守护医保基金安全需久久为功

本报评论员 张菁

社评 中国新闻名专栏

通过法律的刚性约束、技术的精准赋能、机制的持续优化以及全体社会成员的共同守护，切实管好、用好医保基金，让医保制度持续、稳定、公平地惠及每一位参保人，守护好千家万户的健康与希望。

一款药品两种价格，用医保卡支付高于现金支付，这种定点药店设置“阴阳价格”的行为将被严查——据10月12日《工人日报》报道，近日，国家医保局印发通知，将加强对定点零售药店药品“阴阳价格”的监测处置。

所谓“阴阳价格”（歧视性价格），即完全相同的药品销售给医保患者的价格高于非参保患者。通知指出，定点药店通过向参保患者高价售药牟利行为涉嫌价格欺诈，同时违背了定点药店医保服务协议中“不得对医保参保人员实行不公平、歧视性价格”的管理要求，应予严肃核查处置。

可以说，设置“阴阳价格”不仅扰乱了药品市场的秩序，也增加了基金支出，损害每一位守法缴费人的利益。严查这类行为不仅是对医保公信力的有力维护，也是守护群众“看病钱”“救命钱”的必要举措。

近年来，随着医保制度的普及，医保基金成为一些人眼中的“唐僧肉”，骗保手段日益隐蔽且多样化。连日来，国家医保局连续曝光了两批个人骗取医保基金典型案例，涉及倒卖医保药品、“回流药”交易、冒名就医、伪造票据、重复报销等行为。这些行为不仅让医保基金“跑冒滴漏”，也让真正需要帮助的患者可能失去应有的保障。

欺诈骗保的危害是显而易见的。首先，它直接损害了参保人的切身利益。医保基金是全体参保人共同缴纳的“互助金”，本应服务于全体参保人员，但欺诈骗保行为让部分人通过不正当手段挤占了不属于其的资源，损害了制度的公平性。同时，它削弱了医保基金的可持续性。医保基金的使用必须遵循“取之于民、用之于民”的原则，但骗保行为导致基金浪费，增加了医保制度的运行压力。另外，它破坏了医保制度的公信力。当参保人发现医保基金被滥用，甚至自己也成为受害者时，对制度的信任会打折扣，这将对制度的长远发展造成不良影响。

类似欺诈骗保行为之所以屡禁不止，有诸多复杂原因，包括部分医药机构和参保人法律意识淡薄，对医保基金的公共属性认识不足，将医保视为可以随意利用的资源；骗保手段日益隐蔽化、团伙化，传统的监管方式难以覆盖所有风险点，等等。

医保基金是群众的“看病钱”“救命钱”，每一分都关乎民生福祉与医保制度可持续发展。守好这笔钱不仅是对参保人权益的保护，更是对医保制度可持续发展的保障。近年来，国家医保局以“零容忍”态度，采取了一系列有力措施打击欺诈骗保行为。从持续推进飞行检查，到利用大数据筛查异常数据，再到推广药品追溯码，国家医保局通过技术手段和制度创新，着力构建全流程、全领域的监管体系。仅今年上半年，全国就检查了33.5万家定点医药机构，追回医保基金161.3亿元。与此同时，医保局还加强了与公安、法院等部门的协作，对欺诈骗保行为形成强大震慑力。

守护医保基金的安全，需久久为功。要进一步完善医保法律法规，加大对骗保行为的惩处力度；持续推进医保支付方式改革，缩短医保基金结算周期，减少相关方的成本压力；加强医保政策宣传，提升参保人的法律意识和维权意识；鼓励社会监督，完善举报奖励机制，让每个人都成为医保基金的守护者。

医保基金关乎国计民生。对欺诈骗保行为“零容忍”，是政府的责任，也应是全社会的共识。通过法律的刚性约束、技术的精准赋能、机制的持续优化以及全体社会成员的共同守护，切实管好、用好医保基金，让医保制度持续、稳定、公平地惠及每一位参保人，守护好千家万户的健康与希望。

考编打破“35岁上限”开了个好头

王琦

根据国家公务员局消息，2026年度国考要求报考者年龄一般为18周岁以上、38周岁以下（1986年10月至2007年10月期间出生），对于2026年应届硕士、博士研究生，放宽到43周岁以下（1981年10月以后出生）。另据10月12日《新华每日电讯》报道，四川、浙江、广东等多地将部分事业单位报考年龄放宽，有的岗位要求38周岁及以下，研究生学历放宽到41周岁及以下。

一段时间以来，不少用人单位将“35岁以下”作为一项招聘门槛，由于超龄，很多经验丰富、能力出众的求职者被拒之门外。这道屏障的形成，背后是用人单位的诸多考量：降低用人成本、偏好易于管理的年轻员工、担心女职工生育后偏重家庭等。“35岁门槛”无疑造成了人才资源的浪费，许多经验丰富的求职者，因年龄限制无法充分展示自己的才华，这是社会的损失。

值得庆幸的是，这一不合理现象已引起重视，并逐步得到改善。2024年9月，中共中央、国务院发布的《关于实施就业优先战略促进高质量充分就业的意见》明确提出，要“消除地域、身份、性别、年龄等影响平等就业的不合理限制和就业歧视”，为打破不合理就业年龄限制提供了政策支撑。而多地事业单位率先放宽报考年龄，无疑是对政策的积极响应，也为其他行业和领域树立了榜样。

不过，打破35岁招聘门槛，还需要制度层面持续探索。例如，完善相关法律法规，将招聘年龄限制纳入监管；继续推动公务员、事业单位、国企等具有标杆意义的单位放宽报考年龄，从而带动更多改变。从长远看，需营造尊重人才、重视经验的氛围，推动用人单位建立科学的人才观和人才评价体系，在招聘、考核和晋升中更看重个体的实际能力和综合素质。唯有如此，就业市场才能更加公平和包容，社会发展的活力才能充分涌流。

考编打破“35岁上限”开了个好头。期待更多地方、更多行业行动起来，让更多有能力、有梦想的人发挥所长，在时代舞台上找到自己的位置。

图说

标 签

学霸、社交达人、文艺青年……相比于新生“破冰”时不知所措的开场白，不少同学会通过给自己贴一些“标签”的方式来开启社交——据《中国青年报》报道，不少人认为贴“标签”是为了留下初步印象，真诚才是长久相处之道。也有人表示，硬贴“标签”会加重心理负担，维持与自己真实形象不符的“标签”会很累。

线下社交时给自己贴“标签”，是线上社交的一种延续。很长一段时期以来，不少网络社交平台都有自我描述的关键词功能模块，比如“夜猫子”“社恐”“轻度洁癖”等，这本质上是通过对自身行为特征进行自定义，以加速陌生网友间的相互了解。当越来越多“网络原住民”走入社会，一些带有网络特征的行为也难免融入线下社交。给自己贴“标签”或许有助于结识更多志同道合的朋友，同时，也可能会在后续交往中为了固化某些“人设”而令自己心累。所以，回到社交的本质看，交友时仍需更多线下的交流和碰撞，而非关键词式的归类和试探。当然，年轻人的社交没有一定之规，只是，按下贴“标签”的“快捷键”时，也许会错过一些藏在慢节奏中的精彩瞬间。

赵春青/图 嘉湖/文

景区画风引争议，公共场所艺术表达的边界在哪？

孔德淇

据《广州日报》报道，10月11日，有网友发视频称云南丽江某景区画风诡异，其中，“人体蜈蚣”与“三面女孩”等作品让人观感不适。据工作人员介绍，该景区着力打造一个童话王国，主打“梦幻温馨”，而网络差评作品是部分博主故意调色所致。

这场争议看似是对艺术作品的审美分歧，实则叩问着一个更深层的问题：面向大众的艺术创作该如何平衡个性表达与公众接受度？新闻中的景区想跳出传统景区的同质化套路，希望用夸张的艺术手法营造独特童话氛围，但艺术尤其是扎根于景区的公共艺术，既承载着创作者的理念与巧思，也肩负着满足大众审美体验、传递积极情感的责任。

网友直言“观感不佳”，大体缘于作品的呈现超出了大众对温馨童话的认知边界。即便抛开调色争议，“人体蜈蚣”的造型、“三面女孩”的设计，也容易引发观者身心不适。游客走进景区，追求的是一段轻松、愉悦的体验。

艺术可以小众、前卫，但面向公众的景区艺术，应该守住不冒犯的底线。换言之，公共空间的开放性决定了其艺术受众涵盖不同年龄、不同审美层次的群体，所以，既要有能满足艺术爱好者的深度表达，也要有能让包括儿童在内的普通观众接受的温和呈现，可以有突破常规的艺术探索，但不能突破大众情感的安全阈值。不能只谈创作者的“自我”，而忽略与大众的共情——这并非是对艺术个性的束缚，而是艺术融入公共空间的基本前提。

这场争议也为大众艺术创作者提了个醒：在坚守艺术初心的同时，更需多一份对公众审美需求的考量，让艺术表达既保有独特性，又能走进大众心里。对景区运营者而言，更应以开放的姿态倾听大众的声音，根据游客真实感受调整作品呈现方式，网络声音是优化服务的重要信号，舆论争议是找准自身定位的契机。

面对多元的艺术表达，公众也不妨多一份包容与理性。看到与自己审美不符的作品时，不必急于否定，可以试着理解创作者的初衷与表达意图，探索“美”的更多可能；但当遇到确实突破情感底线的表达时，也可以坦诚说出真实感受。毕竟，公共空间的审美生态，不是由单一群体决定的，需要创作者、运营者及公众共同参与、共同塑造。

AI主播也来带货？亮明身份留住消费者信任

陈丹丹

当你在直播间看着主播身着新款服装，流畅介绍、精准互动，甚至对你的提问秒回时，你可曾想过，与你对话的或许并非真人，而是一串代码？据近日上观新闻报道，有消费者网购服装后发现货不对板，追根溯源才发现，从商品模特图到直播展示，竟全由AI生成。

“模特是假的，衣服效果是假的，连主播都是假的，那我们到底在买什么？”对此，网友的质疑一针见血。而在部分商品评论区，不少有过类似经历的消费者也纷纷吐槽，“买家秀和卖家秀差距过大”“收到的衣服和直播展示的完全是两码事儿”。

随着技术更新迭代，创新营销模式、追求降本增效本身符合市场逻辑。对商家而言，相较于雇用真人模特，使用AI出图不仅效率高，还能随意切换风格和背景场景，视觉内容制作成本大幅下降。与此同时，能够24小时在线的AI主播可以提升直播间活跃度，进而提升产品触达率。拥抱技术进步，这是商业发展的必然。

然而，AI在电商领域的部分应用之所以引发消费者困惑与不满，关键在于其越过了公众心里的底线。一方面，AI在制图过程中常常会“脑补”和优化细节，消费者实际收到的服装在颜色、面料、版型方面可能存在货不对板问题。另一方面，真人主播直播时，消费者能够通过其实时动作、近距离特写判断服装材质，观察上身效果，再决定是否下单，而AI主播显然让直播效果大打折扣。

这种完美假象带来的危害，是直接且显著的。其一，电商AI化可能侵害消费者的知情权与选择权。消费者在信息不对称的情况下，基于对效果图和主播的信任做出购买决策，最终却可能收到与宣传严重不符的商品，浪费了时间和金钱。其二，对商家而言，依靠AI造假或许能在短期内吸引流量，但等到消费者发现上当，商品退货率或将急剧上升，反而大幅增加商家的售后成本。更为重要的是，这类行为会损害品牌声誉，导致客户流失。其三，信任是线上交易的基石，一旦假效果图、非真人直播泛滥，消费者对于电商环境的信任感很可能会动摇。如此一来，或将形成劣币驱逐良币的恶性循环，抑制数字消费潜力释放。

我国《人工智能生成合成内容标识办法》明确规定，利用AI技术生成的图片、视频等内容必须添加显著标识。与此同时，《消费者权益保护法》《电子商务法》对虚假宣传、信息不透明等违法行为进行严格约束。这些规定为规范AI生成内容提供了制度指引。

打通法律、制度落实的“最后一公里”，还需多方合力。电商平台须将标识要求落地为可执行的审核规则，建立有效的AI内容识别与监控机制，对未按要求亮明身份的AI主播和图片予以限流、下架。此外，持续升级技术手段，通过数字水印、区块链存证等方式，对AI生成内容进行溯源，避免部分卖家通过篡改数据或转换编码绕过审核。与此同时，监管部门可出台针对电商领域的细化指引，明确标识的具体规范、回溯机制和追责流程。

AI主播不是不能带货，但必须亮明身份。让AI与消费者“坦诚相见”，这并非对技术的束缚，而是对其健康发展的守护。当消费者明确知晓主播和效果图均由AI生成，自然会合理调整预期，多方参考商品参数等其他信息，作出更为理性的购物决策。

技术发展日新月异，为各行各业插上了翅膀。我们鼓励各种业态创新、模式创新，但唯有守住真实底线，才能留住珍贵的消费信任，才能让技术更好地赋能生活。

工业旅游重塑城市文旅新图景

关东客

“北京将突出超级工厂、时尚前沿、城市复兴、工匠传承和工业记忆五大主题，优化工业旅游资源空间布局，编制发布具有首都特色的工业旅游名录图谱”——据10月12日北京日报客户端报道，新发布的《北京市推动工业旅游高质量发展的实施方案（2025—2027年）》提出，打造融旅游、购物和体验于一体的工业旅游目的地。到2027年，北京力争实现年工业旅游人数2000万人次、工业旅游收入30亿元。

从蒸汽机的轰鸣声到智能机器人的浪潮，工业文明始终是人类进步的引擎。大力推动工业旅游高质量发展，撬动的不仅是文旅产业的新增长极，更是对城市历史的尊重、对创新精神的致敬、对未来发展的探索。

曾几何时，工业与旅游似乎是两个平行世界。一边是机械、油污与生产线的“硬核”现实，另一边则是休闲、观光与体验的“柔软”需求。而北京此番的规划，正是要打破这种刻板印象，让“锈带”变“秀带”，让工厂变景点。这不仅是城市经济转型的一个侧影，更是对工业遗产价值再发现的积极探索。

工业旅游的核心魅力在于其独特的真实性。与为旅游专门建造的主题公园不同，工业遗址承载着真实的历史记忆与技术变迁。首钢园的改造就是成功范例。那座曾经火花四溅的钢铁巨兽，如今已成为集文化、体育、科技于一体的城市会客厅。工业建筑的粗粝质感与现代设计的精妙融合，创造出独一无二的空间体验，这正是单纯的观光景点难以复制的。

工匠传承与工业记忆是工业旅游的特色。在快节奏的都市生活中，人们对标准化、批量化的产品日渐审美疲劳，转而追求那些蕴含匠心、蕴藏故事的手作与体验。工业旅游恰好搭建了一座桥梁，让公众得以窥见产品背后的制造智慧与技术美学。无论是百年老店的技艺展示，还是现代智能制造的过程呈现，都能满足这种日益增长的好奇心与探索欲。

工业旅游兴起的背后，也是后工业时代城市身份的重新定位。当传统制造业逐渐退出城市中心，留下的空间何去何从？是把它们全部推倒重建为商业体或住宅区，还是保留这些工业文明的“化石”，让它们讲述城市的发展故事？转变发展思路，开发工业旅游，其意义超越了旅游产业本身。

其实，工业旅游已不是新鲜事物。德国鲁尔区将废弃工业区改造为文化景观，成为世界文化遗产；英国铁桥峡谷作为工业革命的发源地，经过系统性保护开发，成为知名的旅游目的地。这些案例告诉我们，工业遗产不是城市发展的包袱，而是独特的文化资本。

当下，各地工业旅游快速发展，也有一些问题和瓶颈日益凸显。例如，当诸多城市都在开发类似的工业旅游项目时，如何保持各自的特色与吸引力？再如，如何平衡商业运营与文化保护的关系，避免过度商业化侵蚀工业遗址的历史价值与真实质感？此外，工业旅游不应只是物理空间的改造，更应是内容与体验的重塑。单纯的“看厂房、走流程”已难以满足当下游客的需求，沉浸式体验、互动参与、衍生品开发等多元要素的融入，才是留住游客的关键。

工业旅游的健康发展，需要政府的引导，需要企业的参与，更需要公众的理解与支持。只有当这些“锈带”真正融入城市肌理，成为市民文化生活的一部分，工业旅游才能实现其最大价值。当游客触摸着曾经的钢铁巨兽，这不仅是一次旅游观光，更是对城市工业历史的深情回望。

“一次购票终身免费”，有益的尝试

何勇海

近日，天柱山风景区发布公告称，自10月6日起，面向合肥、阜阳、武汉三地居民推出“一次购票，终身免费”惠民活动。据了解，合肥、阜阳、武汉是天柱山风景区的重要客源城市，三地游客量约占景区总接待人数的25%。（见10月13日“中国新闻周刊”微信公众号）

“一次购票，终身免费”其实早有先行者。比如，自去年3月9日起，新疆吐鲁番葡萄沟国家5A级旅游景区实行“首次实名购票，终身免票”政策，自当年5月1日起，吐鲁番各A级旅游景区均执行这一政策；今年4月，江苏昆山的周庄景区亦推出“一次购票即可无限次免费入园”的举措。

此类做法受到网友一致好评，对景区也益处颇多。一方面，“一次购票，终身免费”能缓解高价门票带来的“挤出效应”，让游客通过“复游”“深度游”更好地享受到相关地方的旅游资源。另一方面，“一次购票，终身免费”可带动景区周边酒店、餐饮、购物、交通等相关产业的发展，让游客“流量”变经济“增量”。

往深里说，“一次购票，终身免费”既是“还景于民”，也是旅游业从“门票经济”向产业经济转型的体现。长期以来，不少景区的高价门票，不仅令一些潜在游客望而却步，而且抑制了游客在景区及当地的消费支出，成为制约旅游消费转型升级的一个瓶颈。可以说，“门票依赖症”是旅游业发展初级阶段的产物。现阶段，摆脱“门票经济”，探索多元营收，显然更有利于景区和地方旅游业的持续发展。

要提高游客的“复游率”，“一次购票，终身免费”只是第一步。接下来，各地及景区还需深度挖潜，推动差异化经营，在丰富旅游产品、精心打造旅游线路、提升管理服务水平等方面下功夫，最大限度消除安全隐患，整治吃、住、行、游、购、娱等方面的价格失序问题，提升演艺、文创、餐饮等二次消费内容的吸引力。如此，才能让“一次购票，终身免费”更具有引流价值，最大化地引客、聚客、留客。