

从10元到380元 增长的医保缴费为群众带来了什么?

近期,我国大部分地区城乡居民医保集中缴费陆续结束。国家医保局25日针对医保缴费相关热点进行回应。从2003年“新农合”建立时10元/人的缴费标准,到目前380元/人的居民医保缴费标准,增长的370元医保缴费是否合理?为人民群众带来了什么?

纳入新药 医疗保障持续“扩围”

针对从10元到380元的缴费增长,国家医保局有关负责人表示,医保筹资标准上涨的背后,是医保服务水平更大幅度的提高。

2003年“新农合”建立初期仅300余种药品能报销,如今3088种药品进医保;不少肿瘤、罕见病实现医保用药“零突破”,分别达到74种、80余种……近年来,更多患者能够买到药、吃得起药。

转甲状腺素蛋白淀粉样变患者就是受益群体之一,他们也被称为“淀粉人”,虽然用于治疗药物氯苯唑酸2020年在国内上市,每盒价格却达到6万元,让不少患者望而却步。

“2021年氯苯唑酸谈判成功,现在患者用药月花费不到3000元。”北京协和医院心内科主任医师田庄介绍,这两年许多新药、好药进医保的速度加快,在国内上市后不久就可以按规定纳入医保目录,给患者带来福音。

2024年初,最新版医保药品目录落地,包括肿瘤用药、慢性病用药、罕见病用药等126种新药进入医保。

国家医保局有关负责人介绍,目前,我国医保药品目录内包含的药品已覆盖公立医疗机构用药金额90%以上的品种。仅2023年协议期内谈判药叠加降价和医保报销,已为患者减负超2000亿元。

随着医疗保障持续“扩围”,现代医学检查诊疗技术也更加普及,微创手术、微创手术等诊疗技术日益普及,并纳入医保报销范围。

国家医保局有关负责人介绍,正是由于不断完善的医保制度,全国居民就医需求快速释放,健康水平显著提升。

据统计,2003年至2022年,我国医疗卫生机构总诊疗人次从20.96亿人次增长至84.2亿人次;与此同时,个人卫生支出占全国卫生总费用的比重却从2003年的55.8%下降至2022年的27.0%。

这位负责人表示,随着我国人口老龄化程度加深,群众医疗需求提升,医疗消费水平提高,需要加强医保基金筹集,为群众提供稳定可持续的保障。



3月24日,全红婵在颁奖仪式后展示金牌。当日,在德国柏林举行的2024年世界泳联跳水世界杯柏林站女子10米台决赛中,中国选手全红婵以432.80分的成绩夺得冠军。 新华社记者 任鹏飞 摄

大数据“杀熟”、预付式消费…… 消费者权益保护法实施条例聚焦哪些群众关切

《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》自2024年7月1日起施行。条例对消费者权益保护的规定做了进一步细化,对消费者反映强烈的如完善直播带货等新业态监管、治理大数据“杀熟”、加强预付式消费保障等问题进行了有针对性的规范。面对新业态下的新问题和新挑战,条例聚焦了哪些群众关切?又将带来哪些影响?

直播带货等新业态监管更细致

“家人们,好机会千万不要错过,价格已经打到最低了!”直播带货越来越火,有的带货主播以所谓“远低于商品原价的直播专属价”作为促销策略,标高原价,以虚假低价套路消费者,并通过



望卡心 新华社发 程硕 作

极力渲染、比价刺激等手段,吸引了大批观众。一些消费者称,在观看直播购物时被主播的话术和气氛所带动,往往快速下单,对商品质量、经营主体并不了解,一旦遇到消费纠纷往往无法追溯,维权困难。 条例明确,发生消费争议的,直播营销平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息以及相关经营活动记录等必要信息。 “进一步细化了对网络直播营销活动的监管。”中国人民大学国家发展与战略研究院研究员杨东说,条例为解决新业态萌发的新问题提供了明确的解决路径,营造更加安全、诚信、公平的网络消费环境,进一步激发消费潜力。

大数据“杀熟”等问题治理更精准

有网友晒出假日酒店预订截图,同一时间、同款房型,用会员和非会员账号下单,显示不同价格,而会员显示的价格更高。面对明显的价格差异,不少网友吐槽平台标价“任性”,区别对待消费者。 条例规定,经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。

“这精准地对大数据‘杀熟’做出了规制。”中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春说,条例针对消费者知情权保障,从经营主体、商品服务、用户评价、交易条

件等方面构建了有针对性的信息披露规则。 有的平台通过下单优惠的方式,诱导消费者开通自动续费,但自动续费往往只在续费成功后才通知消费者。上海的消费者张先生常常碰到视频平台、网盘、音乐软件等自动续费情况,在会员服务到期前,平台从账户中自动扣款,会员服务将续期,而退订入口却非常难找。 条例对自动续费等收费方式细化了规定,经营者应当在消费者接受服务前和自动续费等日期前,以显著方式提请消费者注意。 很多消费者在网购时会货比三家,如查看商品销量、店铺的评级,以及其他消费者的打分、评价、晒图等,但这些“销量”“好评”往往真假难辨。 对此,条例明确,经营者应当采用通俗易懂的方式,真实、全面地向消费者提供商品或者服务相关信息,不得通过虚构经营者资质、资格或者所获荣誉,虚构商品或者服务交易信息、经营数据,篡改、编造、隐匿用户评价等方式,进行虚假或者引人误解的宣传,欺骗、误导消费者。

治理预付式消费跑路等顽疾更有保障

近期,某瑜伽连锁机构因资金问题闭店停业,不少消费者想要退回卡里的余额基本无望,只能自认倒霉。北京的消费者王女士就是其中一员,她之前也办过美容美发卡、游泳卡等预付式消费卡,也遭遇过商家跑路。 近年来,健身房、美容院、理发店失联跑路,卷走消费者大额预付费的恶意违约事件时有发生,部分商家甚至转移资金、临时更换法定代表人和股东,消费者要回预付款的维权之路艰难。这一顽疾如何彻底根治? 条例强化了预付式消费经营者义务,明确规定了经营者按照约定退回押金和预付款等条款,弥补了现阶段预付式消费的规则空白。 当前,在网游领域消费投诉中,涉及未成年人网游游戏的退费投诉激增。大部分家长的退费理由是孩子在父母不知情的情况下大额消费,对于未成年人消费的认定和权益保护问题成为维权重点。 条例要求,经营者提供网络游戏服务的,应当符合国家关于网络游戏服务相关时段、时长、功能和内容等方面的规定和标准,针对未成年人设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能,在注册、登录等环节严格进行用户核验,依法保护未成年人身心健康。 中国人民大学法学院教授叶林表示,条例积极回应消费维权长期存在的难点、堵点,回应消费者对权益保护的关切,营造安全放心消费环境。 新华社记者 赵文君

减轻自付 医保报销比例“水涨船高”

增强大病保险和医疗救助保障功能、合理提高居民医保生育医疗费用待遇等举措落地,进一步减轻群众自付负担。

如高血压、糖尿病“两病”门诊用药保障机制从无到有,持续优化,已为约1.8亿城乡居民“两病”患者减轻用药负担799亿元。

为了支撑医保服务能力提升,国家在对居民个人每年参保缴费标准进行调整的同时,财政对居民参保的补助同步上调。

2003年至2023年,国家财政对居民参保的补助从不低于10元/人增长到不低于640元/人,对于低保户等困难人

医保小事“不小” 服务迭代升级

如今,跨省异地就医直接结算在全国范围内推广,全国近10万家定点医疗机构开展了跨省住院费用直接结算服务。

数据显示,2023年跨省异地就医联网医药机构达到55万家,惠及群众就医1.3亿人次、减少群众垫付1536.7亿元。

“从医保保障范围扩大、医保待遇提高、医保服务优化等方面来看,城乡居民医保的性价比是比较高的。”

员,财会给予全额或部分补助。

国家医保局数据显示,2023年我国城乡居民医保个人缴费总额3497亿元,财政为居民缴费补助6977.59亿元。居民医保基金全年支出10423亿元,远高于居民个人缴费总金额。

作为居民医保的重要补充,财政补助和个人缴费共同搭建了城乡居民基本医保基金池,增强风险抵御能力。



中国社科院公共经济学研究室主任王震说。

国家医保局表示,参加医保“患病时有保障,无病时利他人”,应该是每个群众面对疾病风险不确定性时的理性选择。

今年全国医疗保障工作会议提出,要研究健全参保长效机制,用制度保证连续缴费的群众受益,保障全民参保。

新华社记者 彭韵佳 徐鹏航

又是一年草莓红

又是一年草莓红,再闻棚内草莓香。3月23日,记者走进延安市洛川县凤栖街道谷咀村二组的大棚草莓采摘园里,放眼望去,只见一垄垄翠绿茂盛的草莓植株长势喜人,白色的小花点缀其间,一颗颗红彤彤的果实坠挂在叶蔓上,色泽诱人、果香扑鼻,让人垂涎欲滴……

“今年我们家的大棚草莓占地面积8亩左右,草莓整体长势良好,品种有红颜、白雪公主等,估计每棚产量在3000多斤,可以满足不同口味消费者的需求。”该村草莓种植户党宝强一边采摘草莓一边对记者说,“现在头茬草莓已经成熟,按照当前的市场行情来看,每亩产值最少在3万元左右。”

党宝强夫妇有多年的草莓种植经验,“草莓种植对技术要求很高,土质、施肥、温度、湿度各个环节都至关重要,主要通过营养钵假植的方式来培育草莓苗,这样草莓就能提早上市……”“我们这个草莓棚主要施豆饼肥,它可以提高土壤的钾含量和草莓的糖分,草莓都是蜜蜂授粉、水肥一体化,绿色无公害,根据品种和质量的不同,每斤批发价在

30元左右。”党宝强夫妇说,你来推介,我再补充,向前来采摘的游客们不断推介自家的草莓。

草莓的采摘季可持续至5月底,成熟后的草莓还可以通过互联网、批发市场和游客采摘等方式进行销售。“逢年过节和周末时,来采摘的游客比较多,不仅有县城和延安炼油厂的上班族,还有省道过往的旅客等,有时候每天的接待量达到200多人。”党宝强的妻子笑着说。

一颗颗草莓不仅丰富了市民的“果盘子”,也成了村民们增收致富的“金罐子”。

“在草莓园干活,离家近,能照顾家庭。”村民党栓林和党廷芳一边采摘一边高兴地说。没有农活时,他们就到草莓大棚当采摘工,一个月还有2000多元的收入。

草莓的丰收让党宝强夫妇满心欢喜,激励他们加大投资力度,为草莓产业的长远发展注入新动力。“接下来,我们还将以草莓园为依托,带动旅游业发展,再配合民宿、农家乐,放大‘草莓效应’。”谈及未来,党宝强夫妇信心满满。

本报记者 胡建宏

商品可虚拟 规则不可缺

去年以来,不少虚拟情绪产品在网络平台热销。有人心动语音连麦唠嗑的“树洞倾听”服务;有人购买人工线上云监督服务,督促自己学习生活打卡;有人为缓解考前压力,入手“好运喷雾”“转运锦鲤”祈福;还有人自己买一个“聪明的脑子”,下单了“爱因斯坦的脑子”……这些虚拟产品听起来有些荒诞和无厘头,却取得了较高的销量和不菲的销售额。

为何情绪产品能获得青睐?当前,年轻人更加关注自己的内心世界,注重对自我情绪的观察和释放。在面对一些不方便向亲朋好友倾诉,担心无法被理解的烦恼时,虚拟情绪产品的出现,恰好符合了他们以匿名社交方式进行情感宣泄的诉求。这些情绪产品大多价格不高,想法有趣,能够吸引年轻人注意,将其作为释放压力、愉悦心情的一个情绪出口。

不过,商品可虚拟,规则却不能缺失。虽然目前我国并没有针对这类虚拟情绪产品的规范,但根据消费者权益保护法规定,经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。广告法也规定,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。以“爱因斯坦的脑子”“好运喷雾”为代表的虚拟商品,实际上并不能实现增长智力和转运的功效,存在夸大宣传的情况。一些“心灵树洞”服务甚至存在泄露消费者个人隐私的风险。而所谓的陪聊师、开导员可能并没有相关专业资质证明,部分同类服务在不同店铺价格悬殊,还有一些软色情、诈骗等隐藏风险不容忽视。

随着虚拟情绪产品市场持续扩大,规范这一消费新业态的发展势在必行。一方面,应尽快制定针对虚拟情绪产品的规章制度,加强监督管理。另一方面,商家应在商品宣传页面说明商品的真实情况,在下单时设置提醒页面告知消费者所购商品的特殊性,保障消费者知情权,避免发生消费纠纷。电商平台也应加强对虚拟情绪产品的安全性和合规性的检查,确保商品内容健康,对产品管理、售后服务及时出台相关规定,让虚拟情绪产品市场发展有规可循。同时,消费者在购买时也要注意辨别商家和渠道,保护个人信息安全,防止信息泄露,不要轻易转账或在线下见面,以免人身财产安全受到侵犯。(向斯佳)

企业快讯

延长橡胶公司荣获三项全国质量大奖

本报讯(蔡丽花)近日,陕西延长石油集团橡胶有限公司产品质量得到中国质量检验协会认可,荣获“全国质量检验稳定合格产品”“全国轮胎行业质量领先品牌”“全国消费者质量信誉保障产品”三项荣誉。

据了解,去年,该公司围绕“人机料法环测”各个环节狠抓过程质量管理,全方位开展QC活动,针对过程管理提升、产品质量改善等方面进行攻关,并建立质量专班工作机制,及时跟进解决现场质量问题,从源头把控原材料质量,各方面工作都取得了较大进步。

陕煤运销江苏公司签订廉洁自律承诺书

本报讯(通讯员 马旭萍)近日,陕煤运销集团江苏公司组织领导干部签订廉洁自律承诺书,旨在进一步强化党风廉政建设,营造以清为美、以廉为荣的良好风尚,推进清廉国企建设。

该《承诺书》从政治纪律、工作纪律、廉洁纪律、生活纪律等方面对党员干部作出了明确要求。下一步,该公司将以更高标准、更严要求、更实举措,推进党风廉政建设取得新成效,为公司稳健发展提供坚强保障。



近日,中国铁路西安局集团有限公司工务机械段邀请西安交通大学第二附属医院专家开展义诊活动,提高职工健康水平。 通讯员 刘刚 摄



进入3月以来,中铁二十局电气化公司西延铁路油气管道改建工程项目部,积极开展“保安全、提质效、促进度”主题劳动竞赛,确保项目按照工期节点高质量完成。图为工人在洛川天然气分输站安装设备。 通讯员 白小波 摄