

妇幼专科医院海外引才的实践探索与思考

——以某三级甲等妇幼专科医院为例

龚玺¹ 罗义威²（通讯作者）

1.四川大学华西第二医院人力资源部；2.四川大学华西第二医院公共事业发展部

【摘要】目的 系统梳理妇幼专科医院海外引才实践，分析引才策略特征与实施成效，为同类医院优化国际化人才引进工作提供参考。方法 以某三级甲等妇幼专科医院 2024—2026 年海外引才活动为研究对象，基于引才活动统计表、推介会报名数据及出访总结报告，从活动组织模式、目标区域布局、意向人才特征、引才机制等维度进行描述性分析。结果 累计开展海外引才活动 16 场次，覆盖 11 个国家和地区；2025 年欧洲专场吸引 55 名海外学者报名，在读博士占 67.3%，主要来自卡罗林斯卡医学院、巴塞罗那大学等欧洲顶尖学府；形成“年度组团出访+专场推介会”引才模式。结论 该院海外引才已从“单点出击”向“系统布局”转型，但存在临床学科定向引才不足、意向人才转化率待提升等问题，建议强化精准引才、完善跟踪服务、构建长效合作网络。

【关键词】海外引才 妇幼专科医院 人才引进 国际化 公立医院

问题提出：全球人才竞争下妇幼专科医院的引才之困

在全球科技竞争日益激烈的背景下，高层次人才已成为国家创新驱动发展的核心战略资源。随着新时代人才强国战略的深入实施，海外引才已上升至国家战略高度，多部门协同、多层次覆盖的海外引才政策体系逐步形成^[1]。对公立医院而言，海外引才既是响应国家战略的必然要求，也是突破学科发展瓶颈的现实需要。妇幼专科医院以妇产科、儿科为核心，前沿研究涉及生殖医学、母胎医学、儿童发育、遗传学等高度国际化的领域，对具有海外顶尖学术背景的高层次人才需求尤为迫切^[2]。然而，相较于综合性医院，妇幼专科医院在海外引才中面临学科吸引力不足、品牌知名度有限等天然劣势^[3]，如何设计有效的引才策略、提高引才转化效率，是亟待破解的现实课题。某三级甲等妇幼专科医院（以下简称“该院”）自 2024 年起系统化推进海外引才工作，先后赴英国、西班牙、瑞典等国家开展专场推介会，积累了较为丰富的实践经验。本文以该院 2024—2026 年海外引才活动为研究对象，系统梳理其组织模式、区域布局、意向人才特征及实施成效，探讨妇幼专科医院海外引才的有效策略，以期为同类医院提供参考。

资料与方法

研究资料来源于该院人力资源部海外引才工作档案。采用描述性分析方法，从活动组织模式、目标区域布局、意向人才特征、引才机制四个维度构建分析框架。

实践探索：从“单点出击”到“系统布局”

一、组团出访：十六场次覆盖十一国

2024年3月—2025年9月，该院累计开展海外引才及学术交流活动16场次，其中院领导带队专场推介会3场（英国站、欧洲站），学者依托国际学术会议开展引才活动10场，国际学术交流3场。活动覆盖英国、西班牙、瑞典、新加坡等11个国家和地区，先后访问牛津大学、英国GOSH儿童医院、巴塞罗那儿童医院、卡罗林斯卡医学院等20余所国际知名院校。

二、区域聚焦：以欧洲为核心的空间布局

该院海外引才形成了“以欧洲为核心、亚洲为补充、逐步拓展澳洲与北美”的空间格局，重点对接英国GOSH儿童医院、牛津大学丘吉尔医院、巴塞罗那儿童医院、卡罗林斯卡医学院等在妇幼医学、生殖科学、遗传学领域具有国际领先地位的院校。2026年计划进一步扩展为新加坡、法国/德国、澳大利亚/新西兰、北美四条线路，每条线路均设置明确的学科对接方向，如法德线路聚焦“妇儿遗传医学、妇儿肿瘤精准治疗”，实现了“一线路一学科主题”的精准对接。

三、意向人才画像：基于欧洲专场55名报名学者

报名学者中，在读博士或即将毕业的博士37人（67.3%），博士后研究员12人（21.8%）。培养院校高度集中：卡罗林斯卡医学院11人、巴塞罗那大学8人、巴塞罗那自治大学7人，三校合计47.3%，体现了推介会选址与目标院校的高度契合。学科方向以妇儿肿瘤精准治疗（20.0%）、生育力保护与生殖关键技术（12.7%）为主，但有34.5%的报名者属交叉领域，反映海外学者对妇幼专科医院的学科认知尚不够聚焦。岗位意向方面，27.3%暂无明确应聘意向、以了解单位情况为主；女性占65.5%，与妇幼专科医院的学科属性具有一定关联。

四、机制建设：全流程闭环的制度化安排

该院已初步形成一套较为完整的运作机制：一是年度计划先行，明确出访区域、团长、学科领域及时间节点，经院长办公会审议通过后执行；二是组团式出访，形成“领导带队+学科对接+行政保障”的三位一体团队结构；三是推介会与学术交流双轨并行，提升出访综合效益；四是全流程闭环管理，出访后建立意向人才跟踪台账和包含 24 个字段的结构化报名数据库；五是院校合作嵌入引才，已与牛津大学丘吉尔医院、瑞典卡罗林斯卡学院等机构达成合作意向，为持续引才奠定制度基础。

成效背后的隐忧

该院海外引才呈现清晰的阶段性演进：2024 年前以学者依托国际会议顺访为主，缺乏系统规划；2024 年英国站推介会标志着从“被动等待”转向“主动出击”；2025—2026 年形成覆盖四大洲、对接六大重点学科的年度计划，进入“战略布局”阶段^[4]。欧洲聚焦策略具有合理性：47.3%的报名者来自目标院校，验证了选址与学科匹配的有效性，与国内医疗机构精准对接海外院校、以学科需求为导向的引智经验相一致^[5]。但隐忧同样明显：其一，北美顶尖医学院数量全球最多，该院 2026 年才将其纳入计划，起步较晚；新加坡、日本等亚洲学府地缘文化相近、转化率可能更高，投入却相对不足^[6]。其二，27.3%的报名者处于“了解观望”状态，比例偏高，反映医院学科品牌在国际人才市场的知名度有限，推介会仍偏重“信息告知”而非“深度吸引”，缺乏前置沟通和个性化邀约^[7]。其三，成效评估仍停留在到场人数和报名人数，缺乏“意向报名—正式洽谈—签约入职”全链条转化率追踪，这是国内公立医院海外引才的普遍短板^[8]。

路径与建议

一、深化精准引才：从“广撒网”到“靶向邀约”

建立“学科人才缺口清单”，由各科室提出未来 3 年海外引才需求；绘制“全球学科人才地图”，锁定全球顶尖院校中相关领域的活跃团队和潜在人选；推介会前 3 个月通过校友网络、海外华人学者社群定向预热，提高参会学者的岗位匹配度。

二、构建“引才—用才—留才”全周期服务体系

设立海外引进人才一对一服务专员，协助办理入职、科研启动、住房安置、子女入学等事宜；建立入职后第 3、6、12 个月适应期跟踪机制；将海外引进人才的科研产

出、团队建设、学科贡献纳入聘期考核，以实际成效检验引才质量，形成“以用促引”的良性循环^[9]。

三、打造妇幼专科国际人才品牌

制作多语种学科推介材料，突出妇幼医学领域的临床规模、科研平台和特色方向；依托已有的国际院校合作平台联合发布博士后招聘岗位，借助合作院校品牌效应提升吸引力；定期举办国际青年学者论坛，将引才活动从“走出去”延伸为“请进来”，降低海外学者的决策成本。

四、建立数据驱动的引才决策机制

持续完善意向人才数据库，记录报名来源、学术背景、沟通进展、转化结果等全流程信息；按年度发布引才效果分析报告，从区域效率、渠道效率、学科效率等维度量化评估；对转化率持续偏低的区域或渠道及时调整策略，将有限的人力和经费集中于高效引才路径。

结 语

该院在两年内完成了从“零散出击”到“系统布局”的引才模式转型，形成“需求导向、区域聚焦、院校对接、闭环管理”的运作机制，欧洲聚焦策略取得较好初期成效，但仍存在临床学科定向引才不足、意向人才转化率待提升、北美市场开拓滞后等问题。本研究数据窗口期仅覆盖 2024—2026 年，引才长期成效尚待追踪验证；作为单案例研究，结论的普适性亦有待多中心比较研究检验。未来可结合引进人才的科研产出与职业发展数据，构建引才成效的综合评价模型。

参考文献

- [1] 杜红亮,任昱仰.新中国成立以来中国海外科技人才政策演变历史探析[J].中国科技论坛,2012(3):18-23.
- [2] 张全,丁强,朱卫华,等.公立医院高层次人才引进的策略与思考[J].国外医学(卫生经济分册),2016,33(3):116-118,122.
- [3] 黄冰,卢红新.如何突破专科医院人才引进困境[J].人力资源,2023(14):108-110.
- [4] 张华,王晨,王忠.血管神经病学领域海外高层次人才引进工作天坛医院经验分享[J].中国卒中杂志,2015,10(8):719-721.

- [5] 张敏,陈皎,安莹洁.欠发达地区医疗机构海外专家引智工作发展的实践与启示——以甘肃省中医院为例[J].现代医院,2026,26(2):189-192.
- [6] 洪建娣,傅强.公立医院高层次人才引进的战略思考和路径选择:基于双因素理论和社会认同理论[J].中国医院管理,2018,38(12):91-92.
- [7] 顾伟敏,王忱,陈琪.上海交通大学医学院及其附属医院吸引及留住引进人才的影响因素分析[J].中国医院,2019,23(7):36-39.
- [8] 汤晓蓉.公立医院高层次人才引进人才绩效评价的探索[J].经济师,2025(8):254-255.
- [9] 陈帅,方娟,余蕾,等.安徽省某三甲医院“四类人才”培养成效[J].现代医院,2021,21(12):1932-1934.