

推动上海社会办医高质量发展

24家机构成为首批“健康传播新引擎创新基地”

近年来,上海社会办医发展迅速,涌现出一批规范化、集团化、连锁化的高水平社会医疗机构,拥有了一批名专家、名专科,以及医疗专业和健康科普能力俱佳的达人。

党的二十届三中全会对社会办医提出了新要求,那就是“引导规范民营医院发展”。规范发展不仅仅是经营自律问题,更需把工作目标放在强化医院内涵建设上。

如何走好高质量发展之路?日前,由上海市卫生健康委指导,新民晚报社与上海市社会医疗机构协会主办的学习贯彻三中全会精神推动社会办医高质量发展座谈会暨“健康传播新引擎创新基地”启动仪式在上海报业集团举行。24家社会办医疗机构成为首批“健康传播新引擎创新基地”。

提供多层次医疗服务

上海是全国医疗资源高地,目前拥有近3800家社会医疗机构,已成为提供多层次医疗服务的生力军。早在2013年,上海就发布了《关于进一步促进本市社会医疗机构发展的实施意见》,支持通过发展社会医疗机构优化本市医疗资源结构,满足人民群众多元化、多层次医疗服务需求。

上海市社会医疗机构协会会长闫东方认为,当前,社会办医要高质量发展必须引导广大社会办医主体努力做到三个转变:发展方式要向提升内涵建设、提高服务效能、注重质量安全转变;管理模式要由投资人粗放式管

理向精细、规范、科学转变;资源配置要由机构的单纯盲目扩张向关注人才和学科建设、打造专科特色转变。

挂牌首批“健康传播新引擎创新基地”的24家社会医疗机构,无疑是上海社会办医高质量发展的“第一方阵”。据介绍,“创新基地”有赋能,有合作,也有监管机制。今后,“创新基地”成员单位将持续加强医院规范管理,端正执业行为,加强专病专科建设,持续提升医疗服务水平,切实增强健康传播能力。

“创新基地”成员单位的优秀医生,也将走进“新民健康大讲堂”等申城知名健康科普传播栏目,举办上海社会办医大型公益嘉年华活动,形成健康正能量传播合作模式。

输出高质量医学科普

在上海医大医院副总裁、运营院长刘春龙看来,社会办医发展到今天,已经步入深水区,启动“健康传播新引擎创新基地”,是为社会医疗机构的发展注入新动力,提供新引擎,推动高质量。

“医院核定床位2000张,正以大病重病方向,对标区域医疗中心建设,打造12大重点学科,做好学科医教研全面发展。”刘春龙提到,“我们想通过高质量发展,打破传统对社会办医的认知。‘酒香也怕巷子深’,‘创新基地’将助力社会医疗机构补齐健康传播方面的短板。”

上海玄合元门诊部董事长丁罡介绍,依托所处的上海国际医学园区,玄合元门诊部

已经启动了“周浦研究”,针对心脑血管神经肿瘤、慢阻肺等影响百姓健康的慢病开展长期跟踪,帮助居民建立健康生活方式,构建主动健康创新模式。“期待通过‘创新基地’的舞台,邀请居民走进门诊部,沉浸式了解和体验中国智造和创造的诊疗技术,居家健康管理的智能穿戴设备,社区慢病的队列研究成果和健康生活方式。”丁罡说。

上海普瑞眼科医院已经开辟了“如意视觉大讲堂”,由该院白内障及晶状体疾病首席专家卢奕教授领衔。普瑞集团出版的《陪孩子成长的爱眼书》,医院原创作品《严打“放大镜”》等科普产品也屡获国家和上海奖项。“我们将不断创新服务模式,输出高质量、接地气的医学知识,让复杂的眼科健康理念深入人心,成为百姓信赖的眼科健康守护者。”上海普瑞眼科医院院长肖建业表示。

上海蓝生脑科医院投资股份有限公司蓝生脑科常务副总裁刘诗强说,脑科学作为高端医学,是契合人口老龄化趋势的严肃医学。“脑科集中了医学界的痛点、难点和热点,现实需求大,发展潜力也大,脑科领域大有可为。”他表示,未来将更注重内涵建设,狠抓学科,狠抓人才,力争利用新技术、新模式、新业态在某个脑病上实现“换道超车”。

“市民提到医美,第一反应是‘乱’。事实上,社会办医疗机构里不乏好专家、不乏值得信赖的医院。‘创新基地’能让我们站出来,让更多有需求的市民和患者看到我们。”上海生命树医

疗美容医院董事长、运营院长石庆华说。

促社会办医有序发展

党的二十届三中全会精神提出,深化医药卫生体制改革,其中包括引导规范民营医院发展。本月7日,三部委发布《关于在医疗领域开展扩大开放试点工作的通知》,在上海等七省市体现了国家持续推进医疗领域改革和加大对社会资本办医的政策支持。这些政策举措有利于进一步活跃社会资本办医市场,差异化服务也将为社会医疗提供更大的发展空间。

上海市卫生健康委副主任陆韬宏指出,不久前召开的上海市爱国卫生运动委员会全体会议提出,将推动《上海市健康促进医院建设规范》正式成为地方标准,健全上海健康科普知识供给、发布、传播、监测、管理和通报的协调联动和信息共享机制。在社会医疗机构中设立“健康传播新引擎创新基地”,便是贯彻落实会议精神的具体举措。

陆韬宏说,市卫健委将一如既往地支持社会办医的健康有序发展,通过与媒体、专业机构、行业协会等多方共同努力,为“健康上海”建设贡献力量,让更多的患者和市民受益。

上海市爱卫办副主任、市卫健委健康促进处处长王彤表示,申城社会办医疗机构已涌现出一大批好专科、好医生,“健康传播新引擎创新基地”要找准发力点,提升社会办医的品牌,提升市民对社会办医的满意度。

本报记者 邵阳 左妍

闯劲足,勇于创新够“大胆”

——空间新技术试验卫星研制团队的故事



“创新X”空间新技术试验卫星研制团队成员在交流
本报记者 陶磊 摄

16个“旅客”同星飞

国际上首次获得宽视场X射线聚焦成像天图,打破人类探测伽马射线暴的亮度纪录,获得我国首幅太阳过渡区图像、国产量子磁力仪首次空间应用并获得全球磁场勘测图……诞生自上海的空间新技术试验卫星“创新X”系列首发星,外形像蜻蜓,2022年7月27日被“力箭一号”顺利送入太空。两年来,持续产出科学数据,捷报频传。

这颗重量只有620公斤的卫星上,搭载了16个有效载荷,像是16个“旅客”去太空“旅游”。2021年初,中国科学院“力箭一号”首飞工程立项,基于“共担风险、科学优先”的原则,空间新技术试验卫星获得了一张“免费机票”。“这和常规卫星很不一样,过去是有了科学目标,再设计有效载荷仪器,然后组装成星,再选择合适的运载发射。”创新X首发星总师张晓峰透露。

这回,首轮上百份申请“涌向”空间新技术试验卫星研制团队。经过一年多“大浪淘沙”,极紫外太阳成像仪、国产量子磁力仪、伽马暴探测载荷等16个载荷“凑足”了!这意味

“大名”里带创新二字的“国家队”,“闯劲足”是不会抹去的基因。

上海张江,海科路。中国科学院微小卫星创新研究院,进门便是一整墙吸睛的蔚蓝星空,上面满是使命各异的卫星。科学家们最初的打算,发一颗画一颗。后来啊,蓝底有限、速度跟不上,卫星的数量停留在19颗——还不到实际发射数量的五分之一。

在这里,创新的不仅仅是技术,还有科研文化、管理效率和设计理念……空间新技术试验卫星研制团队,正是其中的代表。

创新体现在各环节

卫星创新院副院长、创新X卫星首飞工程副总师张永合介绍,“创新X”意味着创新交叉、创新无极限——从项目遴选、构型设计到人员配置,创新体现在每一个环节。

团队也“新”——骨干力量多是“85后”“90后”,其中有一半成员是第一次独立承担项目。张晓峰说,“新”还体现在管理方式上——团队采用“双责任制”,每个分系统由一位“师父”负责技术和质量的把关,再由年轻的“徒弟”主导方案设计和项目推进。

采访那天,坐在记者对面的刘瑞和李天童就是这样一对“组合”。两人同属于结构分系统,分别担任主任设计师和主管设计师。“在1个月时间里,我们要将所有载荷都摆放在1立方米的空房间里,挺难的。”李天童回忆,某天灵感突至,把一直没有合适位置的自由曲面相机挂在了卫星的侧面,解决了散热面,

还释放了宝贵的顶部空间,完美!“项目在一点点稳步推进,团队中的年轻人也和这颗‘创新星’一起快速成长。”对比自己小7岁的李天童的点滴成长,刘瑞都看在了眼里。

当时有些尝试,回过头来看看,确实“大胆”——为了节省时间以及降低成本,一开始就定下了“一步正样”的计划,就是说,从设计、生产测试、试验,到最后飞上太空的,都是同一颗卫星;还有,把原来型号剩下的鉴定件进行评估后再利用,借用其他团队的星载计算机提前做测试和准备……

“还有,过去出现问题,由‘出错方’改,这颗星是谁方便谁改;质量问题却是‘小题大做’,有一回只是一个小器件,科研人员举一反三了一天……”张永合说。

“再比如,我们要求设置完善的故障隔离,有载荷要退出、有故障时,不能‘牵一发而动全身’。”张晓峰接着补充。

“众筹”科研新范式

张永合告诉记者,这颗“新”星开创的模式——通过“众筹”方式获得太空科学实验和技术验证机会,有望成为一种科学研究新范式。“创新X”系列首发星的研制过程中,张永合为了“调众口”,特意对卫星平台进行了改造,为新型载荷、新技术产品提供一种宽适应、低成本、可持续的快速验证模式,“我们在继续优化卫星平台设计的同时,也在了解科学家们的需求。”

去年7月,“创新X”系列首发星在太空“周岁”了,“创新X”科学航班计划问世——面向全球征集有在轨验证需求的新载荷、新产品,利用“力箭一号”运载火箭,每年搭载4颗50公斤级科学微纳卫星、2颗100公斤级科学微小卫星、1颗600公斤级科学试验卫星发射升空。

“以后啊,卫星成本会越来越低,我们开出的这种科研新范式,会帮助越来越多的科学家圆梦太空科研梦。”

本报记者 邵阳



今日论语

近日,知名网红“疯狂小杨哥”(张庆杨)在直播间宣传售卖的“香港美诚月饼”引发大量争议。昨天,安徽合肥高新区市场监督管理局发布情况通报称,对三只羊网络科技有限公司直播带货中涉嫌“误导消费者”等行为,已立案调查。

近年来日益火爆的直播带货行业,出现种种超乎想象的乱象。“香港美诚月饼”事件早已不是网红主播第一次“翻车”。就在不久前,某网红大闸蟹品种,因“缺斤短两”“虚假广告”而被罚。网红直播带货领域的乱象,折射出利益驱使下急功近利、弄虚作假之风日盛,其根源还是在于对“坑位费”的追逐。坑位费,顾名思义,是指商家为了让自己的产品或服务出现在直播间而支付给主播或直播机构的费用。“坑位费”的多少,很大程度上与直播的网红程度有关,因而一些主播或直播机构会采取数据造假和刷单的手段,来制造虚假的销售繁荣景象。这种行为不仅欺骗了商家,也“坑”了消费者。

网红直播带货屡屡“翻车”的背后,是当前相关法律法规对带货主播的责任界定还不够明确和全面,往往只从广告代言的角度来追究主播的责任,而忽视了他们在直播带货中可能承担的其他角色和责任。从这段时间各地法院的判例来看,一些网红主播因在直播间售假而获利。此次,对三只羊在直播中涉嫌“误导消费者”立案调查,显示出有关部门正进一步完善直播、平台、商家等各方的法律责任和义务,给带货主播套牢法律责任的“金箍”。

通过全链条法律责任的设置,加强对直播带货全过程的监管,包括商品选品、直播内容、售后服务等各个环节,从而有效遏制带货“翻车”乱象。在发展中规范、在规范中发展,换种更健康的成长方式,网络直播带货行业才会有长远的未来。

「坑位费」岂能靠「坑」

方翔