不需要”

没有关系“不需要”

不能控制“不需要”

无法替换“不需要”

不能利用“不需要”

不能吃掉“不需要”

## 毕业生与社会人

燃料与燃料渣

肉块与骨头

韭菜与野菜  
螺丝钉与机器部件  
“有出息”与“没出息”  
保质期与过期....^\_^

## 特殊与平凡

官员高飞，漫天梦想  
商人游泳，多潜规则  
只有平民，脚踏实地。  
只看法律，阳光之下。  
想搞特殊，注意安全，  
别坠亡，别溺毙，  
需要躲藏。

## 动物与人

瞪羚企业  
独角兽企业  
总而言之  
做企业的都是动物  
动物赚钱  
制定政策的才是人  
人管“动物园”：)

## 生育的意义

导致地位被社会绑定  
属于资本之外的社会控制  
后代的作用  
是对上一代的修正或拖累

有积极影响的不多  
是男女之间的关系绑定  
能通过大量生育致富的除外

## 胖东来

大型零售商  
把 95% 的钱花在员工与顾客，净利润只有 5%，  
估计没有几个受过西方经济学教育的 MBA 会接受这种做法。

## 所谓做人

组成一个跨年龄的套子系统  
老人套中年，中年套青年  
大学套中学，中学套小学  
小学套幼儿园  
试问在这种系统中  
什么是平等，  
谁是自由的？

## 研究心理学有什么“意义”

简而言之：PUA  
通过控制思想控制人的行为

## 什么叫“活人”？

同名或同姓可以身份互换  
跨越空间，甚至性别年龄  
并能建立实时动态关联系统  
能被套用，被拔高，被复制

反之

如果你始终只是你自己

你就已经是“死人”了

## 民众怎样开外国的门？

消费该国品牌的商品即可

以美国为例

去美资商店消费，（麦当劳

消费美资产品，（可乐

穿戴美资的衣服鞋袜（amar

使用美资家用产品等

依此类推，日德俄意法……

## 为什么不结婚生子

因为：女+又=奴

色欲之奴，妻子之奴

房车之奴，家族之奴

不想为奴，除非清心寡欲

否则，自找麻烦：)

## 如何戒色

看看你的妈

再看看你外婆奶奶姥姥婶婶

生或死，病或老：)

## 传统文化的基础读物

《弟子规》清朝家规

《了凡四训》明朝家训

《太上感应篇》宋代名篇

《十善业道经》佛教经典  
从小学这些传统文化书籍  
并不能让你成为社会精英  
但至少不会变成社会败类

## 舆论、言论、观点、意见

属于思想领域  
思想千差万别  
是自由开放的  
各有各的道理  
如果因言获罪  
或者有不同看法就要被打压  
结果不言而喻

## 语言与财富

语言=梦想，构建精神世界  
财富=现实，构建物质世界  
脱离财富的言语=清谈  
脱离财富的权力=没事  
语言在上，  
财富在下，  
梦想在上  
财富在下

## 怎么在地名里做梦

还是语言系统  
从社区、村  
到街道、区、市、省、国  
同名同字

与人互相对应

举例：

陈姓，成都，

（橙色旗

依此类推

北，天上飞

根据文字，想入非非

北京、北海道、台北、

湖北、河北、东北

陕北、苏北、漠北、

## 为什么不看好“房地产”

房地产的潜规则太多

智能视频

例如：楼上管楼下

精选背景

不同房子之间互相监视

这完全架空了法治社会

只有意识形态依据

## 教育的目的

如果仅是造神

训练学生条件反射给出答案

不学也罢

越学越笨

## 俄乌怎样停战

开战都有原因与必要性

苏联崩溃，美国衰落  
欧洲独立，中国崛起  
俄欧需要重新划分领土边界  
英国脱欧，乌克兰入欧  
俄欧重新成为多极世界两极  
英联邦也是独立的一级（印度）

## 什么叫“上去”

上去~做梦  
用同名的人  
一层套一层  
组成一个“建筑结构”  
再把地名、物品名与人名结合  
地名可以是国名  
组成联动的文字系统  
说白了与你没有关系

## 活在“动物世界”的人

“老实得像条狗”  
“刁钻得像只猫”  
“胆小得像只鼠”  
“狡猾得像狐狸”  
“懒得像头猪”  
“倔得像头驴”  
“灵活得像条鱼”  
请问您像什么动物？

## 最搞笑的“是”

莫过于孙子“隆重纪念”爷爷  
爷爷因参与推翻特权阶级  
才被世人所怀念  
才给了孙子辈  
超乎常人的特权地位  
所以  
需要“隆重纪念”

## 世界如何做梦？

非常简单  
各地都有电子信号边界  
所谓的“里面”  
又称“电子牢笼”  
所有电子信号  
可以被框定在特定区域  
或者特定数据库  
而外界根本无法接收到  
当全世界都被电子牢笼控制  
所谓的国际社会  
不过是登台表演罢了  
绝大多数人的电子信号  
外面根本看不到

## “上下”社会的特征

举例说明  
以 xxx 在上面为例  
“下面”就会变成这样

某酒以 xxx 命名

某地名包含 xxx 元素的

通通挂 xxx 牌

某武器以 xxx 命名

某自然灾害以 xxx 命名

某团体组织以 xxx 命名

某事件以 xxx 命名

某法案以 xxx 命名

## “上下”社会

认为社会分“上下”的人

大概率不遵守法律

因为

所有法律

都是给“下人”遵守的

“上人”从来不守法律

却在不停地制定法律

## “干”与“说”

“名气人气是干出来的，不是说出来写出来的”

“农民干了一辈子，腰都累弯了，干出名气来了吗？”

别自己骗自己的话都说给我听”

## 酵素有什么实际用途

简而言之

四大用途

1. 农业用途：有机肥，替代农药化肥；
2. 医疗用途：治疗疾病；
3. 洗护用途：制作手工皂、沐浴露等日化用品；

4.环保用途：治理污染土壤，净化水源，清洁空气。

## 佛教与基督教的区别

佛家与基督教的区别很明显，佛教教导智慧，逻辑清楚，基督教喜欢催眠，注重情感的引导，很不相同。

佛家讲法律，依法不依人，基督讲道德，都是上帝的功劳，天差地别，大家自己判断。

## 腾讯 app 登录地址

大家自己去查

微信或者 QQ

还有小视频

有多少登录地址

与物理地址一致的？

我自己的微信地址

有一段时间是苏州

有一段时间是浙江杭州

有一段时间是合肥：)

严格法律而言

属于 IP 违法盗窃

## 佛陀临终遗训

“四依法”

·依法不依人

依意不依语

·依了意不依不了意

·依智不依识

违反四依法

不配自称佛陀弟子

## 法治德治

法治必然有文书印证授权

德治则不然

按照性别年龄摊派不同任务

没有或者不需要白纸黑字的授权

所以法治是可以拿到台面上的

德治则很多是潜规则不能上台面

## 以女治世

相比于以法以德

更接近社会等级治理

用女子把男子关起来

最早从皇帝时代就有

以女子为男子的牢笼

一夫一妻一家一笼

以女治国

相比于以法以德

更有社会管理效果：)

## 社会安全

社会安全的法治基础，未必是发达的司法系统，而是完善的国家治理结构，即户政系统。上至各省市县，下至区街道社区，直达个人。

在一个陌生的社会环境，如果出现纠纷，自然只有依赖司法系统，但是在一个熟悉的社会环境里，户政系统就可以成为庇护居民安全的基本法治屏障。

比如，在类似美国这种只看重驾照与持枪证却忽视户籍管理的自由社会里，居无定所，遇到纠纷只能临时请律师为自己辩护，但是在中国这种户政系统发达的社会里，居委会派出所等在地组织保证了社会的安全。

因此，纵然美国拥有世界最发达的司法系统，社会安全却始终无法得到有效保障。

## 想去美国

就要做好用枪保护自己（乃至亲属）生命财产的觉悟

否则，只有花钱雇保镖

因为，美国拥有合法杀人的自由

而且，没有全民医保

这才是私有制的真谛

安全与财富都属于自己，都是由自己负责

依赖国家机器保护生命财产安全的就叫社会主义

## 自由与不自由的环境

自由环境，自由恋爱，自由离婚，自由竞争，自由组队，自由的拉帮结派成立社团，自由的为自己的利益团体发声游行，自由的被竞争被淘汰，自由的出现1%与99%的社会阶层，自由地表达自己对竞争结果的不满与愤怒，自由破坏公物，自由犯罪，一切皆以自由之名，无一例外。

自由，自然导致丛林社会。

至于不自由的环境，皇室贵族，世代承袭，门阀派系，出生决定，门当户没有选择自由，也别担心没有人管，时时处处有上位者的监视控制，高山低谷，无一例外。

不自由，自然导致秩序井然。

## 美国宪法第二修正案

鉴于一支管理良好的民兵对一个自由州的安全实属必要，人民存贮与佩用武器的权利不得受到侵犯。

(A well regulated Militia, being necessary to the security of a free State, the right of the people to keep and bear Arms, shall not be infringed.)

## 社会主义与资本主义的社会对比

资本主义，类似电池

必须存在相对电势差，才会放电

若不两极分化，互相刺激，欲望勾引

哪有“社会进步的原动力”？

社会主义，类似植物

家国土壤，历史环境，顽强生长

不患寡而患不均，不患贫而患不安

若无根干枝叶，分工合作，上下通气

哪有统筹调度，轻重缓急，世代承袭？

## “斗争”型社会管理模式

教育，批量生产，确保可以互相替换

配种，定居贷款，添加各种控制因素

工作，层层嵌套，确保可以被消耗

斗争，牵线木偶，登台表演，管理社会

## 冷战本质

资本主义，全球化霸权，渗透并垄断全世界的中上层

共产主义，全球化霸权，渗透并垄断全世界的中下层

两者叠加，打破一切血缘、国界、民族、信仰、文化

两个阶级内部，互相渗透、互相绑定、互称同类

两个阶级之间，产业力量，正反世界，孪生结构

冷战结束

共产主义全球化宣告结束

资本主义全球化必然无法持久

单极世界根本不可能自然存在

多极世界=世界区域化

就是各区域回归自己的历史文化与特色传统，彼此互相尊重、互相平衡、互惠互利，仅此而已。

## 中美差别

中国，人管人

如果有谁没人管，那就活不下去了

先学会做人，有人管，有人用，钱财自然就有了

美国，资本管人

如果有谁没资本，那就活不下去了

先学会赚钱，有资本，能积累，移民自然就有了

中国，看重社会的绝对控制，财物，都是工具

美国，看中资本的可靠运作，移民，来去自由

中国的财物不等于美国的资本

中国国内，财物属于特定人群

美国国内，资本可以自由转换

## 近现代历史简述

建国之前

列强殖民，世界大战，内战，皇族割据，欧美俄

日，皆是上国

建国之后

共产国际，苏联阵营，红色大陆，党国体制，蓝色海洋，美日阵营，偏居海岛，华人世界，一分为二  
冷战之后

苏联分家，党团分立，党归俄国，团归分家，俄国独立，分家亲美，一国两制，由此开始，中东洗牌，回教崛起

新世纪

美国透支，北约东扩，俄欧争斗，中美博弈，其他区域，趁势崛起

## 才德之辨

什么是德

在人管人的环境里，与人融洽相处的能力

什么是才

在资本管人的环境里，资本保值升值的能力

因为，自古就有“有才无德”

所以，才能与德行并不一定同时存在

与其奢望人人“德才兼备”

不如

让有德的人管人

让有才的人做事

## 中美适合谁

美国，资本主义，服务 1%

中国，社会主义，服务 99%

如果，你是 1%，适合美国

如果，你是 99%，适合中国

所以，美国只有一个

因为，1%少之又少  
但社会主义必然遍地开花  
因为，99%是世界主流

## 香港问题

存在中国的类西方城市  
1%与99%区分明显的地方

## 国际货币

用英联邦货币，替代美元  
例如：英镑、加元、澳元  
原因：英国皇室的国际信誉远超美联储

## 法治区划

东北，王法  
东南，国法  
西南，民法  
西北，军法  
中原，家法

## 东西方的区别

西方=自由+差异+混乱  
因自由，而差异，而混乱  
爱打架，打架维护自由意志  
东方=管制+类同+秩序  
因管制，而类同，而秩序

爱宣传，宣传营造共同意志

## 社会阶层

顶层掌权，吃中层，夸底层

中层赚钱，吃底层，夸顶层

底层活着，吃米面，夸米面

## 民主≠法治

民主国家非法行为比比皆是

希腊雅典式的民主

是建立在三分之二非市民的

奴隶之上的

民主=民众做主≠民族做主

想做主就要打架，赢者做主

这根本就不是法治

## 人民站在权力顶端

靠的是“演戏”

你方唱罢我登场

会喊口号，会说梦话：)

能进入体制单位的

已经不是人民了

## 道德标准

未必能保障人的合法权益

但会给人犯法的理由

比如：

态度傲慢得罪人

孝，为家族报仇  
会让你被人嫉、恨  
甚至丧命

## 官=管=关

官，必须能代表某类人群  
必须具有管理某类人群的能力  
关键时刻，知道如何“关闭”并“控制”该类人群的行为与言语，熟知长处与短处。

## 资本世界的本质

克隆人战争  
star war  
类似属性的人互相 PK  
同名同姓  
干类似的事  
说类似的话  
资本游戏会赞助胜者

## 传统中华

传统中华以礼治世  
自明清以来民间社会不好斗  
近代孙文鲁迅大骂奴才性格  
新中国从下到上搞文化革命  
提倡造反有理，敢于斗争  
敢于出兵朝鲜，越南，印度  
斗欧洲，斗美国，斗白人  
新时代的斗争文化与古无关

## 为什么平均主义不可能

社会分层，自然规律  
三六九等，自古就有  
消灭阶级，纯属梦话  
打倒特权，成为特权  
近亲繁殖，历史轮回

## 建国“前三十年”

实际是怀念苏联时代  
怀念冷战时代的社会运动  
所有人思想简单，旗帜鲜明  
但时代绝对回不去了  
因为，苏联绝对不会恢复  
乌克兰都快变成欧盟领土了  
俄罗斯也绝不会搞公有制

## 资本≠资本家

资本做主≠资本家做主  
法律规定市场资源交易规律  
法律与规律长存  
人可以换

## 人的出生天差地别

平等≠相同  
社会必有阶层  
就算消灭所有说真话的人  
社会阶层也不会自动消失  
法律是维持社会平等的根本

## 经济世界与政治世界

经济世界只有涨跌没有对错是非  
就算是因海外作战与掠夺带来的战争白条  
依然会有大批民众疯抢  
政治世界存在若干大是大非的基本论述  
是梦想高密度存在的世界  
至于为此会付出多少经济代价不在议论之列

## 权力的本质是什么

权力不是财富  
谁都不可能永远拥有权力  
所以  
权力属于谁并不重要  
因为权力是受到监督而存在的  
权力会为谁服务才重要  
拥有权力却不能使用权力的组织与个人  
没有任何实际意义可言

## 为什么应届生才更有机会进体制

因为国家资本会与社会资本、私人资本相矛盾  
国家资本与社会资本始终处于博弈阶段  
同时都喜欢兼并私人资本  
所以  
加入社会资本或者拥有私人资本的人  
根本没有必要加入国家资本的行列

## 社会主义的权力

所谓  
用血肉筑起的长城  
家庭就是位子  
结婚就有位子  
生育就有位子  
住宅就是位子  
子女就是位子

## 影响国家安全

那就是：规模太大，影响太大，资金数额太大  
影响国家安全的经济领域  
可以直接建立国家垄断机构经营  
例如核能军工航太稀有矿物等  
若有跨国合作直接由类似机构直接出面  
公开选拔工作人员  
没有必要以国家安全的名义为难外国企业  
若有国安危机要么整个行业全部停运  
要么驱逐与限制整个行业的外资准入  
以及所有超过一定规模企业的特殊监管

## 明与清

明  
三民  
为人民服务  
都是革命的结果  
清  
东北  
满洲国

皇族的后代与邻居

国外

皇朝遗民

外国皇室庇护结果

## 破四旧

焚书坑儒

重定文字

重制度量衡

怎么看都是始皇帝的作风

## 论不平等

种族不平等

与社会不平等

是两回事

每个种族内部

都会分高低贵贱

革命在种族内部发生

被称为常态的追求平等

至于不同种族之间的平等

在欧洲文化氛围里很难实现

因为欧洲崇尚单一民族国家

在欧洲经验中

单一民族若要自由就必须独立建国

所以，爱国主义=民族主义

至于多民族大团结的国家治理

欧洲没有历史经验

顶多依靠教皇与皇室联姻维持  
这就导致其缩影的美国社会民族不平等严重  
但每个民族内部却相对平等  
俄国与中国、印度等大国都属于多民族大国  
无法适用欧洲美国的治理经验  
民国革命  
借鉴欧美经验  
驱除鞑虏恢复中华  
其实是追求不同民族之间的平等  
在民族内部  
始终有不平等的问题  
只是不同意满族做汉族的主子  
或者外国列强  
例如大和民族做汉族的主子  
这导致汉族内部始终存在阶级不平等的问题  
这是后来红色革命  
所必须面临与解决的问题  
促进民族内部的平等  
实际是共产革命才解决的问题

## 权力与财富

无论多么不想承认  
最大的权力源于控制财富  
控制财富的部门永远是最实权的部门  
最大的财富源于出售权力  
如果出售的商品具有权力属性甚至是权力本身  
其价值必然远胜同等产品千倍万倍

财富=私人的权力

权力=公共的财富

至于关系

只是寻求财富与权力的对接与转换机会罢了

## 穷人与富人的区别

穷人想变成富人

不仅仅是表面的财富增多

在资产阶级属于统治阶级的世界

变富的前提是被资产阶级接纳

换句话说

能统治穷人的人

才有可能变成富人

## 穷人与富人

穷人统治穷人，信仰

富人统治穷人，娱乐

穷人统治富人，权力

富人统治富人，交易

富人

才有被权力利用的价值

穷人大概只有被牺牲的价值

## 资本主义的统治

资本主义统治

就是为经济利益服务的

经济制裁当然政治化

关键在于社会主义国家公器是否应该公开护航私营企业

## 贸易保护主义的核心议题

国际知识产权

绝对禁止直接抄袭

相似度高于一定比例就有理由批量制裁

若 TikTok 专门支持特定候选人

则对美国政治必有深远影响

禁令的真正目的是逼迫 tiktok 政治站队

选择特定政治党派效力才是加入美国大家庭的第一步：)

## 套子治国

首先，选拔套子，有大有小

用套子把所有其余的人等套进去

层层嵌套

大套套小套

组成社会管理体制

## 日本

不是一个正常的国家

只 海外殖民地

大小美军基地几十座

首都门口就是美军航母

如果放在中国

谁会认为这叫“正常”

## 法的弊端

以道德做法条  
导致所有法条不能落实  
以国际法国家根本大法为甚  
法的动议时机  
或者冷冻能拖则拖  
或者热饱和攻击瘫痪机构  
导致该办的法案不能办

## 世界的行为习惯

战争获得荣誉还有利益  
不打仗不知排名辈分  
不较量不知权利归属  
结论  
那就打呗，还请自便  
至于比赛  
竞争，斗争，战争，自然的

## 北方国外

东北黄金，满清皇室  
西北穆斯林，外族宗教

## 国内权力结构

核心红色后代与军眷  
其次公务人员  
再次人民群众  
最外围海外华侨

## 论地名的政治属性

在梦都大街都在做梦

在将军巷都在当兵

在夫子庙都是师生

## 区域发展差异化

美式：印钞撒币，拉帮筑墙

俄式：能源军武，拓土开疆

中式：路桥基建，背井离乡

印式：超生多育，层叠人墙

欧式：小国寡民，理念宣扬

## 后记

怎么学习？

很简单，

图书馆从 A 到 Z 看一遍，

再普通的人，都可以成才。

学习的重点，

从来不是事无巨细，

而是提纲挈领。