“社保第六险”推进提速,护理员培养、资金来源、失能评估标准等问题仍待解决

长期护理险,还需从“长”计议

本报记者 李丹青

阅读提示

“一人失能,全家失衡。”建立长期护理保险制度成为越来越迫切的社会需求。近日,长期护理险试点城市扩围至49城。在推进提速的同时,长期护理险还需要解决护理人才紧缺、筹资结构欠合理等问题。

近日,“社保第六险要来了”的新闻冲上热搜,不少人点赞:“这个可以有,非常有必要,支持!”

所谓“社保第六险”,即长期护理险。它是以社会互助共济方式筹集资金,为长期失能人员的基本生活照料和医疗护理提供资金或服务保障的社会保险制度。

近日,国家医保局、财政部印发《关于扩大长期护理保险制度试点的指导意见》(以下简称《指导意见》),提出将北京市石景山区、天津市、山西省晋城市等14个城市和地区纳入长期护理险试点,全国试点城市扩围至49城。

“一人失能,全家失衡。”这是许多有失能人员家庭面临的现实难题,建立长期护理保险制度正成为越来越迫切的社会需求。此次扩围后,长期护理险的推进再次提速。但在成为真正独立运行、全民可享的“第六险”道路上,长期护理险还有一些问题待解决。

有了保险,谁来护理?

今年5月,江苏南通市照护保险服务中心收到一面锦旗。送来锦旗的是家住南通市崇川区观音山街道的龚奶奶,她的老伴儿因帕金森并发症卧床多年,以前住在医院,开销大,子女更是医院家里两头奔波,十分不便。

去年,她为老伴儿申请了照护保险。“这减轻了我们很多负担,每周都有工作人员上门来免费为他做照护服务,工作十分精细。”

龚奶奶正是首批长期护理险试点的受益人。长期护理险自2016年启动试点,截至去年底,南通等15个首批试点城市和吉林、山东两个重点联系省的参保人数达9000多万人,110万人享受到了长期护理待遇。社会各方对试点总体评价良好,要求全面建立制度、推开试点的呼声很高。

然而,推行长期护理险,最终还是需要有人来提供照护服务。记者注意到,现在,护理人员缺口较大、年龄结构不尽合理、专业性不强等问题还较为突出。

目前,我国失能人员超4000万,按国际标准失能老人与护理员3:1的配置标准推算,至少需要1300万护理员,但现有养老护理从业人员仅30万,远不能满足养老服务需求。

为此,去年9月,民政部印发《关于进一步扩大养老服务供给 促进养老服务消费的实施意见》,提出2022年底前,培养培训1万名养老院院长、200万名养老护理员、10万名专兼职老年社会工作者。与此同时,各地也在加大养老护理人才队伍建设。

长期护理,钱从哪来?

除了“人”,“钱”是长期护理险需要解决的另一个重要问题。试行后,长期护理险的资金来源一直是各方关注的焦点,有人担忧这个新问世的“第六险”会给企业和职工增添负担。

按照长期护理保险的制度设计,明确失能状态持续6个月以上的参保人员,申请并通过失能评估认定,即可享受相应待遇;对符合规定的护理服务费用,基金支付水平总体控制在70%左右。

这无疑是一笔不菲的开支,钱从哪里来?记者梳理发现,在筹资上,大部分试点城市探索建立多元化的资金筹集模式,包括个人缴费、单位缴费、医保统筹基金划转、财政补贴等。

但这种多方责任共担的筹款机制还有进一步完善的空间。国家医保局在关于政协相关提案答复的函中表示:“从资金来源和筹资结构来看,还存在渠道单一、结构不合理的问题。医保基金占比较高,个人缴费占比较低,没有体现保险权责对等原则,各方负担还不合理,从长远看,不可持续。”

据国家医保局有关负责人介绍,扩大试点后,将逐步建立责任均衡的独立筹资渠道,职工参保人群筹资以单位和个人缴费为主。

看似多缴了一份保险,但实际上总体负担可能不升反降。江西上饶市对764例享受长护保险待遇人群的追踪调查显示,其人均住院次数下降了36.8%,人均医保基金支出下降了40%。

同时,试点扩围后,长期护理险的筹资结构还将进一步优化。上述国家医保局有关负责人表示,筹资将采取费率平移的办法,不新增单位负担,个人缴费部分可从职工基本医疗保险个人账户中扣缴。

失能评估,标准是啥?

与此前已有的社保五项保险不同,长期护理险需要失能人员或其家人提出申请,由相关部门进行评估后方可享受待遇。然而,作为长期护理保险基金待遇支付的依据,在失能评估这一问题上,目前各地标准并不一致。

“现在试点城市和地区正在使用的失能评估标准不少于10个。”中国太保寿险上海分公司副总经理周燕芳告诉记者,其中使用最多的是巴氏量表,也有部分城市自制增加认知能力、精神状态、疾病情况等评估量表。

采访中,不少专业人士向记者表示,由于缺乏全国统一的失能标准评估体系,一方面影响评估的科学性、合理性,另一方面各地把握不一致,影响制度公平性,甚至造成保障对象泛化,导致有限保险资源的滥用。

对此,国家医保局表示,由于各试点城市基础不同,评估标准、评估内容等方面还存在一定差异。从制度建设统一性、待遇均衡性方面考虑,将加大相关标准体系研究完善力度。

此外,扩大试点的《指导意见》提出,引入社会力量参与长期护理保险经办服务,充实经办力量。专业人士认为,这将有助于调动社会力量参与的积极性,促进长期护理保险制度试点工作更好地开展。

扶贫超市助增收

10月12日上午,安徽省蚌埠市一家扶贫超市内,超市负责人正在给顾客介绍红薯粉丝、石榴等当地特色扶贫产品。

这个由蚌埠市扶贫办、商务局、工商联主办,安徽亿发久集团承办的“消费扶贫联盟”第一家扶贫超市,于去年12月29日揭牌成立,如今已在蚌埠一市三县设立13个农副产品采集收购点,对接16个贫困村。 本报记者 刘金梦 摄

瑞幸咖啡(中国)等5家公司各被罚200万元

本报北京10月12日电 (记者杨召奎)9月18日,市场监管总局对瑞幸咖啡(中国)有限公司、瑞幸咖啡(北京)有限公司、北京车行天下咨询服务有限公司、北京神州优通科技发展有限公司、征者国际贸易(厦门)有限公司等5家公司不正当竞争违法行为作出行政处罚决定。今天,该局将行政处罚决定书予以公告。以上5家公司均被处以200万元罚款,合计罚款1000万元。

根据公告,2019年4月至12月,瑞幸咖啡(中国)有限公司及瑞幸咖啡(北京)有限公司在多家第三方公司帮助下,采用“个人及企业刷单造假”“API企业客户交易造假”,虚增收入,通过开展虚假交易、伪造银行流水、建立虚假数据库、伪造卡券消费记录等手段,累计制作虚假咖啡卡券订单1.23亿单。

市场监管总局认为,瑞幸咖啡(中国)有限公司上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款“经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者”的规定,构成虚假宣传行为,决定对其作出罚款200万元的行政处罚。

根据公告,市场监管总局在查办瑞幸咖啡(中国)有限公司、瑞幸咖啡(北京)有限公司(以下简称瑞幸公司)涉嫌不正当竞争案中发现,北京神州优通科技发展有限公司、北京车行天下咨询服务有限公司与瑞幸公司合谋,以虚增销售收入、隐瞒资金真实流向等方式,为瑞幸公司实施虚假宣传行为提供了实质性帮助,涉嫌违反反不正当竞争法的相关规定。而征者国际贸易(厦门)有限公司与瑞幸公司合谋,以虚增成本支出、平衡业绩利润数据、隐瞒资金真实流向等方式,为瑞幸公司实施虚假宣传行为提供了实质性帮助,涉嫌违反反不正当竞争法的相关规定。

我国网络视听用户规模破9亿

本报北京10月12日电 (记者蒋菡)中国网络视听节目服务协会今天发布的《2020中国网络视听发展研究报告》(以下简称《报告》)显示,截至2020年6月,我国网络视听用户规模达9.01亿,2019年网络视听产业规模达4541.3亿元,成为网络娱乐产业的核心支柱。

《报告》显示,截至2020年6月,在各个细分领域中,短视频的用户使用率最高,达87.0%,用户规模8.18亿。短视频已成为用户“杀”时间的利器,人均单日使用时长增幅显著。2018年下半年,短视频应用的日均使用时长超过综合视频应用,成为网络视听应用领域之首。在网络视听产业中,短视频的市场规模占比最高,达1302.4亿元,同比增长178.8%。短视频还在向电商、直播、教育等多元领域不断渗透,影响力持续深入,推动网络视听行业格局的变化。

中国网络视听节目服务协会常务副秘书长周结表示,短视频不再只是娱乐,而已经与各领域叠加、渗透,不仅对整个视听行业,甚至对国民经济都将产生影响。

国企改革三年行动聚焦八方面重点任务

据新华社北京10月12日电 (记者王希)国务院国资委副主任翁杰明12日表示,国有企业改革三年行动是今后三年落实国有企业改革“1+N”政策体系和顶层设计的具体施工图,是可衡量、可考核的,一定要落实。他说,国企改革三年行动聚焦八个方面的重点任务。

他是在12日国新办举行的国务院政策例行吹风会上介绍上述情况的。

据翁杰明介绍,这八个方面的重点任务包括:完善中国特色现代企业制度,坚持“两个一以贯之”,形成科学有效的公司治理机制;推进国有资本布局优化和结构调整,聚焦主责主业,发展实体经济,推动高质量发展,提升国有资本配置效率;积极稳妥推进混合所有制改革,促进各类所有制企业取长补短、共同发展;激发国有企业活力,健全市场化经营机制,加大正向激励力度;形成以管资本为主的国有资产监管体制,着力从监管理念、监管重点、监管方式、监管导向等多方位实现转变,进一步提高国资监管的系统性、针对性、有效性;推动国有企业公平参与市场竞争,强化国有企业的市场主体地位,营造公开、公平、公正的市场环境;推动一系列国企改革专项行动落实落地;加强国有企业党的领导党的建设,推动党建工作与企业的生产经营深度融合。

第23届中国冰淇淋及冷冻食品产业博览会在津举行

10月12日,在天津梅江会展中心,第23届中国冰淇淋及冷冻食品产业博览会工作人员在制作新式冰淇淋。

本次博览会为期3天,设立机械设备展区、原辅配料展区、高端成品及国际区等,吸引约300家展商参展。

新华社记者 李然 摄

税务总局推出4项措施优化纳税信用管理

本报讯 (记者周怿)近日,税务总局发布《关于纳税信用管理有关事项的公告》,推出4项优化纳税信用管理的措施,概括为“两增加,两调整”。通过这些措施帮助纳税人积累信用资产,促进税法遵从。

“两增加”一是增加了非独立核算分支机构可自愿参与纳税信用评价。为保持纳税信用评价的连续性,保障社会相关主体运用纳税信用评价结果的可靠性,非独立核算分支机构参与纳税信用评价后,在其存续期间将与其他正常参评企业一样,适用纳税信用管理相关规定。二是增加了纳税信用指标评价情况的复核机制。即在年度纳税信用评价结果发布前,纳税人对指标评价情况有异议的,可在3月份集中填写《纳税信用复评(核)申请表》,向主管税务机关提出复核申请,主管税务机关将在4月份确定评价结果时一并审核调整,并按时发布评价结果和提供纳税人复核情况自我查询服务。

“两调整”一是调整了纳税信用评价起评分的适用规则。将一个评价年度内接受过税务机关相关检查从100分起评,调整为只要在近三个评价年度内接受过税务机关相关检查的,即可从100分起评,从而大幅增加100分起评的企业数量,提高纳税人评为A级、B级的概率。该规则将从开展2020年度评价起适用,以往年度已做出的评价结果不作追溯调整。二是调整了纳税信用D级评价保留2年的措施。为更好保护和激发市场主体活力,适当放宽D级评价保留2年的信用管理措施,对于因年度指标得分不满40分被评为D级的纳税人,次年由直接保留D级评价调整为评价时加扣11分;对于直接判级的D级纳税人,维持D级评价保留两年、第三年不得评为A级。以适当“扣分”代替“保留2年D级”,既贯彻了失信惩戒的原则,又有助于激励纳税人积极主动改善自身信用状况。

旅游消费增长较快,日用百货交易额大增

别样黄金周带火新疆假日经济

本报记者 吴铎思
本报通讯员 马安妮

“出去走走,感觉整个人都放松了不少。”日前,刚从天津旅游回来的丁女士对记者说。丁女士是一家教育机构的老师,借助这次双节的假期,她和丈夫来了趟说走就走的旅行。

记者采访了解到,“国庆+中秋”的超长假期,让人们更愿意走出家门,同时也开启假日经济的新模式。

走向西部,走进新疆

“9月底我们就准备好假期去新疆喀什玩了。”来自武汉的黄先生说,“我们先坐飞机过去,然后再租车自驾游。”

马蜂窝平台数据显示,“十一”假期旅游偏向于走进西部,开启自驾游模式。而从全国各地的银联网络交易消费数据来看,长假期间,西部游、长途游成为假期旅游热点,其中新疆等西部城市消费金额同比增长较快。

新疆各地疫情防控工作的有效开展,为其旅游行业的发展奠定了基础。从9月中旬开始,新疆各地旅游景点实施“防、宣、免”三步骤带动当地旅游。此外,降半价免门票、特色深度游、免费区间车、自驾进景区等政策的实行,吸引了大批游客前往。

据第三方公司调查统计,国庆中秋假期新疆共接待国内游客1535.43万人次,实现旅游收入84.13亿元。旅游业的兴盛也提高了当地餐饮行业的收入,银联数据显示新疆当地日均消费金额增速超过两成。

家庭团聚,影院成首选

“十一”长假期间,人们除了享受大自然的风景外,还有银幕内“身临其境”的故事。受疫情影响,新疆各地的影院在9月28日进入复工期,“十一”长假紧随其后。10月3日,乌鲁木齐市各大影院有序开放,影院成了人们享受超长假期的另一个选择。

据悉,在10月3日~9日期间,乌鲁木齐市平均每天有10907.6人去影院观影,观影次数最多的影片为《我和我的家乡》。

“前两天看到《我和我的家乡》预告片,就想来看,刚好假期和家里人一起来放松一下。”居住在乌鲁木齐新市区的李女士说。

为确保疫情防控工作的有序进展,乌鲁木齐市各大影院对影厅进行细致消毒工作,并实行隔位坐的方式。

逛街购物,投资消费两不误

“双节”相遇,乌鲁木齐街道,仿佛过年一般热闹。商家挂着打折促销的横幅,人们戴着各式各样的口罩,穿梭在大大小小的品牌店之中,享受购物之乐。

据DBE珠宝专柜的店员介绍,“十一”长假期间,每天有数十人进店咨询。成交顾客中有部分是进行旧金抵现,另一部分则是买新首饰。

通过走访商场内珠宝购买区,记者了解到,一部分顾客购买珠宝除了佩戴,也有进行投资的想法。据银联交易数据显示,“双节”期间,全国日用百货交易金额同比增长12.5%。

随着疫情防控工作的有序进行,人们的生活渐渐走向正轨。在这次双节相撞的“超长黄金周”中,旅游、购物、影视文化等多元选择丰富了人们的生活,超长假日所带来的消费也带动了当地的经济发展。

绿色生态扮“靓”家园

近年来,山东聊城高新区从提升城市功能特色、改善人居环境着手,全面提高群众的幸福感和获得感。九州洼月季公园等一批公园、绿地,成为当地扮“靓”市民家园的代表。

图为九州洼月季公园航拍图。 沈晓星 摄

本报社址:北京市东城区安德路甲61号 邮政编码:100718 定价:全年352元 每季88元 2月29.26元 其余月29.34元 零售:逢4版0.56元 逢8版1.12元 广告经营许可证京东工商广字0184号 工人日报社印刷厂印刷