

“三维发力”推进异地就医提质增效

我县在全省作典型经验交流发言

本报讯(通讯员 彭建洲)日前,2023年全省医保经办工作会议在杭州召开。我县作为全省唯一的县级单位在会上作了题为《三维发力 推进异地就医提质增效》典型交流发言,汇报了我县推进异地就医直接结算的主要做法,得到省局领导充分肯定。

近年来,我县聚焦参保群众急难愁盼的难点、堵点问题,坚持专班运作、优化服务模式、强化宣传引导,积极推进异地就医提质增效,切实解决参保群众异地就医跑腿垫资问题。自工作开展以来,我县跨省异地就医直接结算5.67万人次,涉及医疗费用4.78亿元,基金支付2.42亿元,其中作为参保地直接结算4.66万人次,涉及医疗费用4.64亿元,基金支付2.34亿元;作为就医地直接结算1.01万人次,涉及医疗费用

1365万元,基金垫付758万元。高标准规划,全面夯实异地就医结算基础。我县高度重视异地就医直接结算工作,成立工作专班,明确考核制度,专班领导点对点定点医疗机构开展督促和指导,持续拓宽异地就医定点范围,新增定点医疗机构同步开通异地就医直接结算,实现“新增一家纳入一家”。持续推进存量定点医疗机构异地联网工作,实现定点医疗机构异地结算100%全覆盖。结算范围涵盖住院、普通门诊、门诊慢特病等,异地就医便民政策惠及全县83万参保群众。

高水平服务,全力提升异地就医便捷度。我县坚持传统服务方式和数字化服务创新并行,线上强化数字赋能,通过浙里办APP、浙江政务服务网等多种渠道,实现异地就医服务零跑腿“线

上秒办”。线下设置异地服务专窗,推行“帮办代办制”“承诺制”“容缺后补制”;积极拓宽跨省异地就医备案渠道,县乡村、定点医疗机构、农商银行等地医保窗口均可提供线下备案,实现异地就医备案专窗办、基层就近办和长三角跨省通办。开通异地就医服务热线,安排专人接听,落实热线办理,建立异地就医人员全流程闭环管理服务机制。针对跨省异地就医直接结算政策内容、备案流程和医疗费用报销标准等内容,组织开展大学习、大培训,提升经办人员异地就医业务水平,以能力建设促进服务提效。

高质量宣传,全方位提高异地就医政策惠及面。我县扎实建设宣传阵地,纵向建立三级经办服务网点,横向依托定点医疗机构和合作银行网点,开展医保专员走村入户异地就医直接结

算政策宣传行动。发挥党员先锋模范作用,每月15日主题党日暨“医保惠民·服务下基层”活动组织党员志愿者在乡镇、村社人流量大的地方设置宣传点,悬挂宣传标语,发放宣传折页,与群众进行面对面沟通交流,点对点政策解读,提高跨省异地就医直接结算政策知晓度。创新宣传载体,制作“戏说医保”短视频,在苍南医保微信公众号和医保公交上循环播放,用通俗易懂的语言,让群众听得懂、记得住、用得上。今年2月,我县跨省直接结算率环比增长15%。

下步,我县医保将持续深化异地就医直接结算改革,加速提高异地就医直接结算率,以医保服务小切口助力营商环境优化提升“一号工程”,不断增强群众在医保领域的获得感、幸福感和安全感。

市人大常委会来苍调研 推进中医药领域综合改革

本报讯(灵发)日前,市人大常委会调研组来到灵溪镇人大代表联络站,实地调研我县中医药综合改革工作。市人大常委会副主任林霄陪同调研。

据了解,我县在中医药事业和产业上都有较好的基础和优势。在中医药事业方面,目前我县已顺利通过全国基层中医药先进单位国家考核组验收评分,县中医院晋升为国家二甲中医医院。18家建制乡镇卫生院中医馆已实现全覆盖。在产业方面,苍南中药材市场为中国人参鹿茸冬虫夏草集散中心,经营品种达千余种,产品销往国内外各地,年市场交易额近50亿元。此外,还成立了“苍南老中医”院士专家工作站,实现茶和茶的提取物在化妆品领域的精准运用。鹤顶山老土茶场荣获“浙江省中医药文化养生旅游示范基地”,实现中医药养生和旅游的融合发展。

调研组对我县中医药改革发展所取得的成绩给予充分肯定,同时要求我县充分发挥中医药优势,切实把中医药这一文化瑰宝传承好、发展好、利用好。要结合本地实际,深入挖掘各乡镇特色中医药资源,扩大中药材种植规模,注重品牌培育,打造我县中药材知名品牌。要重视传承发展,强化人才建设,积极培育中医药科教力量与人才队伍,打造高质量中医药特色产业人才聚集地,提升市场竞争力,维护好“中国人参鹿茸冬虫夏草集散中心”这张金名片,推动苍南中医药振兴发展。

杭苍特校共建 助力教育共富

本报讯(苍教)日前,苍南县特殊教育学校与杭州市杨绫子学校结对共建启动仪式在杭州举行。下一步将落实落细共建活动,切实加强交流、交往和交融,全力推进特殊教育事业高质量发展普惠发展,携手实现教育共富。

根据市教育局《温州特殊教育学校集团共建实施方案》通知要求,县特殊教育学校早谋划、早行动,制定了分别与杭州市杨绫子学校、温州市特殊教育学校、乐清市特殊教育学校三所优质校共建的方案。现场,两校签署共建合作协议,本次签约也是率全市之先完成共建落地,为“普惠发展 跨越同行”打好头阵。根据协议,在接下来的2年时间里,县特殊教育学校将派驻优秀教师入职杨绫子学校管理岗位与学科教学岗位跟岗、挂职、顶岗,每学期1个月,并且将以在杨绫子学校的考核评价为依据实施挂职奖惩,以此强化学校管理水平和提升教师的教育智慧和教研能力,以促进本校后发崛起,打造“玉苍特教”品牌。

据悉,近年来杭州教育实现了全领域高质量发展,上城区教育局以省内引领的姿态,率先推进教育现代化,辖区内的杨绫子学校,更是我省一所基础设施完善、办学条件优越、师资力量雄厚、教学成果丰硕的高水平、有特色的特殊教育名校。

我县举行“3·15”国际消费者权益日主题活动 提振消费信心 放心安全消费

本报讯(记者 徐舒婷)昨日是“3·15”国际消费者权益日,我县在县城新区中心湖广场举行主题活动,致力于打造更加安全放心的消费环境,顺应多元化消费需求,提振消费信心。

现场,县市场监管局、农业农村局、烟草专卖局等部门搭建的展台依次排开,桌上展示着各种假冒伪劣商品,工作人员正手把手教市民如何鉴别真假商品。各活动单位还通过发放知识手册、宣传资料等,普及和提升消费者自我保护意识和能力。

县市场监管局各基层单位还在各辖区开展形式多样的主题宣传活动。当天,全县共出动执法人员480人、执法车21辆,受理各类消费投诉52件,其中现场调解15件,提供咨询2100多人次,义诊57人次,分发各种宣传资料18000多份,消费调查问卷100多份,张贴宣传海报82张,设置展示架60个。

过去一年,我县高位推进



“放心消费在苍南”建设,重拳出击维护市场秩序,受理消费者投诉举报10480件,为消费者挽回经济损失近300万元,累计查处案件1545件。聚焦打造食药安全消费高地,抢抓

“GM2D”示范区县域先行试点建设机遇,率先全省之先打通“浙食链”“浙农码”系统壁垒,构建从农田到餐桌全链条食品安全追溯体系,实现苍南地产农产品“一码管终身、全程可追

溯”。相继打造了“一物一码”公共服务平台、RFID未来超市等数字化消费应用场景,持续发力数字赋能经济发展新赛道,积极推动产业发展和消费升级。

与其担心“3·15” 不如抓好“365”

□余颖

一到“3·15”,很多企业又开始紧张起来。之所以紧张,是因为监管部门和媒体将集中曝光一批企业。解决问题,企业不能只关心“3·15”这一天。防患于未然才是应对危机的最佳选择,才是尊重消费者的应有态度。

其实,盘点近几年对企业冲击最大的消费舆情,绝大多数不是“3·15”这一天爆发的。中消协发布的2021年十大年度消费维权舆情热点中,从“车顶维权”事件、视频平台“超前点播”到奢侈品品牌中外退货政策“双标”,都不是爆发于“3·15”。2022年,“价格刺客”“科技与狠活”

“菜刀不能拍蒜”等10大事件跟其也没有直接关系。这些舆情反倒与互联网密切相关:最初的爆料大多来自社交媒体,甚至是企业自己的直播间。在互联网影响下,消费领域舆情呈现出较大的差异特征。

小事放大化。有时,很小的一件事情就会引发一场危机,谁能想到9元钱5片土豆也能上热搜呢?网络对负面新闻的反应更为情绪化,试图讲道理的企业还没搞懂情况就激起了众怒。

影响长尾化。2019年,某网红雪糕曾两次因发布虚假广告被分别处罚0.6万元和0.3万元。由于事情不大,罚款数额不高,名气也

不够响,未引起舆论关注。但2021年,这两条行政处罚被网友们翻出来了,还据此质疑其出售66元一块的雪糕值不值,让这个网红品牌遭遇了成立后最大的一次危机。

责任传导化。危机形成后,受影响最大的可能是之前完全没有想到的企业。就像近期有婴幼儿护肤品牌因为虚假广告被罚,上热搜的却是曾为其带货的网红主播。流量经济下,最有名的商家往往最善用流量,危机袭来时也会承担最多冲击。

危机常态化。以前企业只需盯着“3·15”等固定节点,盯住监管部门和主要媒体;现在,人

人有手机,个个带话题,不知道哪篇“小作文”、哪条小视频就能引起轩然大波。

说一千道一万,这些都反复提醒人们:企业从诞生之日起,就需时刻警醒,本分经营,不能有一点侥幸心理。

消费舆情的种子是在企业生产经营过程中酝酿的。企业不能只关心“3·15”这一天。防患于未然才是应对危机的最佳选择,才是尊重消费者的应有态度。与其担心“3·15”,不如抓好“365”。

今日谈

