

“全面排查并取消医保不合理限制”传递的信号

本报评论员 郭振纲

存在不合理限制和要求,直接或间接导致医疗机构在为参保人员提供医疗服务过程中,产生不方便甚至损害参保人员利益的行为。

一段时间以来,不少百姓反映一些医疗机构在医保基金支付上存在不方便、不合理问题,集中体现在住院天数存在上限,以至有的患者不得不重复住院;门诊处方药量过少,使得一些慢性病患者不得不频繁就医;有的地方门诊费用不报销或者报销比例很低等。这些问题在一定程度上影响着医保基金功能的发挥,给一些患者带来不便。国家医保局针对相关问题进行排查,回应了公众的呼声,对各地规范医保基金使用具有引导和警示意义。

医保基金是公众的“保命钱”。近年来,有关部门接连出台规定,从细化基金使用用途、建立飞行检查制度强化监管、拓宽医保基金支付范围、优化医保报销流程等多方面,一步步织密医保基金使用的安全网、防护网,强化基金的便民性,目的就是最大限度发挥医保基金的功能,将“保命钱”及时、精准地用到最需要的地方。与此同时,一些地方也确实存在一些不合理限制和没有法律政策支持的要求,客观上减损了医保基金的使用效率和功能发挥,给一些患者造成一定困扰。

上述问题的存在有多种原因,包括一些地方要顾及医保基金的支付能力,要防范一些医疗机构以不正当手段侵占医保基金等。比如,一些欠发达地区受医疗保险收入来源少和财政保障能力较弱的制约,医保基金长期处于紧平衡状态,于是对住院天数和门诊报销费用进行限制;一些地方为了防止医疗机构过度医疗、不合理获取医保基金,防范“小病大养”浪费医保资金等,对定点医疗机构的医保结算系统进行权限锁定。近年来,一些地方虽然资金压力已逐步减轻、保障能力有了好转,但仍然沿用原有审核考评监管制度,导致一些限制性措施或要求没有被及时清理或取消。

其实,增强医保基金的保障力、安全性,与提升其便民化并不矛盾。随着我国经济持续健康发展,各地医保基金支付能力稳步提升,加上社保基金统筹调剂政策的逐步实施,一些地方医保基金保障能力有了较大改善。与此同时,近年来国家医保局不断加大医保基金监管,一些医疗机构“打擦边球”非法侵占医保基金的空间不断被压缩,且公众对医保基金重要性的认识不断提升,对将医保基金用在“刀刃上”的共识不断增强。在此背景下,

一些地方依然沿用老做法对医保基金设置不合理限制和要求,有悖于医保基金使用便民化的初衷。

全面排查并取消医保不合理限制,向全社会发出明确信号,即要进一步优化医保基金使用,增强医保服务的便民性,提升公众的获得感。此举对一些地方继续设置不合理门槛、增大参保人享受医保服务的难度甚至损害参保人利益的做法提出警示,有利于引导更多地方真正确立以人民为中心的服务和管理理念,以更科学的监管方式增强医保基金的保障能力。

党的二十大报告提出,推动健康中国建设,把保障人民健康放在优先发展的战略位置。医保基金监管是保障人民健康的重要制度基础,是推动健康中国建设的重要制度之一,建立符合现代监管理念要求的医保基金制度体系,为公众提供精准、有序、安全、便捷的医疗服务,应该成为医保基金管理的长远目标和努力方向。从这个意义上说,在全国范围内全面排查并取消医保不合理限制,是朝这个方向迈出的重要一步。期待通过排查,为后续清理、取消不合理限制性规定提供数据支持,切实增强百姓的获得感、幸福感和安全感。

现场·我在我思

兰德华

近日,文学界搞笑“男神”余华携手苏童、西川等作家,挑梁一档综艺节目叫《我在岛上读书》。三五文学家,南海小岛,闲谈、做饭,但绘的是文学大餐,令人神往。

大海、小岛,落日余晖、海风撩发,篝火旁,诗人西川击鼓而歌;云连过岭急,霞赤如时灾。浪举必荒岩,雨在复昨夜……节目自11月开播以来,备受好评,本人也是看得心潮澎湃。

终于,在荧幕上,我第一次看到“素面朝天的文学”大神们。

一直很有网感、深受年轻人喜爱的作家余华,在节目中无疑是笑点担当。和苏童比新书的印刷字数,比当年在《收获》上发稿篇数,幽默睿智又真实的余氏风格,在节目中得到长足延续。

可以说,这是一档文学“大神”的慢综艺和真人秀,甚至是文学家的“脱口秀大会”和“吐槽大会”专场。

说节目,可以说它复制了另一热播综艺节目《向往的生活》的格式,甚至和大多数真人秀节目别无二致,但“综艺+文学家”的形式还是有开拓性。它将作家“拽出”书斋与象牙塔。相比之前的访谈与文化类节目,综艺平视的镜头让文学“大神”们回到了我们当中。

它为观众也同样为作家们提供了一个机会:一个平等的视角,一场平等的对话。从中,我们看到了文学的灵魂。

从经典文学作品到《长安十二时辰》《三体》,从紫金陈、双雪涛等青年作家,到阿加莎·克里斯汀、爱伦·坡、东野圭吾等,网络文学、类型文学与纯文学,在交谈中达成了“和解”。或许,在作家那里,它们从未真正“冲突”。

作家们既有日常笑谈,也有关于文学的段子与梗,但话题又能瞬间进入文学的领域,甚至触及文学的母题、生活的母题,在“出乎其外”与“入乎其内”之间自由切换。

看苏童、欧阳江河关于书的广告、中插与口播,看新技术与新商业形态开始向书籍与文学领域“下手”,我居然前所未有地并不反感。

商业价值和文学价值,似乎从来都是可以并存的,就像马尔克斯的作品可以像香肠一样卖。

叶兆言说,他喜欢公园,不喜欢私家花园,私家花园意味着占有,而公园则意味着共享。

上世纪八九十年代,娱乐方式有限,诗歌、文学甚至尼采的哲学,就是大众的“抖音”和“快手”。那时候,图书市场与书店“如日中天”。北京玉渊潭公园里,人们除了遛狗遛狗、跳广场舞外,也聚在一起诵读诗歌。

曾几何时,书籍是要相互争着传阅的,人们以谈论文学为荣。曾几何时,遍地都是“文学青年”,林立的文学刊物总能收到无法计数的投稿。放下劳动工具,读书与写作是一代人的“时尚”。但又不知何时,文学成了作家的私事,纯文学更是成了遥远海岛上的“圣事”。

文学像大海,包容一切。我想,文学的灵魂从始至终都未排斥和远离土地与大众。跳出日常生活的“烟熏火燎”,只要我们内心深处的那点超越、那点梦想不灭,文学回归大众,就有可能。在这种回归的路上,不管是什么样的“壳”,只要有利于大众重拾对文学的信仰,重拾对文字力量的相信,那么,不妨都可以“借”来一用。

想来,这样的节目并不是文学圈的“高端局”,不过是文学家们日常的闲聊。正因这种闲聊,让我们看到了放下架子的文学家与放下架子的文学。“大神”们依然高大,但他们不再高高不可攀。在这里,文学语言和日常语言没有边界。文学,变得日常而亲切。

南海、小岛的书店与书店中的座椅,不仅为作家们而设,也为你我。

在「大神」们的对谈中看见文学的灵魂

社评

中国新闻名专栏

全面排查并取消医保不合理限制,向社会发出明确信号,即要进一步优化医保基金使用,增强医保服务的便民性,提升公众的获得感。此举对一些地方继续设置不合理门槛、增大参保人享受医保服务的难度甚至损害参保人利益的做法提出警示,有利于引导更多地方真正确立以人民为中心的服务和管理理念,以更科学的监管方式增强医保基金的保障能力。

据12月23日新华社报道,国家医保局近日印发《关于全面排查并取消医保不合理限制的通知》,将重点排查医保在协议管理、预算管理、审核结算、考核评价、基金监管等方面是否

“医院门急诊破200万”还是别大张旗鼓宣传为好

丰收

据《南方都市报》12月26日报道,近日,浙江台州某医院悬挂喜报庆祝急诊服务人次突破200万引网友质疑。相关负责人回应称,喜报本意是想突显医院接待能力的提升,但被曲解了意思。

当事方医院显然没有料到悬挂喜报会引发不良反响。因为在该院医院看来,喜报本意是想向公众告知医院接待能力的提升,以为这没有什么不妥。然而,网友却对这则喜报有另一番解读。

究竟是网友误读了该医院的真实意图,还是医院这种做法触碰到网友的心理底线?

客观地说,医院服务接待能力提升对患者是好事。尤其在眼下,由于发烧患者明显增加,对各级医院接待能力都是严峻考验。医院接待能力提升,患者就有望获得及时救治,看起来应该是一件好事。但公众对这则喜报表现出反感情绪,究其原因,首先,该院医院忽视了自身特殊角色。“但愿世间人无病,何妨架上药生尘”,这幅药房的对联高度浓缩了古代医家对医疗、医患的态度。而现在一些医院把服务更多患者作为一种荣耀,这或多或少会让网友无法接受。

其次,这似乎有把患者痛苦当成绩来炫耀之嫌。在该医院眼里,门急诊服务人次实现突破,是展示自己服务能力、发展成就的最好证明。但如果把这种行业内部的业绩指标放大,在患者看来就是缺少同理心,是在患者伤口上撒盐。

再者,该医院如此自我表扬容易让人反感。近年来,很多医院在发展中取得一定成绩,但公众更希望这种成绩由患者来客观评价。瓜田李下,医院的自我表扬容易让人产生逆反心理。对于医院而言,其服务能力、服务态度如何,患者心里都有一杆秤,通过自我宣扬急诊服务人次突破200万来显示医院工作成绩,并希望以此在业务评比、医院考核等方面获得好处,患者未必认可,网友未必认同。

作为非营利机构,公众不希望看到医院把服务多少人或者赚多少钱,作为主要经营目标。虽说医院服务在某些方面刷新纪录是客观存在的事实,但站在患者角度想一想,这样的纪录还是不要大张旗鼓地宣传为好。

进而言之,各级医院尤其是公立医院应该追求什么?这个问题不仅值得医院决策者思考,也值得社会各方反思。



图说

旁门左道

据近日《经济日报》等媒体报道,最近一段时间,一些博物馆免费门票遭“黄牛”垄断。在一些二手交易平台上,原本免费的博物馆门票被定价出售,即使博物馆官方平台显示“预约名额已满”,“黄牛”手里仍然有票。

近年来,文博场馆向公众免费开放的力度不断加大,尽管如此,为保证参观质量和游览安全,每日免费预约门票数量依然有限,这让免费门票一定程度上成了稀缺资源。针对“黄牛”恶意抢票、加价倒卖的行为,执法部门需依法严惩,博物馆门票预约系统也应尽快打上补丁,提高技术门槛,严格防范恶意囤票。近来一些博物馆加强自身建设,纷纷推出“线上解说”“云游场馆”等升级服务,公众乐见这样的改变,然而在追求更极致参观体验的同时,也需要更好地兜底参观权益。这方面,博物馆要有的放矢,不给“黄牛”机会,线上二手交易平台也要加强审核,不给恶意囤票者提供“销赃之地”。

赵春青/图 福超/文

从“十大流行语”读懂我们生活的这片土地

杨朝清

据《解放日报》12月27日报道,近日,《咬文嚼字》编辑部发布了2022年十大流行语,“踔厉奋发、勇毅前行”“中国式现代化”“新赛道”“大白”“烟火气”“天花板”“拿捏”“雪糕刺客”“精神内耗”等入选。《咬文嚼字》编辑部认为,评选流行语应把选择范围局限在由规范母语成分组成的最核心的“规范层”,只有“规范层”最能体现母语的特征和民族的价值规范。

在社交平台不断发展的当下,一年当中会有难以计数的词语与公众的生活产生交集。通过技术手段梳理出十大流行语,既是对过去一年的回顾,也是对新的一年展望。说到底,十大流行语不仅有社会变迁的

缩影,也是时代精神和社会心态的写照。

近年来的十大流行语有一个越来越显著的特征,那就是流行语正在跨越“庙堂”与“江湖”、跨越代际与地域隔阂,走向互鉴互证。比如,“踔厉奋发、勇毅前行”“中国式现代化”“新赛道”等时政词语入选十大流行语,足以说明这些时政词汇具有很强的现实观照性,接地气,引发了公众的情感共鸣。

2022年,“大白”“烟火气”等同样是高频词汇。无数“大白”用他们的坚守与奉献,建构起一道健康屏障,舍小家顾大家,身体力行诠释了深沉的家国情怀。“最是烟火气,最抚凡人心”,烟火气承载着老百姓对美好生活的向往和追求,承载着大家对国泰民安、岁月安好的内心诉求。

互联网时代,普通人同样可以成为流行

语的创造者。“天花板”本指建筑物室内顶部表面的地方,比喻最高限度、上限,而“颜值天花板”“社交天花板”等词语的出现,不仅是网友们鲜活、生动的语言创新,也让原本没有关联的词汇组合在一起,产生了奇妙的化学反应;“雪糕刺客”用幽默的语言,讽刺投机的商业行为,呼唤诚信经营;“精神内耗”作为一种社会现象,既需要正视,也需要通过不断充盈精神世界和强大内心来“治愈”。

年年岁岁花相似,岁岁年年热词不同。一年又一年,流行语在不断更新迭代。身处一个变动不居的时代,中国式现代化进程的滚滚车轮,为流行语提供了生长土壤。以小见大、见微知著,十大流行语犹如一份份语言档案,不仅记录了老百姓的心声,也为波澜壮阔的社会变迁留下了印记。

市场监管总局、广电总局等七部门联合印发《关于进一步规范明星广告代言活动的指导意见》,提出从多个方面进一步规范明星广告代言活动,依法追究广告代言违法行为各方主体责任。指导意见还对相关代言法律法规进行了明确解释,细化了明星代言的责任,比如,指导意见列出和排除了明星代言“使用过”商品或“接受过”服务的具体及除外情形,为明星自律提供了精准指南,为监管执法提供了更具操作性的依据和标准。

监管部门还应在全面深入开展普法工作、教育引导明星增强代言自律意识的基础上,利用大数据、物联网等技术,加强对依托网络、电视等媒介发布的明星代言广告的监督,并鼓励社会各界积极举报明星违法代言的线索,形成监管高压态势。对明星违法代言问题,就应该发现一起严查一起,让违法代言明星付出应有代价,倒逼更多明星绷紧广告代言的法律弦、责任弦,规范代言行为,摒弃违法代言侥幸投机心理。

的商品进行亲身体验,有的触碰了相关商品的广告代言禁令……而吃了罚单之后,明星公开道歉几乎成了必选动作。

这种道歉固然必要,也有一定的自律效应和警示效应,但事后的道歉终究无法弥补违法广告代言行为造成的危害。更值得反思和追问的是,有了前车之鉴,为何还不断有明星走上违法代言的歪路?

一些明星之所以没有深刻汲取其他明星违法代言的教训,主要原因不外乎三点:一者,自己与团队法律意识淡薄,不懂广告代言的法律规则,不清楚广告代言的法律边界和底线;二者,只重商业利益,未对法律规则给予足够敬畏,代言行为随意性强,粗放不严谨;三者,存有侥幸投机心理,认为“打擦边球”行为或越界行为不会被发现。

明星自己不守规矩,那就应该用罚单帮明星加深记忆。广告法以及配套法规、规章已经给广告代言行为立了很多规矩,比如,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者;教育、培训广告以及招商等有投资回报预期的商品或者服务广告不得利用受益者的名义或形象作推荐、证明;广告代言人不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明……揆诸现实,这些法律法规也正对应当明星代言的违法风险点、隐患点,对应着监管的重点。

为规范明星广告代言行为,今年10月,

明星代言须摒弃侥幸投机心理

李英锋

据新华社12月26日报道,近日,上海市市场监督管理局对演员潘粤明下发行政处罚决定书,因其为保健食品作广告代言,涉嫌违反《中华人民共和国广告法》的相关规定,被罚款51.58万元。潘粤明随后发声道歉,称与团队已深刻反省,在日后工作中,会严格要求,规范合作,坚决杜绝此类事件的发生。

近年来,不少明星都在广告代言的路上栽了跟头,有的对被代言企业的经营资质、商品服务质量等把关不严,有的并未对所代言

读懂慢悠悠旅游的“内在逻辑”

关育兵

不做攻略、不去热门城市扎堆,每天睡到自然醒,慢悠悠出门,吃吃逛逛,累了干脆宅酒店……近来,在年轻人聚集的社交平台、视频网站上,此类现象被称为摆烂式旅游,今年格外流行。(见12月26日《工人日报》)

旅游其实是一种异地生活体验,摆烂式旅游不过是回归了旅游的初心——慢慢游、细细品,因此这种旅游方式正在受到越来越多人的欢迎。事实上,旅游亦是休闲生活的一种,脱离原来的生活,安静休息,享受别样人生,这是一种丰富人生体验的选项。

有研究者认为,“逆潮流而动”的旅游是游客对景区人挤人、门票价格高现象的叛逆。对于工作压力大、生活节奏快、兜里闲钱少的年轻人来说,人头攒动、拥挤扎堆的热门景点,很容易让人有比工作还累的感觉。而且他们的出游时间又集中在黄金周等特殊时间节点,其所带来的旅游体验感会更差。

对景区来说,过多的游客并非好事,这会给景区诸多方面带来压力,增大景区的成本支出。从旅游业的发展趋势来说,注重旅游体验和品质,已成为更多游客的选择。对此,旅游业经营者要把握这种变化,顺应这种趋势,创造条件满足游客的需求。

慢慢游、细细品等现象的出现,对于一些原先的旅游冷门城市的旅游业发展是难得的机遇。比如,要积极改善环境、交通、卫生、餐饮、住宿等情况,提高沉浸式旅游体验满意度,不断改善接待条件以获得更多青睐。

游客选择不拥挤、价格便宜的旅游点,很多时候,是冲着心目中向往的非商业化、不拥挤、有一些开放之初的淳朴状态而去的。这说明旅游资源需要开发,但也要防止过度开发、过度商业化,这样才能走可持续发展之路。对于冷门城市来说,在改善旅游环境的时候,也要防止用力过猛,失去了原有的特色,那就得不偿失了。

随着部分旅游理念的变化,旅游休闲方式和目的地的选择都会更加多样,满足不同人的不同需求,精准定位目标人群,避免落入千篇一律等误区,或许才是旅游业均衡发展、提升游客体验感的可行之道。