

“医通、人通、财通”为医共体改革探新路

让群众“看得了病、看得起病、看得好病和少生病”

□本报记者 戴娟

“某种意义上说,分级诊疗制度实现之日,就是我国医疗体制改革成功之时。”国家卫生健康委员会主任马晓伟在去年全国两会“部长通道”上的这句话,道出了当下医改的核心。

构建以促进优质医疗卫生服务资源下沉,提升基层医疗卫生服务能力为目标的区县域医共体,成为当下实现分级诊疗的关键性改革。2018年以来,我市逐步在25个区县推动以“医通、人通、财通”为主要内容的医共体改革试点。明年,我市将全面推开区县域医共体“三通”建设,实现区县全覆盖。

如今,试点区县改革推进效果如何?改革中如何实现效率和公平的最大化?近日,重庆市生产力发展中心、重庆市卫生健康委员会、重庆社会科学院、重庆市综合经济研究院联合主办专题经济圆桌会,聚焦我市区县域“三通”医共体建设运营问题,政府官员、专家学者进行了深入探讨。

医共体改革迫在眉睫

基层诊疗量10年下降18.18%

大病小病都涌向城市大医院,大医院门庭若市,小医院门可罗雀,优质医疗资源的挤兑和基层医疗机构业务量的萎缩,客观上使得群众“看病难”“看病贵”问题难以解决。

“新一轮医改2009年启动以来,全市医疗卫生体系逐步健全、发展、完善,然而,‘两极分化’格局也开始凸显。”市卫生健康委副主任李畔列出一组数据:2009年以来,全市三甲医院从16家发展到现在的36家,创建国家临床医学研究中心1个、国家区域医疗中心1个、国家区域中医诊疗中心3个、5家医院入围全国100强;而基层诊疗量占比由2009年的68.9%下降到2019年的50.72%,10年下降了18.18%。

大医院虹吸效应不断增强,基层医疗卫生机构吸引力却极为有限。“可以说,老百姓看病不出重庆,多数不出区县的目标,已经达到了,但是不出乡镇基本上是不可能的。”李畔认为,由于发展滞后、投入不足,以及卫生技术人员配备不足且水平不高,按照国家“基层首诊、双向转诊、急慢分治、上下联动”分级诊疗制度建设要求,基层医疗卫生机构一定程度上已不能满足人民群众的医疗服务需求,患者“舍近求远”现象突出,基层“网底”作用发挥极为有限。

“改革迫在眉睫!”李畔说。

针对基层医疗卫生机构“散、小、弱”问题,我市从2018年起,开始实施“医通、人通、财通”三

贫困村民检查身体。(本报资料图)

通讯员 余鸿 摄影 视觉重庆



通医共体改革试点工作,力图通过医共体内部业务整合、财务统一、人员流通,建设区县域内紧密型医共体,推动县、乡、村一体化,促进基层医疗卫生服务能力提升,构建区县域内合理分级诊疗体系。

在李畔看来,这项改革目的是打通优质医疗卫生资源下沉的难点、堵点,重点解决基层医疗服务水平不高、人才引进留住困难、发展缺乏资金等问题。

最大化整合资源优势

实现“三通”提升基层医疗卫生服务能力

作为我市首批实施“医通、财通、人通”三通医共体建设试点工作的区县之一,今年6月,忠县“纵联横合”医共体“三通”改革经验作为典型案例入选国家《医改蓝皮书》。

“改革前,县乡村医疗机构职责不明、盲目攀比、各自为阵,设施设备未有效整合利用、有限的人力资源发挥不充分。”忠县副县长刘杉树认为,医共体改革的焦点在于整合县域医疗卫生资源,最大化发挥资源优势和技术优势。

基于此,忠县在改革试点中,紧扣“医通、人通、财通”主线,明确“人才学科双下沉,资源资产大整合”思路,构建县乡村一体化发展格局,创新打造“纵联横合”医共体。“纵联”,即以县人民医院、县中医院为龙头,与乡镇卫生院组建两大纵向医共体,上联下通,提升能力;“横合”,即整合资源,横向集团化管理42家乡镇卫生院。

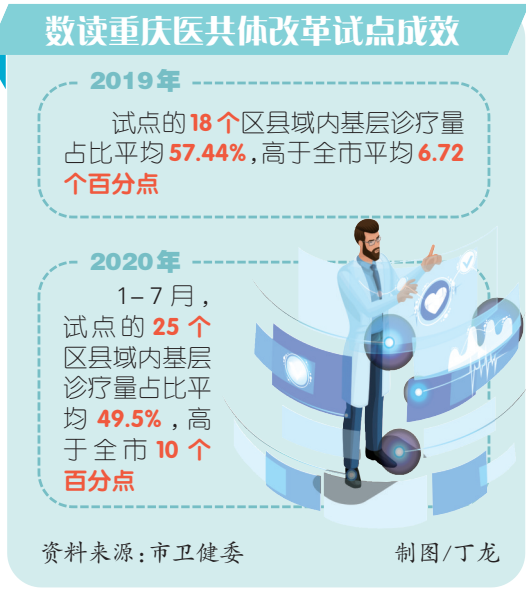
刘杉树举例说,为提高医疗救治能力,龙头

医院针对基层紧缺、薄弱专业需求,与基层联建8个专科;为提升医务人员综合能力,严格落实县级医院医护人员晋升高职称前,必须到基层医疗卫生机构服务一年的制度。同时,还加强信息的互联互通,实现县域公立医疗机构影像、心电、检验等诊断信息在医共体内调阅共享,将远程医疗费用纳入医保报销,让患者享受基层医院收费标准、县级医院诊疗服务。

各试点区县结合自身情况,构建了不同的医共体,但改革的内涵本质一致。李畔说,各试点区县针对基层首诊能力弱等问题,着力推动“医通”,明确基层66个首诊病种,实施远程医疗服务,促进药品上下衔接,持续改善基层医疗服务质量;推动医务人员流动方面,设立“编制池”,不断完善人才倾斜政策;为解决基层发展缺资金问题,很多区县设立“基层卫生发展资金池”和“技术协作服务资金池”,创新解决基层可持续发展问题。

“立足‘三通’,医共体建设取得了增值效应。”在重庆医科大学公共卫生与管理学院院长邱景富看来,医共体建立责任共同体,通过规模经济降低了各级医疗机构的运营成本,同时医院与基层医疗机构间减少内耗,各成员共同获益。

更多的群众实现了家门口看得了病、看得起病。数据显示,2019年,试点的18个区县域内基层诊疗量占比平均57.44%,高于全市平均6.72个百分点;2020年1—7月,试点的25个区县域内基层诊疗量占比平均49.5%,高于全市10个百分点。



撬动利益杠杆

催生医共体发展动力

利益是影响当前医疗卫生体制改革的主要因素之一。邱景富认为,要有效推动医疗卫生体制改革,需通过获得各主体的支持,处理好利益共享与分配问题。

在邱景富看来,区县域医共体的建设,不仅要实现群众对健康服务的获得感、幸福感、安全感,也要实现区县域内医疗卫生机构及其医务人员各自的利益,平衡各方参与主体的利益问题。所以建立合理的利益均衡与共享机制,是促进区县域医共体改革成功的关键。

如何撬动利益杠杆?忠县进行了有益尝试,通过医保、医疗、绩效薪酬等方面调剂共享,构建起工作业绩与工作收益“双赢”的长效机制。

刘杉树介绍,忠县在医共体改革中建立“资金池”,每年按基层医疗机构收入的5%、县级医院盈余的2%提取资金,另统筹财政专项资金滚动积累,均由医院管理中心统筹管理,由医共体集团和管理联席会议决定资金使用,资金主要解决乡镇卫生院“发展难”问题。同时在绩效总额内,设立偏远地区补贴、基层医疗卫生机构特殊人才津贴、全科医生岗位津贴等项目,允许收取的家庭医生签约服务费用于发放团队报酬,激发基层活力。

荣昌区则出台《医共体“利益共享”实施方案》,在医共体内建立了项目合作、双向转诊等利益分配机制,明确总院通过远程医疗平台提供远程医疗服务,按规定收取远程诊疗会诊费的,会

促进消费回暖 助火锅产业探寻发展新蓝海

第12届重庆火锅节16日“开锅”

吃万人火锅宴、赏乐队表演、看调味师技能大赛、去火锅文化墙打卡、购火锅食材……10月16日,唯怡·第12届中国(重庆)火锅美食文化节暨国际食材博览会(下称“第12届重庆火锅节”)将在重庆悦来国际博览中心拉开序幕。在为期3天的时间里,一系列精彩活动及促销优惠,将给市民带来一场麻辣狂欢盛宴。

与往届火锅节相比,第12届重庆火锅节全新升级,规模更大,更突出行业交流合作、互动促销和川渝合作,旨在促进重庆餐饮消费加速回暖,助推重庆火锅产业探寻发展的新蓝海。

“一节”升级为“一会一节”

1000余展位展现火锅产业发展盛况

重庆火锅节已连续举办11届,是全国火锅行业的品牌节会,更是独具重庆特色的城市节日。今年,由中国饭店协会、重庆市商务委员会、渝北区人民政府支持,渝北区商务委员会、重庆市火锅协会主办,重庆亚美广告文化传播有限公司承办的唯怡·第12届中国(重庆)火锅美食文化节暨国际食材博览会,由往年的“一节”升级为“一会一节”。其规模比往年更大,活动内容也更丰富,既有好吃的、好玩的、好看的,还有行业的交流与对接。

市商务委相关负责人介绍,第12届重庆火锅节展场面积达6万平方米,设置了3个展示专区、1000余个展位,50余火锅企业参展,600余食材及相关参展商,以及来自全国各地的超过300家火锅品牌企业到场参加,全面展示中国火锅产业的发展盛况。

其中,悦来国际博览中心N4、N6馆将聚集火锅食材、调味品、设备及配套服务等厂商企业,为火锅节特供创新食材、基地直采、一手货源。同时,通过开展食材集采优惠等促销活动,帮助食材企业拓宽销售渠道。

由重庆市火锅协会食材专委会特别打造的“爆品食材”专区,将集中展示数十款经过市场及消费者考验的网红爆品食材,通过近距离的体验,让采购方无忧



采购好食材。

悦来国际博览中心北室外广场,则将搭建万人火锅宴、火锅加盟连锁展、区县专区。重庆市烹饪协会、重庆市饮料行业协会、重庆美食文化发展促进会等重庆餐饮行业协会,将携手会员单位参展,集中展示重庆火锅产业的发展盛况及趋势。

搭建行业交流合作平台

论坛对接会榜单发布轮番举行

作为一次行业盛会,第12届重庆火锅节致力于为中国火锅产业搭建交流、对话、交易的平台。火锅节期间,将开展一系列行业的对话、交流活动。

据了解,10月16日下午,将举行以“破局·创赢”为主题的张兵兵·中国火锅产业创新发展论坛。论坛中,熊猫传媒董事长申晨、不惑创投联合创始人李祝捷将分别进行《2020中国火锅的新营销与新机会》和《火锅产业进化论》主题演讲,探讨中国火锅产业的未来发展趋势及突破方向。同时,永佳小天鹅、周师兄、珺姐、谭鸣血、有牯头和牛物火锅等国内品牌火锅的创始人、总经理,还将围绕论坛主题展开现场对话,分享经营火锅的实战经验。

同一天,还将开展重庆火锅采购对接会。50余家品牌火锅、500余厂家将

走进对接会现场,展现火锅产业供应链的新场、新模式,寻求合作商机。

汤嫂·2020中国火锅影响力盛典,也将在火锅节期间举行。到时,中国饭店协会将携手美团,联合颁发“2020中国火锅影响力品牌TOP100”榜单。

此外,火锅节期间,还将开展重庆火锅传承仪式、“巴渝工匠杯”重庆火锅调味师技能大赛、火锅新技术新产品发布会暨爆品食材优选会、火锅直播大讲堂、火锅形象大使选拔赛等活动。

打造火锅美食盛宴

打卡点及互动促销优惠活动多

作为一场火锅美食盛宴,第12届重庆火锅节特别打造了多个打卡点以及多项麻辣鲜香的火锅互动、促销活动,让10月的重庆满城火锅飘香,展现“中国火锅之都”的魅力。

譬如,一年一度的万人火锅宴、德庄·天下第一火锅、重庆火锅图腾柱等历届火锅节的“标配”,仍将如期亮相。其中,万人火锅宴将精选全国火锅品牌现场开席。外地游客及市民可一站式打卡体验品牌火锅,挑选喜爱的火锅现场开煲,感受重庆火锅独特的文化魅力。

还有更多的打卡点等着市民和游客去打卡。

由3吨火锅底料制作的火锅文化

墙,长达8米。其用牛油雕刻的画面和文字介绍了重庆火锅的起源和发展,给人以感官上的震撼和心灵上的震撼。据火锅节组委会介绍,秉持节约原则,火锅墙在火锅节期间展示后,将科学回收,杜绝浪费。

由创意商家打造的火锅潮辣市集,是集火锅文化、跨界产品、趣味互动、拍照打卡于一体的文创展,市民和游客在此可以购买新奇的火锅跨界产品。

矗立在国博中心北室外广场上的火锅直播间,将吸引重庆火锅老板与红人主播共同入驻,在火锅节期间面向全网推荐重庆火锅及美食。

乐队也将来助阵。10月16、17日两晚,江映蓉、唯怡七天使女子乐团等艺人、乐队,将在国博中心北广场主舞台开启“潮辣音乐节”。到时,游客可以一边品尝与万人火锅宴,一边欣赏乐队表演。

对于“吃货”来说,还有“耙和”可捡。据悉,火锅节现场,参展火锅企业将纷纷开启畅快促销模式包括68元/人的优惠套餐以及各种火锅节现场专属福利,保证观众吃好耍爽。

在线上,火锅节组委会将联合美团、大众点评,甄选品牌火锅企业,在火锅节期间推出全国首个线上美食品牌馆——“重庆火锅品牌馆”,打造线上火锅节。“重庆火锅品牌馆”将集合全城火锅企业、门店活动优惠,将重庆火锅节延续至全年,让市民能实时畅享火锅节,并选择自己喜欢的火锅店进行消费。

为回馈市民,助推火锅节趣味体验,主办方还将组织开展打卡重庆火锅、赢现金好礼的活动。活动现场,用抖音“辣度测试”贴纸拍视频,带话题“重庆火锅节”、“你是几度辣”,就可以到抖音辣度惊喜小铺,兑换火锅创意周边产品。网络红人、视频达人也将在抖音、微博等平台发起“重庆火锅节”话题,邀请市民参与创作拍摄。

另据了解,为助力成渝地区双城经济圈建设,今年的火锅节将与成都国际美食节联动,并引入了南充火锅协会、四川省调味品协会、甘肃烹饪协会火锅专委会等作为协办单位。到时,火锅美食大篷车将现场发车,把重庆火锅的麻辣鲜香带向成都。

促进消费加速回暖

探寻重庆火锅产业发展新蓝海

消费一直是稳定国民经济增长的压舱石。今年以来,为应对新冠肺炎疫情对我市消费服务业带来的影响,提振消费信心、促进消费回补和潜力释放,市商务委从3月中旬起陆续组织开展了以“春暖花开 美好生活”为主题的“十个一”主题消费活动及2020年“百城万企促消费”全国消费促进月“爱尚重庆”金秋消费节等一系列消费促进活动。

“第12届重庆火锅节,是重庆一系列消费促进活动中的一项重要活动。”市商务委相关负责人表示,重庆火锅产业基础好、体量大、涉及面广,开展本次火锅节,有利于进一步提升重庆火锅及美食的影响力,促进重庆餐饮消费加速回暖。

另一方面,通过火锅节这个平台,有助于重庆火锅产业链上的企业与国内同行进行交流、探讨、寻找合作商机,进而探寻重庆火锅产业发展的新蓝海。

来自市商务委的数据显示,火锅产业发展势头良好。截至2019年底,全市火锅店近3万个,从业人员达到近60万人,火锅全产业链年产值达到近600亿元。

同时,作为重庆响亮的城市名片之一,重庆火锅早已成了重庆餐饮行业“走出去”的主力军。近年来,重庆火锅企业在境外扩张的步伐更是日渐加快。

重庆市火锅协会相关负责人介绍,目前,小天鹅、秦妈、苏大姐、德庄和刘一手等多家本土火锅企业,已累计在境外开店200多家。这些店分布在美国、新加坡、俄罗斯、澳大利亚、加拿大、老挝及中国香港、中国澳门、中国台湾等20多个国家和地区,生意普遍不错,有的店甚至还长期存在顾客排队等候吃火锅的现象。

据海关统计显示,2019年,重庆火锅底料出口到22个国家(地区),共900吨,货值达328万美元。这既推介了重庆美食,又扩大了重庆城市影响力。

唐勤

图片由第十二届中国(重庆)火锅美食文化节组委会提供



市民享用火锅