

Digital Health GWIN

数字化健康

钱信忠

◎海畴 / 著

嘉骏国际 “健康管理”

1+1工程

健康管理
第一书

民族出版社

数字化健康

张树德 主编

中国出版集团

中国出版集团

中国出版集团

中国出版集团

图书在版编目 (CIP) 数据

数字化健康 / 海畴著. — 北京

民族出版社, 2005.2

ISBN 7-105-06775-6

I. 数... II. 海... III. 保健 - 通俗读物

IV. R161-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 009713 号

数字化健康

著 者 海畴

策 划 远江 龙赞 光清

责任编辑 斯平

出版发行 民族出版社

地 址 北京市东城区和平里北街 14 号

邮政编码 100013

印 刷 北京泰山兴业印务有限责任公司

版 次 2005 年 3 月第一版

印 次 2005 年 3 月第一次印刷

开 本 787 × 960 1/16

印 张 18.75

字 数 20 千字

书 号 ISBN 7-105-06775-6/R·131

定 价 40.00 元

版权所有, 翻印必究

编辑室: 010-64299507; 销售服务电话: 010-82330266

“我们现在有多少事情，实际上连数字都搞不清的情况下，就把性给定了。可是我们知道，数到了一定程度的时候，就足以改变所有的定性。定量是定性的基础啊。”

“所以，我觉得要把数字化管理引入各个领域，在实现现代化进程中，我们改革、创新、管理，最重要的前提，就是要把数字搞准，建立起数字化系统，才能实现我们的目标。”

——中共北京市委副书记、北京市市长 王岐山

（引自《新华航空》杂志2005年第2期P23页）

序 1:

从“数字化生存”到“数字化健康”

中国商业经济学会常务理事

中国直销学院院长

胡远江

北京海畴企业管理顾问有限公司总裁

在不知不觉中，我们就已经处于一个数字化生存的年代。

现在，我们很多人已经离不开手机，离不开电脑、离不开网络，每天一上班，第一件事就是打开自己的电子邮箱，收发一下自己的电子邮件。

按照未来学大师、《数字化生存》作者尼葛洛庞帝的说法，我们就是离不开“比特”。

数字化浪潮无时无刻都在影响着我们每个人的生活，使我们不得不处于“数字化生存”的状态。我们在体验和享受数字化生存的高效、迅捷、快乐中，仿佛找到了一个理想的生存港湾。

随着大家生存质量的不断改善，我们开始关注起自己的健康来，从饮食上开始注意不能摄入太多的脂肪，到每天必定的体育锻炼。我们开始关心自己的体重，自己的心率，自己的血压，一连串的数字，一连串反映我们健康指标的数字。而使这些数字永远处于健康的水平，成了我们梦寐以求的事情。

当健康越来越与数字相联系的时候，我想，这种健康也就变成是数字化的健康了吧。现在，并不困难的是，我们借助于发达的网络通信，可以将自己的健康数字传到健康中心，在那里，专业化、高水平的健康专家随时为我们提供最全面的健康指导。而这些咨询和指导也可以及时地传回我们这里，还是借助于尼葛洛庞帝先生所说的“比特”。因此，“数字化健康”概念的倡导，将同步于时代的脉搏，成为吸引大家眼球的热点。

数字化健康的概念还很少有人提到，但无疑它将成为未来数字化世界、数字

化社会所难以避开的大趋势，必将成为一个符合潮流的新概念。

三言两语，自然说不清数字化健康的实质，而追求数字化健康的实践者却早已在高峰跋涉了，透过他们的成就，我们可以获得对于数字化健康更深入的理解。

田青先生领导下的北京嘉骏国际集团，就是这样一家走在时代前列，领导数字化健康潮流的优秀企业。

我对北京嘉骏国际，是比较熟悉的，这是一个健康蓬勃的集体。虽然成立只有6年多的时间，但是通过他们6年多的不懈努力，企业得到了很大的发展，取得了很好的经济效益，也获得了很强的社会影响力。这一方面归功于大家的支持和努力，另一方面我认为应该归功于他们所选择的健康事业。在这个前途无量的事业里，他们完全有条件做强做大，因为在这个事业里，必然是得道而多助。

还有一件事，我认为也是非常了不起的。他们能够在全国独创性地提出“健康管理”的新概念，可是说是对于健康观念的一次全新的解读。正确的健康导向加上科学的管理方法，必然将成为提升我国国民健康水平的一支强大力量。

我们说，健康也是需要管理的，一方面要依靠自我的调节和管理，另一方面需要健康专家和健康顾问提供管理上的帮助。

健康管理自然要有好的管理方法，而嘉骏实施的这种健康管理方法就体现在她的嘉骏数据库营销模式之中。也可以这样说，嘉骏数据库营销就是体现我们前述“数字化健康理念”的具体实践。

嘉骏数据库营销是在政府政策支持下的“创新直销模式”。她以传统直销模式的市场倍增学原理为基础，广泛吸纳会议营销、连锁经营、体验营销、科普营销的优点，组合成一体，形成嘉骏健康事业中的核心营销模式。

嘉骏数据库营销模式所包含的专家资源、政府公共事务关系资源、市场资源、客户关系资源和人力资源；以及会员们的个人健康信息、历史资料等等，为嘉骏的事业奠定了强大的资源基础。

嘉骏的数字化直销，则将营建一个庞大的健康网络，他们提出并正在积极实施的“健康管理1+1工程”，将建设万家连锁健康管理中心；培训百万名专职健康管理顾问，发展千万位健康管理中心会员。通过这种直销模式，最大范围地影

响国人，用市场化的手段促进国人更新健康观念，正确进行健康消费，进而全面提高国人的健康水平，改善国人的健康状况，增强国人的身体素质。诚如是，则功莫大焉，善莫大焉！

嘉骏体系的核心是分布于各地的嘉骏健康管理中心，他们肩负着组织和培育健康管理顾问，提供健康咨询、数据库采集、远程信息传输和推进健康消费的各种营销行为及营销辅助行为。组织形式上将严格执行国际上特许连锁的组织形式，同时结合《中国连锁经营管理条例》的规定积极开展营运活动。

嘉骏健康管理顾问则是嘉骏公司的契约制工作人员，他们没有底薪，其收入来自佣金，多劳多得，少劳少得，不劳不得。在健康管理顾问开展活动的过程中，其本人承担营销活动中独立的法律责任。

嘉骏健康管理中心的会员则是嘉骏公司全体工作人员的服务对象，在这里，会员们将享受到完美的服务，及时地掌握自身的健康状况，接受中心长期的跟踪管理服务 and 健康解决方案。

中国直销模式需要持续创新和不断规范，而嘉骏的数字化健康直销模式无疑将是一种很好的探索。在《直销法》即将正式出台之际，嘉骏事业的领导群体正表现出这种创新的前瞻性头脑，我认为是非常符合时代潮流的。此次《数字化健康》一书的出版，全面呈现了嘉骏的健康理想和营销实践，将给广大读者一种新概念的冲击，很值得一读。

期待嘉骏事业更加成功！愿他们掀起“数字世界、健康中国”的数字化健康飓风！

序2： 首倡健康管理，服务亿万百姓

嘉骏国际集团董事长

田 青

中国“健康管理1+1”工程总指挥

对于老百姓来说，什么最重要？有人说是财富，是钱。人们辛辛苦苦，废寝忘食，就是为了追求财富。可是以忽视健康，牺牲健康，而取得的某种程度上的成功能是一种完全的成功吗？我认为这种成功是得不偿失的。

关于健康的重要性，很多专家都有大量的著述，将这个问题说的比较透彻。但在这里，我还是要再一次地提醒大家，健康才是您最大的财富。

2003年，北京爆发SARS的时候，很多朋友都重视起健康来，积极锻炼身体，讲究个人卫生，开始了健康的自我管理。可惜的是，时过境迁，SARS过去以后，很多人又将一些刚刚形成的健康习惯抛到了九霄云外，我行我素。健康的管理又处于严重缺失的地步，为引发自己的健康危机提供了可能。

我觉得，这不能怪我们可爱的国人，是现代社会的紧张节奏，是现代生活的精神重压，让大家没有时间，没有精力去考虑这个其实对于自己极为重要的问题。这需要来自社会的关心和帮助。

老百姓其实是最容易忽视健康的，而健康对老百姓来说，却是最重要的资本。大家很容易在工作中，不知不觉地损害健康而不自知，反而还津津乐道自己的勤奋。也很容易为了享受生活，放纵自己的慵懒和惰性，不注意积极地锻炼身体。这时就需要外力的介入和帮助，提醒与呵护。

一个国家需要有管理，一个企业需要企业管理；营销需要管理，财富需要管理，而同样我们的健康也是需要管理的，缺乏管理的健康其健康便无法保障。

有很多朋友直到反映出病痛来，才想起上医院，才意识到健康的重要性。很多情况下，是悔之晚矣！花费金钱不说，还需忍受很多的痛苦。造成这种结果的原因，是我们缺乏对健康进行管理的意识和体制。

真正的健康需要科学的管理，我们北京嘉骏健康连锁集团就是要建立这样一种健康体制，用市场化的手段首举健康管理的大旗，向国人传播健康管理的新思想，用产业互动的手段促进国人的健康意识，提高大家的健康水平，为中国的全民健康事业做出新的贡献。

从1998年开始，我们就以北京向日葵全民健身俱乐部为母体，开展了一系列健康教育的工作，收到了很好的社会效益。后来，我们首创性地提出了“健康管理”的概念，真诚地希望每一个国人今后都能树立“关注并管理自己与他人健康”的观念，为中国人民的健康事业而摇旗呐喊，而努力奋斗。

服务亿万百姓是嘉骏的企业理想。因为，我们的健康管理事业就是针对亿万个普通老百姓而精心设计的。我们希望，能够通过健康教育的手段使“健康管理”的观念深入人心，完成一次国人健康思想变革史上的造山运动。通过企业行为和产业化手段切实改变人们在健康投资观念、健康消费观念的旧有模式。建立企业与国人在健康事业上的立体良性互动局面，完成嘉骏当初以健康报国的企业理想，打造百年基业，成为国际知名的健康事业领军企业，真正能够为人类的健康事业做出巨大的贡献。

把“健康管理”的观念推广到每一位国人，开创嘉骏光辉的健康事业，除了嘉骏自身，还需要依靠大家的携手支持。在这些年的工作中，很多健康学术界的老前辈如钱信忠、洪昭光等同志给予了我们巨大的支持和帮助，让我们十分感动，海畴企业管理顾问公司也给了我们很大的指导和帮助，让我们充满奋斗的力量，还有千千万万的会员的支持与认可更是为我们建立了巨大的信心。让我们的健康事业越来越壮大，嘉骏集团非常感谢大家的支持，同时希望更多的朋友加入到我们的行列，成为我们美好事业的一员。

为了将北京嘉骏的“健康管理”理想落到实处，我们还推出了“健康1+1”的宏伟工程，简而言之，就是建设10000家连锁健康管理中心；培训1000000名专职健康管理顾问；发展10000000位健康管理中心会员。我相信，随着我们工作的深入，将有很多朋友以不同形式成为我们事业的支点，真诚地期待你们！

关于数字化健康和健康管理的主要内容和理论精髓，大家可以在这本《数字

化健康》中读到，但愿大家能从本书中有所收获，能为你的健康管理提供一点支持，我们将为此而深感欣慰。

这本《数字化健康》的出版，可以说是对数字化健康和北京嘉骏国际数据库营销模式的全面解读，也可以说是为我们北京嘉骏吹响了进军“健康管理”事业的号角，我们将在向全社会倡导“健康管理”的征程中，积极引入“数字化时代，数字化健康”的理念，为推动国人的健康管理观念，提高国人的健康水平而努力奋斗！

祝大家永远健康！

健康与您同在，嘉骏国际与您同在！

Contents

目录

19 第一章 数据库营销平台——嘉骏健康检测中心纪实

一、健康管理的奠基人

二、方兴未艾的专业体检

三、北京嘉仁健康体检管理中心

1. 以科技打造现代体检概念

2. 首倡健康管理新概念

3. 健康管理——胜在先机

4. 怎样进行健康管理

5. 经典策划 体育营销

四、健康的数据库

1. 什么是数据库营销

2. 企业统计进行数据库营销的必要性

3. 数据库营销是企业统计自我完善的有效手段

4. 数据库营销工作的可能性

5. 健康的档案

6. 数据的价值

47 第二章 健康纵坐标——健康话题历史扫描

一、蛮荒天地——幼年人类，健康倍受威胁

1. 引语

2. 圣经、黄帝内经、韩非子的描述

3. 原始人健康的考古学证明

二、先哲探索——为谋求人类健康，神农勇尝百草

1. 五谷稼穡，吃出健康

2. 百草治病，守护健康：

三、医生诞生——人类健康有了守护神

1. 巫师的副业

2. 医生的独立

3. 神医和大师

四、健康圣经——中国的医学经典《黄帝内经》

1. 神秘的经络学说

2. 影响 2000 多年的著作

五、运动健康——从为了生存而运动，到为了健康而运动

1. 古希腊运动员健康

2. 华佗五禽戏

3. 中华武术

六、浩劫来临——瘟疫对健康的挑战

1. 人世浩劫：欧洲中世纪的鼠疫（黑死病）

2. 宫廷健康：“天花”帮助“康熙”当皇帝

3. 华佗无奈：毛泽东“钦点”血吸虫病

七、健康屏障——现代医学的缘起

1. 西医三大贤士

2. 人体解剖学上的突破

3. 现代医学仪器的贡献

4. 输血和血型的发现

5. 维生素的发现

6. 基因和健康

75 第三章 健康横坐标——健康理念全球化视野

一、同一片蓝天,不同的健康状况——全球健康水平的不均衡

1. 欧美发达国家
2. 亚非贫穷国家
3. 中国

二、亚健康——现代人的尴尬地带

1. 何谓亚健康
2. 什么导致了亚健康

三、新理念、新标准——全方位生活方式健康

1. 饮食健康
2. 起居健康
3. 运动健康
4. 美容健康
5. 药物健康
6. 心理健康
7. 养生健康
8. 家庭健康
9. 观念健康

四、人文健康——立体化的健康理念

1. 自然健康——生态的可持续发展
2. 企业健康——衡量企业的新标准
3. 社会健康——社会功能的体现

105 第四章 数字化旋风——嘉骏的健康理想

一、嘉骏的健康理想

1. 健康为万福之本
2. 嘉骏企业理想
3. 嘉骏企业成长
4. 企业积累资源分析

二、嘉骏数字化健康

1. 首倡“健康管理”的嘉骏
2. 健康管理 1+1 工程
3. 健康体检 关注亚健康
4. 嘉仁健康体检管理中心
5. 个性化健康 2+1

三、产品是实现健康理想的武器

1. 硬性产品和软性产品的结合
2. 短线产品和长线产品的结合

四、全民数字化健康工程

1. 全民数字化健康传播系统
2. 全民数字化健康产业系统
3. 全民数字化健康检测系统

125 第五章 举起新健康概念旗帜——健康管理“1+1”整体战略

一、健康管理“1+1”战略的缘起——健康已经成为全球性的战略问题

1. 全球呼唤“健康管理 1+1 工程”

2. 新“希尔伯特难题”

3. 解决人类健康问题不是哪个国家、哪个民族个人的事，而是人类共同的责任

二、“1+1”的内涵——“多维健康管理模型”

1. “1+1”的内涵概述

2. 网络信息化给人类生活带来了全新的改变

3. 健康管理的革命——“1+1”——“健康管理二进制”原理

三、高举新健康概念的旗帜——嘉骏健康管理核心理论

1. 健康新概念——在动态中研究健康

2. “亚健康”概念——从“内因”与“外因”的角度拓展研究的空间

四、波澜壮阔的健康管理造山工程——八大健康管理计划

1. 健康会员计划

2. 健康管道计划

3. 健康文化传播计划

4. 企业信息传递计划

5. 企业管理计划

6. 健康产品计划

7. 企业营销计划

8. 教育计划

153

第六章 搭载新营销快车——健康管理“1+1”市场策略

一、市场先声：新概念启航

1. 脱颖而出：强大背景的催生
2. 新概念图腾：“健康管理首倡者”
3. 拥舞系统：“1+1”标准制定者
4. 一路同行：权威专家代言人格局
5. 春蚕抽丝：推出行业新职业门类

二、营销探索：市场真谛的发现

1. 嘉骏整体营销观的确立
2. 嘉骏的营销发现
3. 把握趋势：健康经济的信心源泉
4. 营销信心：选择直销就是选择“趋势”
5. 营销反思：本土企业的营销失误
6. 情有独钟：对直销的特殊理解

三、产品创新，组合出击

1. 锁定国情
2. “1 + 1”的美丽组合
3. 多点分销与多点切入

四、市场联动：万、百万、千万的和弦

1. 万家联动
2. 百万劲旅
3. 千万互动
4. 启动策略
5. 亮点策略
6. 人气聚集

五、团队打造：学习型组织

1. 团队之魂：骨干猎头策略