

家庭中医药

JIATING ZHONGYIYAO



2018/4

中风专题

血栓最容易“栓”住哪些人 P20
可改善中风后遗症的三款药膳 P19
防治心脑血管疾病，注意五大误区 P56
如何把高血压“吃”回去 P72
孙宝国：躲不开的食品添加剂 P76

ISSN 1005-3743



零售价：RMB12元
万方数据



微信公众号



订阅直通车

目次

contents

本刊所载方剂请在医师指导下使用
本刊如存在印刷质量问题，请与杂志社联系调换。电话：010-64052170

卷首语

01 乍暖还寒时节，警惕中风发生

/ 廉庄

微博直通车

05 真正的科学态度是承认事实等三则

/ 董洪涛，张牧川，负国强

首席专家论坛

06 玉盘杨梅为君设 / 温长路

祖国医学长廊

08 医案聊斋续篇——吐泻案

/ 张大明

10 中医药堂传奇第二十四回

陈李济牵手十三行 同治帝御赐杏

和堂 / 花永刚，花晨

13 俞曲园辩《内经》又论“废医”

/ 胡正旗，闵锐

16 当归寄情思 / 程超寰



本期专题——中风

19 可改善中风后遗症的三款药膳

/ 曹淑芬

20 血栓最容易“栓”住哪些人

/ 廉洁

22 脑卒中的早期防控 / 林南

24 知君病后能服药，不若病前能自防

——谈谈中风预防及如何发现中风先兆

/ 朱爱华，张少婷

28 脑卒中：

高血压患者头顶的一片乌云

/ 闫玉冰

30 “外邪致中”还是“内伤致中”？

——说说“真中风”和“类中风”

/ 容成

中医药在海外

33 因地制宜的中国针灸

——“糖针——舒适化针灸”后记

/ 王少白



本刊特稿

38 波罗芬高原——中药材的天然王国(七)

热闹的金线莲季节 / 姚佑楣

小儿推拿

42 小儿推拿呵护孩子健康成长(四十五)

——宝宝晚上总是哭，影响睡眠
怎么办？

/ 尚可新，刘文可，王悦 等

专家门诊

46 笔墨丹青，纸上的书画太极

/ 张雪亮

眼科疾病

48 爱眼有道系列之四

春季过敏性结膜炎的防治战略 / 张玉平

妇科门诊

50 艾烟轻缭绕，闺房得安宁(二)

——艾灸治子宫、妊娠病 / 姜艳辉

书讯

53 开卷有益 饮食养生——读傅维康《民

以食为天——百种食物漫话》/ 华碧春

常见病防治

45 清泻春“火”并不难 / 光流

54 春季过敏性疾患高发 防治有办法

/ 孙清廉

56 防治心脑血管疾病，注意五大误区

/ 陈卫卫

60 治疗腰痹 通络止痛是关键 / 赵立胜

61 按压翳风穴 速止打嗝 / 宋禄法

补肾益精

62 五子衍宗丸：

绝不仅仅是“第一种子方”

/ 琴箕

春播贴敷

64 穴位贴敷可治小儿肺热咳喘

/ 王红梅

65 中药透皮技术对植皮术后坏死的临

床应用 / 李清松

体质养生

66 体质养生究竟养了些什么？ / 葡萄

颐年有道

- 68 《诸病源候论》导引系列之
“大便难候”“大便不通候”导
引法 / 谢青云
-

药膳食疗

- 70 名人怀念的美食——榆钱 / 胡献国
72 如何把高血压“吃”回去? / 闫玉冰
-

家庭药箱

- 74 续断：补肝益肾疗伤接骨 / 孙清廉
-

名人与饮食

- 76 孙宝国：躲不开的食品添加剂
/ 单守庆
-

家园

- 78 荠菜青 / 王吴军



- 04 敬告本刊作者
04 本刊郑重声明
封二、插页、封三、封底、80页
广告

《家庭中医药》(月刊 1993年创刊)

主 管 国家中医药管理局
主 办 中国中医科学院中药研究所
(地址:北京东直门内南小街16号
邮编:100700)
主 编 张瑞贤
编辑部主任 李国坤
责任编辑 李岱
封面设计 刘晓笛
出版日期 2018年4月8日

编辑出版 《家庭中医药》杂志社编辑部
地 址 北京东直门内南小街16号
邮 编 100700
电 话 010-64052170/64553649
投稿邮箱 jtzyy@126.com
博客地址 <http://blog.sina.com.cn/jtzyy>
微博地址 <http://weibo.com/jtzyy>

广告总代理 数源汇通(北京)医药科技有限公司
电 话 010-68469866-6010
地 址 北京市海淀区西三环北路11号
海通时代商务中心A1栋

广告许可证 京东工商广登字20170076号
印 刷 北京顶佳世纪印刷有限公司
发 行 国内:北京报刊发行局
(邮局订阅代号82-654)
国外:中国国际图书贸易总公司
(北京399信箱,国外代号:M1309)
定 价 每册12元 全年144元

中国标准连续出版物号 ISSN 1005-3743
CN 11-3379/R

敬告本刊作者

稿件一经刊用,本刊即具有该作品以下专
有使用权:印刷版和电子版的复制权、发行权、
汇编权(文章的部分或全部)、翻译权、信息网
络传播权及许可文献检索系统或数据库收录权,
本刊将一次性支付稿酬并寄发样刊。

本刊郑重声明

任何媒体转载本刊内容,请务必注明作者
和出处。



北京同仁堂始创于1669年，至今已有349年的历史。在三百多年的历史长河中，同仁堂曾于1723年为清廷供奉御药，历经八代皇帝188年。

作为同仁堂品牌、字号的拥有者，中国北京同仁堂（集团）有限责任公司的战略定位是：“以中医中药为核心，发展生命健康产业，成为国际知名的现代中医药集团”，同仁堂的战略目标是：做长、做强、做优、做大。截止2017年，集团公司目前拥有六个二级集团、三个院和多个直属子公司。

截止2017年底，集团系统共拥有药品、医院制剂、保健食品、食品、化妆品、中药饮片6大类近1800种产品，36个生产基地，101条通过国内外GMP认证的生产线；同仁堂商标在世界70多个国家注册登记，零售终端及医疗机构近2000家；国内医疗机构340家，海外74家，遍布26个国家和地区；拥有一个国家级工程中心和博士后科研工作站，共有各种专利147件。

作为首批“中华老字号”企业，“同仁堂中医药文化、传统中药材炮制技艺、安宫牛黄丸制作技艺”相继被列入国家级非物质文化遗产名录。集团公司被列为首家中医药行业全国企业文化建设示范基地。集团还荣获了中国质量奖、全国模范和谐企业等荣誉。同仁堂商标获得“中国商标金奖-商标运用奖”和“马德里商标国际注册特别奖”。