

2015年,中国非公立医院数量超过了公立医院。那么,新医改下,中国非公立医院的发展路径是什么?
听听海南省肿瘤防治高峰论坛的专家怎么说——

海南试点医院“公举民办”书写大文章

“海南省肿瘤医院有两点优势让我羡慕,其中一条——独一无二的PPP模式,全国医院唯一。”在12月24日举办的海南省肿瘤防治高峰论坛上,围绕“中国非公医疗机构的发展现状与展望”这一话题,徐州肿瘤医院院长张居洋称非公立医院是“狼”,公立医院是“羊”,并主动向海南省肿瘤医院抛出了绣球,表示“羊”要和“狼”谈恋爱。

在张居洋眼里,海南省肿瘤医院PPP的发展模式,超越了非公立医院过去获取政府资源的困难,还依托海南博鳌乐城国际医疗旅游先行区,第一时间链接国际最先进的医疗技术和医疗成果。为此,张居洋提出,徐州肿瘤医院引进了美国FDA认证的一项新技术,希望能借助海南省肿瘤医院的实验室先行先试,让更多前列腺癌患者得到有效治疗。

在中国医改深入推进的新形势下,尤其是《“健康中国2030”规划纲要》的出台,让出席高峰论坛的专家共同认为:非公立医院正在迎来发展的春天。同时,在国家鼓励、引导社会资本投资,加大非公立医院医疗行为监督的背景下,非公立医院也面临大洗牌和重塑行业品牌的良好机遇。

海南第一投资控股集团董事长、海南省肿瘤医院理事长蒋会成看到了这一机遇,带着一种使命和对海南热爱、感恩的情怀,投资建设海南省肿瘤医院。医院的建设得到了海南省委省政府和相关厅局的大力支持。蒋会成说,海南省肿瘤医院PPP模式,是海南在社会资本办医上跨出的一大步,他们有信心把这个“公举民办”的医院建设好,让政府省心,百姓放心,同行信任,相信在推进非公立医院建设上,海南作为小省,也能写出大文章。

抛弃体制之争 共同促进医疗进步

北京妇产医院原院长陈宝英在论坛上呼吁:无论公立医院,还是非公立医院,都是治病救人,为人类健康服务的。政府、医院、公众都应抛弃体制成见,共同携手,共同促进我国医疗进步。

陈宝英在公立医院当了30年院长,退休后又在非公立医院当了10年院长。她对非公立医院的发展困境深有体会,同时认为非公立医院在几十年的发展中,也在逐渐摒弃过去的一些行业陋习。她看到,海南省肿瘤医院环境好、服务好、设备好,但人才缺乏,虽然吸引了邵永平、何祖根这样业界的权威专家,可还不够。她建议,非公立医院要依赖公立医院建立自己的专家队伍,不求所有、但求所用。12月24日,海南省肿瘤医院在试运行一周年前夕,聘请了国内以中国癌症基金会理事长赵平为首的40多位肿瘤医学大腕,建立了自己的专家指导委员会,这就是一个宝贵的人才库,要充分发挥这些人才的影响力和专业能力,提高海南省肿瘤医院的医疗水平。

海南省医院协会会长白志勤说,国家还是非常鼓励社会资本进入医疗市场的,但非公立医院的发展还是有一个玻璃门”,政府管理部门决策时还是受到体制影响。他建议,打破体制之争,公立医院和非公立医院一视同仁,制定医疗政策、制定卫生事业发展规划时,必须考虑老百姓的需求。所以,海南建设了“公举民办”的海南省肿瘤医院,给牌子、给级别、给编制、给贷款贴息、给运营补贴,海南省政府胸怀很开放,在努力为非公立医院推开那扇“玻璃门”。

中国医学科学院肿瘤医院总经济师徐元元认为,不管是公立医院还是非公立医院,现在都处在一个竞争平台上,尤其商业医保逐渐普及、国家医保支付方式改革后,公立医院和非公立医院将公平地面对患者的选择。

海南省肿瘤医院副院长、神经外科专家李安民则表示,他从301医院退休后来海南省肿瘤医院工作,切身体会到了海南省委省政府无差别对待公立医院和非公立医院,近年来,国家密集出台的医疗政策也利好非公立医院的发展,健康的曙光开启了!尤其海南省肿瘤医院还依托博鳌乐城国际医疗旅游先行区,享受国家赋予的9大优惠政策,包括特许医疗、加快先行区医疗器械和药品进口注册审批、试行放宽境外医师在先行区内执业时间等,这让省外的公立医院都非常羡慕。

倡导诚信医疗 重塑品牌重构医患关系

凤凰涅槃需要的不仅是勇气,还要挨过阵痛。非公立医院正处于涅槃的关键时刻,勇敢者将获得新生。

广州复大肿瘤医院院长徐克成就提出,莆田系医院不全都是坏的,但莆田系医院确实损害了公众对非公立医院的认知。在当下医患的关系中,非公立医院要重视诚信医疗,这是生命线。另外,还要注重公益,回报社会。以广州复大肿瘤医院为例,汶川地震发生时,医院账上只有1100万元,仍然向灾区捐款950万元。“非公立医院要以诚信和社会责任,重拾患者的信任,重塑品牌形象。”

南京明基医院院长周晓庆也建议,非公立医院要规范发展,用社会资金帮助需要帮助的人,在产生社会效益的同时获得良好的经济效益,就是“不要赚恶钱!”

海南医学院院长吕传柱分析,国家实行分级诊疗后,医疗市场的生态格局将会发生巨大的变化,有些公立医院可能就此衰落,而一些高投入、实力强、规范经营的非公立医院可能会崛起。他肯定了海南省肿瘤医院过去一年取得的成绩,2016年不计成本投入1亿多元运营,

现在又成立海南省肿瘤防治专家指导委员会,把全国医学界、肿瘤界,甚至疾病预防、医院管理专家汇聚到海南,就是海南省肿瘤医院一切为了患者的求实举措。

“医改深入推进的背景下,多种所有制医院并存,共同繁荣我国医疗事业,提升医学水平才是大道。”吕传柱表示,海南医学院愿意将全院医、教、研的资源向海南省肿瘤医院开放,公立医院、非公立医院相互携手,重塑医院品牌形象,共同缓解医患关系。

重视学科建设 提高医院软实力吸引患者

“一个大树的成长,需要发达的根系。学科建设,就是医院的根本。”周晓庆说,无论公立医院还是非公立医院,靠实力说话的第一条:能为患者治好病,越能治愈疑难杂症就越能赢得患者。

那么,非公立医院专业人才缺乏,如何搞好学科建设?周晓庆建议,和公立医院和医疗水平更高的医院合作,人才、技术资源共享。比如,南京明基医院就和上海圣总医院集团开展合作。

北京陆道培血液病医院执行院长李

定纲认为,非公立医院要发展,第一就是要聚集专家人才;第二要聚集医疗技术资源,比如机器人专家智能系统,可直接对接海南省肿瘤医院,再对接到地市县医院。

徐克成以所在医院的发展经验举例:“非公立医院不搞学科建设,同行就会瞧不起你。学科建设抓上去,攻克疑难病例,患者对医院的信任会迅速提高。”徐克成说,广州复大肿瘤医院的发展得益于几个特殊病患,就是卡特尔王子、印度尼西亚现任卫生部长和英国女王的妹妹。

天津肿瘤医院副院长赵强认为,无论哪种体制的医院要发展,学科建设很重要,他表示在过去帮扶海南省肿瘤医院的基础上,双方还将继续开展良性互动,在人才培养、肿瘤治疗最新技术与方案等方面,不断加深沟通,实现合作就是共赢。

发展特色专科
助力国际旅游岛医疗旅游产业

围绕非公立医院的发展,与会专家还特别针对海南省肿瘤医院提出建议:要发展特色专科和高端医疗,与国际接轨,助力海南国际旅游岛医疗旅游产业的发展。

海口市人民医院原院长白志明建议,海南省肿瘤医院必须以特色化的防治手段来作为差异化竞争的手段,任何医疗的差异化一定会形成特色,有了特色就有了品牌,有了未来。

辽宁省肿瘤医院原院长柏和提出,海南自然环境得天独厚,有利于疾病康复,国家出台异地诊疗新政策之后,海南将来应该作为集医疗、康复为一体的宝岛来发展,这也是海南省肿瘤医院的愿景,因此可在医院优选几个学科重点建设,比如病理学、检验科等,作特色专科吸引患者。

李定纲激动地表示,世界卫生组织和WTO世贸组织预计,2017年,国际医疗旅游将达到6975亿美元,而中国国际医疗旅游收益占比几乎为零。国际医疗旅游是未来发展的方向,海南省肿瘤医院诞生于国际旅游岛,这是先天优势。要利用这一优势,发展特色专科,做差异化的医疗产品,为国际患者服务。

因此,李定纲建议海南省肿瘤医院,聚集市场资源,“一个建得比希尔顿酒店都要好的医院,应该充分发挥它的效益。希望医院调整定位,在做好基本医疗服务的同时,一定要面向国际市场,开展国际医疗服务。”

(范南虹)

主编: 符王润 美编: 王凤龙

依靠优质用户体验 立升荣获“中国服务之星”称号



上海世博会上,立升先后派出400多人次员工到世博现场进行设备维护。

高质量的售后服务才能给消费者带来最佳的产品使用效果和用户体验。

例的,在世博会举办的184天时间里,立升为来自全球的7300多万游客提供全直饮水15万吨。

为了让全世界游客享受到高品质的直饮水服务,立升先后共派出了400多人次的员工到世博现场进行设备维护,这些志愿者因为衣服上一抹亮丽的橙色,和世博志愿者服务队伍“小白菜”一起,被大家亲切地称为世博会上的“胡萝卜”。从世博会运行直到闭幕前,直饮水服务一直在不断改进和完善,可以说,立升真正做到了“运行一天,改进一天。”

试运行阶段,游客不了解直饮水怎样使用,直饮台上粘贴的《使用指南》就帮了大忙;为缓解游客排队饮水问题,园区多次增加直饮水点,由原来的101个增

加至117个,出水口由1172个增加至1860个;游客反映直饮台在太阳的照射下发烫,立刻增加了遮阳棚;为确保直饮水台卫生,立升水卫士专门负责直饮水清洁和引导游客饮水;为便于游客找寻直饮水点,在遮阳棚上竖起4.5米高的指示牌;为疏导游客到其他饮水点取水,新增了直饮水点分布图;为迎合游客饮水习惯,将部分喷嘴龙头变成了弯颈龙头;为满足中国馆游客热水需求,后来又在中国国家馆和省区市联合馆的直饮水点旁增加了热水机……

每一处细微的改进、每一项周到的服务、每一个忙碌的身影都倾注着立升人的汗水和心血,他们用实际行动为世博游客提供最优质的服务。同济大学署

期实践团调查表明:68.5%的世博游客将直饮水列为最满意服务设施。世博会结束后,上海总工会等几家单位为立升颁发了“上海世博会世博园区服务保障先进集体”奖状。

如今世博净水服务已经成为一种服务标准,在上海虹桥高铁站得到延续。“传承世博理念,倡导绿色出行”,自2016年1月8日,上海虹桥高铁站采用立升直饮水技术,推出首个“温水直饮水服务”。

完善服务质量体系
抠细节抓体验

立升销售总监马振坤介绍说,立升在武汉建立了全国服务应答中心,全国

27家直营分公司和数百家经销商为立升的用户提供24小时×7天全天候服务。立升的服务组织理念是围绕“以用户为中心”的价值链管理展开的,在产品开发、宣传推广、售后服务等各个环节都从细节着手,不断优化用户体验。

立升不仅为购买净水产品的用户提供免费的安装服务,还通过制度化的当月回访、半年回访,每年回访来保障用户使用满意。通过安装服务时的用户评分表、满意度电话回访和各方面信息反馈了解用户需求和投诉建议,并在全国服务中心统一调度下,由地区服务中心提供48小时到位承诺,平均服务响应时间小于24小时。据了解,立升还在产品保修卡上书面承诺超滤膜保用3年,远远超过同行保用一年的承诺时间。

家用净水器18年 积累200万高粘度用户

立升自1992年成立以来就一直专注于净水领域的研发与服务,是业内为数不多的纯专业背景的净水品牌。立升从专业水处理用超滤膜起步,在全球超滤膜行业具有领导地位,可以说“Lifetech立升”在国际上就是“超滤膜”的代名词。早在1998年,立升将超滤膜应用于家庭净水领域,率先提出“分散式终端分质供水系统”的概念,开发出一系列以超滤为核心的组合净水工艺,解决自来水管路输送过程中引起的二次污染问题,有力地推动了净水器在家用领域的应用普及。

24年来,在立升的发展历程中,“服务”始终扮演者重要的角色,坚持“口碑”宣传。立升认为,服务品质的打造与产品品质的精益求精同等重要,它是企业维系消费者最直接、最有力的沟通纽带,也是企业在发展过程中最值得关注与行动的着力点。截至目前,立升已经凭借其过硬的产品品质和服务水平积累了200万家庭用户,这些用户也正是立升贯彻用服务打动消费者,用服务品牌塑造品牌最忠诚的“膜粉”。

(小文)

没有“服务” 净水器只是半成品

净水器不像电视、冰箱等传统家电,买回家插上电就可以用。平时也不需要花什么精力进行维护,只在产品出现故障时才需要售后服务。严格意义上来说,作为商品出售的净水器只是“半成品”,把净水器买回家只是个开始,后续还需要安装、维护、换芯等长期的售后服务支撑。对于用户来说,有了完善服务的净水器,才是一个完美的消费体验。

安装:净水器是涉水产品,安装需要一点水工知识,用户自己安装容易存在漏水隐患,尤其是全屋净水系统,更需要专业的售后团队进行净水系统的预先勘测设计,布好净水管路,将机器安装在最合理的地方。

换芯:净水器滤芯是易耗品,使用一段时间后需要进行清洗消毒、滤芯更换等维护工作。如果更换不及时,净水器可能失去作用,进而影响净水使用。

当然,安装和换芯只是净水器售后服务最为重要的两个方面,除此之外还包括净水器的使用调试以及维修和服务咨询等各个方面。只有及时的、稳定的、