

# 培养全科医生,新政出台只是个开始

张佳星

不管叫“全科医生”,还是“家庭医生”,他们都是整个中国极度需要的角色。

上周六,人民日报微信公众号推送了一篇题为《你口无遮拦的样子,真丑》的文章,其中有一个故事发生在浙江大学医学院附属儿童医院:在家长被告知只需回家吃药后,家长脱口而出的是“你孩子发烧39.3℃你会怎样?我诅咒你孩子天天39.3℃”。

且不论这位家长的德行问题,只揣度一下他的经历。浙江大学医学院附属儿童医院是三级甲等医院,病人多、等待长,从挂号到分诊再到抽血拿到结果后再就医,过程中势必消耗了大量的时间成本、金钱成本,如果只得到一句“回家吃药”,病人的心情可想而知。

试想,如果全科医生能走进“日常”,患者到家门口几步之遥的诊所,或者是打个电话就有医生来家看看,那情绪势必会稳定很多,火药味也会大大降低。

国家卫生计生委副主任曾益新就将全科医生提供的诊疗称为“熟人医疗”,他将百姓得病在乡镇社区的处理率定位在了80%。也就是说,如果全科医生的制度完善而健全,全科医生的配备充足而到位,那么上面这个例子中的诊疗案例并不会发生在三级甲等医院,甚至根本不会发生这个“真丑”的冲突。

为了实现“熟人医疗”,新出台的《改革完善全科医生培养与使用激励机制意见》(以下简称《意见》)从全科医生的培养与激励入手,希望用内外兼修的制度之手让全科医生的名声焕然一新,达到引才的目的。

《意见》出台之后,究竟能不能让全科医生在健康中国的事业中落地结果?笔者认为,可能还需要多考虑几个方面。

首先,最需要解决的是“公众期待值”的问题,忌高也忌低。有人把全科医生的点落在“全”上,认为他们无所不能,这是不现实的;而另一些人认为全科医生只能诊治一些小症状,要诊治准就要找大医院的专业医生。

前者通过解释宣传可以纠正,正如曾益新在新闻发布会上提出的,全科医生知识结构不一样,他的知识面广泛广博,针对问题能够开“一扇门”,但并不解决。例如知道什么情况下要给心脏支架,但并不会亲自放支架。而后者则需要真正坐诊的全科医生用自己的实力改变。目前当诊的医生在怕担负责任的心理之下,经常怯于为患者决定

处置方案。可见在职业教育上,除了专业过硬之外,还要传递一些“软素质”,如通过担当、沟通、协调等行动来在公众中立威。

其次,依照计划,全科医生到2050年将增加50万人。他们的工作方式是否仍旧像现在这样,留在诊室等病人上门?要形成熟人医疗,先要解决“熟”的问题。熟人医疗需要医生深入到百姓的生活中去,甚至要熟悉到干预公众每餐的饮食。这种全新的工作机制,如果只靠医生的积极性主动性是不能长久的,而应该建立与全科医生工作性质相一致的工作制度,在制度上进行工作形式的确定。

一个措施会产生怎样的效果,并不是确定的。如果认为一个《意见》发布后就万事大吉,那就有些想简单了。在推动全科医生走进现实的过程中,还少不了努力。

## 观点速递

### 思考和应用是更高层次的阅读能力

阅读量当然是一件好事,但是,这归根结底只是一种获取信息的手段,如果仅仅满足于获取信息,而不加以思考和应用,恐怕“阅读”的意义就要大打折扣了。早在2000多年前,孔子就说过“学而不思则罔,思而不学则殆”,而对于只会读书、不会实践的人,人们也会批评他“纸上谈兵”。从这个意义上来说,思考和应用,可以认为是一种更高层次的“阅读能力”。

——土土绒(《中国青年报》)评中山大学2017级中国史博士生李自豪以623册借阅量位居中山大学2017年新生“借阅达人榜”第二名

### 片面强调论文的“出身”不利于提升期刊质量

毋庸置疑,鼓励并引导国内科研人员在国外知名期刊发表成果,对增强研究显度,促进国际交流,倒逼国内科技期刊提升办刊品质有一定的积极作用。但是,如果片面强调论文的“出身”,以期期刊的影响因子来衡量论文的学术水准,就会扭曲为一种简单粗暴的评价,反而不利于引导正确的科研价值取向。在运行管理机制和考核机制的双重困境中,国内科技期刊办刊经费紧张、专业人才匮乏,反过来又影响期刊质量提升。如此反复,久为沉疴。

——斐渔(《人民日报》)评中国首次超越美国成为世界上科学出版物总量最多的国家



正值春运抢票高峰期,不少在线旅游网站再次被曝火车票违规搭售。一些网站的有偿服务选项隐藏很深,消费者很容易被“套路”,不明不白花了冤枉钱。律师表示,该行为或涉嫌侵犯消费者的知情权、自主选择权、公平交易权。

## 跑车上太空,美国航天民间队带了好头

王钟的

美国Space X猎鹰重型火箭成功发射的消息传出以后,朋友圈里顿时呈刷屏之势。一些人惊叹美国航天科技的强大,更多人则感慨我国距离造出这种量级载荷的火箭还有很长一段路要走。

此次发射尤为吸引眼球的一个看点,是猎鹰重型火箭的设计与制造方是一家私人宇航公司。因为Space X的老板就是电动汽车制造商特斯拉的老板,猎鹰重型火箭这次把一辆特斯拉电动跑车送上了天,堪称史无前例的商业营销。而在几年前,当Space X公司首次提出要发射重型火箭时,没有几个人觉得这样的狂想能顺利实现。

早在冷战时期,航天事业就被认为是国家间的竞赛。当时,美国与苏联你追我赶地发射卫星、飞船,直至人类登月和发明航天飞机,极大地推动了人类航天事业的进步。但时代在变化,历史是回旋前进的,航天事业也早就走出了冷战思维,多国合作与商业利用成了航天事业发展的

主流。

Space X等商业公司的成功,强有力地说明了商业公司在航天领域大有可为。在猎鹰重型火箭发射成功前,Space X利用猎鹰9号运载火箭发射的“龙”货运飞船,就已经实现了商用化。美国航天局与Space X签订合同,通过该货运飞船向国际空间站运送补给物资,显著降低了物资运输成本。

国家力量在航天技术发展中扮演的核心角色依然是无可替代的。一方面,人类的太空探索从来不只是“钱”的事,最前沿的航天技术往往是不计回报的,而追求受益的商业机构无法理解这一点;另一方面,只有国家力量解决了最基础的难题,才能为航天技术的民用化铺平道路。

不过,航天事业发展到了现在,已不应该是国家队的孤军奋战。航天技术也从早期单纯的科学实验,变成现在大量商业应用占主流的局面,就连普通人与航天技术的距离也不再遥远。举个例子说,如果没有头顶上的卫星,手机与车载导航设备就全部要歇菜。只有市场力量的进入,才能

充分满足大量的航天领域商业需求。

中国政府对民间资本投入航天事业的态度也很明朗。《2016中国的航天》白皮书明确提出:鼓励引导民间资本和社会力量有序参与航天科研生产、空间基础设施建设、空间信息产品服务、卫星运营等航天活动,大力发展商业航天;推动政府与社会资本合作,完善政府购买航天产品与服务机制。

与Space X这样走向成熟的商业航天公司相比,中国的民营商业航天尚在萌芽阶段。国内已成立的民营商业航天公司,所掌握的技术以探空火箭为主,较少触及具备空间运载能力的火箭。不论是体量规模,还是技术水平,中国的民营航天公司尚且难以与美国相比。

航天市场未来前景远大,向民营资本开放航天市场是大势所趋。Space X等商业公司的成功启示中国航天事业,要建设多层次、多元化的航天体系,离不开市场力量的参与。就像那辆飞上天的特斯拉跑车一样,中国的民营航天市场仍有令人激动的想象空间。

## 浙大教授“炼丹”? 别把中医药脸谱化

眉间尺

2009年的时候,浙江大学有个叫王毅的讲师,给学生开了一门《从神农本草到现代中药》的通识教育课。这门课一开八年,王毅从讲师成了教授,最近却突然在网上火了。原因和一条报道有关:浙大教授开课教学生炼丹,学生上深泡脚、熬蜂蜜。

你不得不感叹标题党威力之大。事实上,浙大这门课是一门为大学生讲授中医药知识的课程。对药学专业的学生来说,其性质大概和“药理学概论”之类课程并无不同;而对于非医药专业的学生而言,也类似“四大名著导读”之属。所谓“炼丹”“熬蜂蜜”其实是学生在课堂上亲手制作中药丸剂,而“泡脚”不过是验证古方的试验。应该说,这都属于严肃的教学活动。但是,“炼丹”“熬蜂蜜”“泡脚”这些对中医药脸谱化的描述,却极大地勾起了人们的好奇心和娱乐欲,从中也可以看到人们关于中医的想象、调侃或误读,更深层次的则是百余年来

来中医药存废论争造成的社会心理和文化定式。

晚清以来,中医多次遭到批评。尤其是进入20世纪以后,中医于1913年被逐出北洋政府教育部的大学医科课程体系,在新文化运动中更作为“旧文化”的一部分而受到猛烈抨击,从此被一些人称为“旧医”,日益丧失了话语权。期间,中医界也曾举起民族主义大旗,试图以“国医”的名号为自己加冕,但直到新中国成立,都未能从根本上改变“边缘化”的命运。1949年以后,中医的地位得到根本改善,但在大众文化中依然难逃被“神秘化”的困境。这几年来,虽有属物“青蒿素是中医药给世界的礼物”的宏论鼓舞人心,也有奥运会传奇巨星菲尔普斯身上“广告植入”式的授权印促使人们思考,但不得不说,中医究竟应该如何发展,依然是一个需要心平气和地认真讨论的问题。

浙大所谓“炼丹课”再一次撕开了这个话题的一角。实际上,纵观多年纷争诸

家观点,真正划出了重点的人或许是章太炎。他在1920年代就直截了当地提出,“谓中医为哲学医,又以五行可行,前者近于辩证,后者直令人笑耳也”,中医要证明自己,最好的办法是在现实的医疗实践中对古代医方、医案和医理进行验证。一句话,不看广告看疗效。毫无疑问,这是一种现实而理性的态度。按照这个态度,就会发现网络上中医“黑”和中医“粉”的争论没什么实际意义。而且,恰是这种“站队表态式”的思想方法,把学术问题情绪化、科学问题立场化,只会把中医推向无法说明自我的文化虚无泥沼,后果是十分可怕的。据说,有的中医药大学的博士不读中医典籍,还有人甚至认为汉代的张仲景与明朝的张景岳是兄弟。这么多令人悲哀!

从这个意义上说,我们应该为浙江大学王毅教授的“炼丹课”点赞。这门课很受学生欢迎。据报道,每年浙大本科生中选这门课的人,接近400人,但由于课程容量

限制,真正能选上的不足百人,而且都来自不同的专业。课程从“什么是中药”开始为学生的科普中药知识,既讲中药知识,也讲传统文化,实际上至少部分承担了章太炎的思路,努力拨开蒙在中医中药上的迷雾,既增进了作为未来社会中坚的青年学生对中医药的真切了解,又有助于把他们带回科学肯定中医价值的正路上来。

宽泛地讲,中医药是中国传统文化中十分重要的一部分,因此,浙大此举也为正确对待中国传统文化的创新发展提供了方法借鉴。记得上世纪初年,中国新文化的代表人物胡适就说过,“吾国居今日而欲与欧美各国争存于世界也,非造一新文明不可”。而要造就新文明,就要采用一种“评判的态度”对传统文化作出“价值重估”,既反对因袭盲从,也反对似是而非的中西融合或拼凑,而是用科学的方法来做整理、实验的工作。毫无疑问,在浙大的课堂上“泡脚”“熬蜂蜜”“炼丹”的学生们所做的正是这样的工作。

## 有口皆评

### 81岁仍可当学霸 何必恐惧成为“叛逆者”

张盖伦

81岁的薛敏修于近日毕业,她用四年时间,完成了所有专升本课程的学习,拿到了天津大学现代远程教育本科学历证书。在毕业典礼上,她这么说——生命中最重要的就是,不要屈服于同龄人的压力。

简直一语惊醒梦中人。薛敏修用实际行动践行了何为终身学习,也狠狠打脸了这么一句所谓的俗语——什么年龄干什么事。什么年龄干什么事,是将人的生命周期进行简单粗暴的分割。他们说,18岁之前,就该好好读书;30岁之前,就该成家;35岁之前,就该立业……60岁以后?那就没什么好折腾了,你该做的,是颐养天年,顺便帮子女带带孩子。

仿佛每一个人人生阶段,都有一个deadline,如果在这之前没有完成应该完成的事,你就会被贴上所谓失败的标签;如果在deadline到来之后,还在做前一个人生阶段该做的事,你就是“另类”,就是“不切实际”。为了在合适的年龄干合适的事,人们惶然、焦虑,还学会了认命。

而且,社会对人怀揣梦想的年龄有着苛刻的限定,仿佛梦想是孩子和年轻人的专利。过了该立业成家的年龄再大谈梦想,那就要被人嘲笑了。如果步入老年,你还念叨着“我有一个梦想”,那不仅是旁人看不下去,

连家人都看不下去。但薛敏修告诉我们,人生并无定法。只要你愿意,你可以在任何年龄拥有梦想,你也可以在任何年龄去实现它。

为了学习,薛敏修每天5点起床,听广播,学英文;为了搞懂知识点,一趟一趟往学校的指导中心跑;为了过计算机考试,她坚持考了六次。她自己也说过,家人没有那么支持她。不过,她太清楚自己想要什么了,别人有非议,那就“随他们去说”。这是真正的人生智慧。

学习,在薛敏修这里,已经毫无功利色彩。她有大学情结,她曾经上过大学,但没有去成。她后来一遍遍考,即使老了,在外人看来已经没有意义了,也不放弃。薛敏修学习,是为了圆梦,也是为了提升自己,更是为了单纯享受学习给内心带来的完满。

薛敏修让我们看到了另一种生活方式。你到了年龄可以不结婚,就算被称作“剩男剩女”又怎样;你到了年龄可以不安定,只要不影响他人,你完全可以按照自己想要的方式生活;你到了年龄可以不苦兮兮地带孙子孙女,想养花养花,想遛鸟遛鸟,想理首放纸堆做研究写文章,也完全没问题。

“什么年龄做什么事”,那是社会给的枷锁。不走寻常路的薛敏修收获了很多赞誉。笔者也希望,其他像薛敏修一样的“叛逆者”,也能得到更多宽容。

### LG退场 或许是集体谢幕的开始

许茜

在中国市场舞台上,“低调”许久的LG手机,因其退场吸引了众人的目光。据报道,LG于近日宣布“手机业务退出中国”。但这或许只是退场大戏的开始,未来手机厂商的“谢幕”或将成为常态,LG不会是最后一个。

评价今天的手机产业,业内人士常会用“红海”一词,甚至是“血海”。竞争激烈的原因则在于,如今已不是十多年前智能手机产业的孕育期,而早就步入了成熟期。市场竞争进入白热化阶段,内有华为、小米、OV等厂商群英割据,外有一直盘踞市场前列的苹果、三星等国外智能手机品牌。同时,一众“小字辈”如锤子、一加、360等实力亦不容小觑。

大小“船舶”都装备精良,欲在红海中一决雌雄。然而,“船”虽然越来越多,也越来越高级,但“海水”却越来越少,甚至快没了。知名市场研究公司Canalys日前发布了关于中国智能手机市场的最新报告,数据显示中国智能手机市场年度出货量在2017年同比下滑4%,这在中国智能手机发展史上尚属首次。

“海水”少了,能抢占一席之地的,必是“巨轮”。急风浪险中,马太效应愈加明显——强

者愈强、弱者愈弱。华为、小米、OV等国产品商中的佼佼者,一路高歌猛进,角力所剩不多的市场份额。在上述报告中,2017年第四季度,华为以2400万部位列出货量榜单第一名,而且实现了同比9%的逆势增长,全年出货9000万部。OPPO、vivo的出货量分别下跌16%、7%,但依旧保住了第二、第三的位置,并在2017年实现了两位数的年度增长。

这其实也是IT产业发展的必然结果,符合信息科技领域“70—20—10”定律。当某个信息产业发展成熟后,一般在全球容不下三个以上的主要竞争者。“老大”成为行业主导者,占据了约60%到70%的市场份额,“老二”(可能还会“老三”)则有自己稳定的20%或30%的市场份额。剩下的一群“小猴子”数量虽多,但却只能占到10%甚至更少的份额,它们基本上唯“老大”马首是瞻。

如今的手机市场,依稀可见“老大”和“老二”(或“老三”)的身影,而剩下的“小弟”或许只能跟着“喝点汤”。逐利是商人的天性,谁又甘愿只是挣点“小钱”?于是,看不到利润的企业转身离场、寻觅别处“海洋”,就变得顺理成章。LG走了,下一个会是谁呢?

### 共享单车限量供应 不过是削足适履

王鹏飞

近日,上海市松江、奉贤等地出现一批名为“Hellobike哈罗单车”的白蓝相间的共享单车。上海市交通委对发现的单车组织了实地检查,认定哈罗单车此次投放新车未向市、区两级管理部门报备,属于违规行为。

单车监管已经进入“虎牢关”。不久前,北京市交通委曾表示,从去年9月,北京下发共享单车新增禁令至今,几个月来共享单车总数减少15万辆。应该说,这种应急性的措施的确遏制了共享单车泡沫带来的市政问题,但行业如何发展,简单的限量是无法解决的。

2014年以来,共享单车迅速发展。短短3年内,全国各类单车总数超过1千万,北京市就达到了235万辆。一时间,乱停乱放、挤占车场路面有之,随意破坏、旧车堆积如山有之,种种单车乱象比比皆是。相关部门介入管理正逢其时。

然而,政策包里先亮出来的却是最省事的“限量”。直接限制单车总数,只许减不许增。这一政策的逻辑是,种种问题归因于“单车总数过剩”。然而,单车数量真的过剩了吗?判断供给的首要依据是百姓需求:每日下班后,在京城各商圈的写字楼群里,平时摆满单车的街道瞬间就“空无一车”,普通市民的生活中单车显然是不足的。

那么单车乱象的问题到底在哪儿?问题无非那几样:乱停乱放、车乱占地儿、废弃车辆堆积等。仔细琢磨就会发现,这几样都不是因为真的车多。“限量”这个药方并不对症。

要解决这个问题,就得落实“自行车交规”,最好的办法就是通过各企业在软件内针对违停等行为用奖惩来引导;再看车乱占地儿,这同样不是真的“车多”,而是现在的自行车车位少了。说白了,是配套设施跟不上新鲜事物的发展。因此,可以在地铁站等交通枢纽附近设置相应数量的停车点,甚至可以建设“自行车停车楼”。同时,引导企业对单车进行改良,减少单车占用的城市空间。

单车种类繁多无序竞争的问题,一方面应当理性看待:市场充分竞争的必然现象,在优胜劣汰后低效产能自然会减少;另一方面,也需要管理部门对单车企业进行协调、统筹,打破企业间的界限,实现不同企业用户间的“单车共享”,就可以在满足更多群众需求的前提下整合供给,优化数量。

共享单车问题的真相是绝对过剩,相对不足。共享单车总量相对市政设施与管理配套来说,的确太多了;相对百姓需求来说,却仍然是不足的。在还没有满足群众需求的时候,为了迁就匮乏的配套服务与社会管理而限制供给,恐怕不是一剂良药。