

# 自治区医保局: 五项举措推动医疗服务资源下沉

“之前挂专家号是15元,全部由个人承担,如今调价成了30元,但医保报销24元,个人只支付6元,省去了一大半费用。”5月8日,患慢病老年人在门诊看病时高兴地说,挂号费虽不是看病费用中的大头,但是医保部门能有这样的好政策,作为患者我还是很感动。

主题教育开展以来,自治区医疗保障局坚持以调研开路,强化问题导向,党组成员主动领题,围绕医保政策落地引导基层医疗服务不足,以及异地就医基金监管欠缺、口腔种植牙收费不规范、医保信息平台数据存在隐患等重点难点问题,通过召开座谈会、开展身边调研、下沉一线调研等多种形式,推动各项工作取得积极进展。

特别是针对社会广泛关注的基层医疗服务不足问题,自治区医保局从强化基层医疗机构药品配备满足群众用药需求、完善政策举措调动基层医疗机构和医务人员积极性等方面入手,找准症结,研究制定五项举措:一是提高医师诊察费项目价格及报销待遇,门诊诊察费按医师级别定价,同城同价,调动基层医师医疗服务积极性。二是将在基层医疗机构就诊的上级医师开具的医院内制剂纳入医保基金支付范围,保障患者用药需求,引导上级医院医师到基层服务。三是推动药品带量采购医保资金结余留用政策向基层医疗机构倾斜,提高结余留用比例,有效激励基层医疗机构和医务人员。四是开展家庭医生签约服务医保支付试点,对65岁以上老年人等重点人群按人头打包付费,年初预付部分医保基金,年终根据考核结果付费,结余部分留用,提高家庭医生签约服务积极性。五是建立旗县区域药品集中采购配送模式,开展企业直配试点,配送药款由医保基金直接结算,保障基层药品及时足量供应。

据了解,为确保五项举措合力推进、见行见效,自治区医保局建台账、拉清单,细化推进责任,深化调研任务,化整为零,将各项工作任务快速有序推进中。其中,新的医师诊察费项目价格及支付政策从4月29日起实施,主任医师门诊诊察费由15元/次上调为30元/次,副主任医师门诊诊察费由10元/次上调为20元/次,普通门诊诊察费由5元/次上调为15元/次,充分体现医务人员劳务价值。门诊诊察费按照医师级别定价,不再按医疗机构等级定价,二级以上医疗机构医师到基层出诊,收费标准与原机构一致,实现同城同价。

“上调医师门诊诊察费的同时,我区提高诊察费支付待遇,不纳入门诊统筹及门诊慢性病总额管理,不设起付线,医保基金按80%比例支付,不增加患者费用负担。”自治区医疗保障局党组书记、局长金满义表示,该项举措落地后,将引导优质医疗资源下沉,提升基层服务能力,增强基层医疗卫生服务的公平性和可及性,让越来越多的城乡居民在家门口就能看好病,享受更优质、更便利、更实惠的基层医疗服务发挥了积极作用。

(据《内蒙古日报》)

## 赤峰市举行2023年 全民营养周 主题宣传活动启动仪式

近日,2023年赤峰市全民营养周暨“5·20”中国学生营养日主题宣传活动启动仪式,开展全民营养周主题宣传活动是贯彻落实《国民营养计划(2017—2030年)》和《健康中国行动(2019—2030年)》,以及国家、自治区卫生健康委部署要求的重要举措,目的是进一步凝聚力量,积极传播核心营养知识,使民众了解食物、提高健康素养、建立营养新生活,让营养意识和健康行为持续传递,不断提升赤峰市国民素质。今年要在全民营养周积极开展《成人高脂血症膳食指南(2023年版)》《成人高血压膳食指南(2023年版)》《成人糖尿病膳食指南(2023年版)》,鼓励居民合理搭配日常膳食,养成良好饮食习惯。

(梅迎红)

## 遗失声明

南通一建集团有限公司(统一社会信用代码:91320600138420067P),不慎将开设在中国银行呼和浩特世纪五路支行一账户(账号:152448623034)预留印鉴丢失,声明作废。

## 全区科学健身 草原行活动启动

5月14日,由自治区体育局、自治区体育总局主办的自治区科学健身草原行活动暨自治区2023年“美丽乡村”健康跑活动启动仪式在呼和浩特市新城区保合少镇野马图村村委会门前广场举行。

本次活动旨在深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育,推动主题教育往深里走、往实里走、往心里走,紧扣体育工作实际,让体育服务沉到一线,大力发展乡村体育。启动仪式上,各村健身队伍进行了健身项目展演,展示了农牧民的运动成果以及积极向上的、健康快乐的精神风貌。来自呼和浩特各地的跑步健身爱好者参与了15公里友谊赛和3公里健康跑,路线穿插在田野果园间,参与者边跑边领略草原风光。广场上设置的主题教育宣传展板和乡村振兴成果展示,也吸引了许多群众参观,大家了解党的理论政策,感受乡村振兴带来的发展变化。

据了解,自治区科学健身草原行活动是我区持续开展10余年的品牌全民健身活动,通过开展科学健身、国民体质监测、全民健身比赛和趣味活动等形式,在全区各盟市全面开展推广科学健身知识,提高群众运动健身常识,不断丰富广大群众的体育文化生活,享受运动健身带来的健康和快乐。

(柴崇源)

## 土默特左旗民族皮毛制品厂职工代表 提供的未退休职工人员名单公示

职工代表提供的在职人员名单		
序号	姓名	身份证号
1	刘运通	1501211972****3412
2	李胜利	1501211963****1935
3	张清社	1501211963****1913
4	张瑞清	1501211963****1917
5	谢九柱	1501211967****1933
6	贺金元	1501211966****2014
7	杜明义	1501211963****1913
8	王金刚	1501211969****1934
9	杨瑞生	1501211970****1936
10	郝补玉	1501211972****3537
11	姜月东	1501211964****1910
12	郝二虎	1501211965****4719
13	胡三子	1501211970****1911
14	乔厚厚	1501211967****1912
15	姜永明	1501211975****2025
16	韩永春	1501211973****1933
17	李仁义	1501211967****1936

## 养老院里欢乐多

日前,锡林郭勒盟阿巴嘎旗哈达图乡养老服务服务中心,为丰富老年人精神文化生活,举办了一场别开生面的竞技比赛。

比赛按当地民间普及度较高的“狼吃羊”“箭沙嘎”“弹沙嘎”等形式进行。本次比赛为期3天,设置了传统沙嘎竞技、象棋、知识竞赛等项目,共有128名选手报名参加,多为居住在乡养老服务服务中心的老年人。

“举办本次比赛既能激发广大老年人参与集体活动的积极性,又能凝聚起大家伙儿互帮互助的精神,可谓一举多得。”哈达图乡养老服务服务中心老年协会党支部书记本德说。

(巴依斯古楞)

## 关于地市级融媒体中心广告经营的思考

■黄丽霞

2022年4月21日,中宣部、财政部、国家广电总局联合下发《关于推进地市级融媒体中心深度融合实施方案的通知》,在全国遴选60家地市级融媒体中心作为试点单位,并重点提到其“主流舆论阵地”“综合服务平台”“权威信息渠道”的具体定位,以细化的目标要求推动地市级媒体深度融合。在媒体融合背景下,产业经营比以往任何时候都更为迫切:一方面,媒体建设作为成本支出项目,需要媒体现有产业的支撑;另一方面,媒体融合本身要链接产业,找到盈利模式,否则难以为继。

### 一、时代背景下的媒体融合

目前,传统媒体与新媒体的融合,在朝着更高质量发展。在国家政策方面,也已通过关于二者相互融合发展的基本指导意见。下一步,想要让传统媒体和新媒体之间的融合发展持续进行,就必须推动二者在各方面都能获得更为深化和有深度的融合。

近年来,传统媒体与新媒体都在朝着更高质量发展,政府机构以及相关社会团体也创建了形式更加多样的平台来提高决策的透明度,从而使市民的知情权获得更有力的保障,从而推动传统媒体和新媒体的深度融合,推动我国信息化社会的不断前进。传统媒体及新媒体的融合同时也促进了全媒体时代的到来,传播媒体得以通过不同途径来获取更多元信息,从而满足了人们的基本生活要求,在方便人们生活的同时,实现了人们生活质量的提高。

### 二、媒体融合现状下的新媒体优势

互联网作为数字时代的基础工具,极大地便利了市民的生活和工作。现在,网民之所以能免费使用互联网,很

大程度上得益于互联网广告。互联网服务企业的运转需要投入人力、物力、财力,而通过互联网广告获取运营成本并转换、变现,已经成为一个成熟的体系。近年来,不仅各种网上购物平台、即时通信平台飞速发展,在线直播、自媒体等新型媒体也层出不穷,这些新型媒体在传播范围、速度、内容等方面均远远优于传统媒体。虽然报纸、电视等传统媒体拥有较高的公信力,但鉴于新媒体所独具而传统媒体难以替代的优势,尽快实现媒体融合,已成为未来新闻传播的必然发展趋势。综上,在当前的时代背景下,融媒体在未来将更为突出显现出如下特征:

- 1.是高效性。在各类平台或网站上,热点新闻通过视频、音频、图片、文字进行整合后,一经发布,首先将由平台直接对用户进行针对性推送,使得用户们能在第一时间获取实时信息,根据兴趣展开阅读。网络平台高效的工作运行方式,使其能在较短的时间内完成新闻的撰写、传播,并配以精选的图片内容发布传播,引起关注。通常情况下,新闻内容下方的用户评论板块还可以通过实时接收用户评论,获取、捕捉到用户阅读新闻后最直观的想法和观点。
- 2.是互动性。当前,新型媒体平台凭借其自身优势,为广大读者、用户提供传统媒体难以比拟的交互性场景。读者身份不再仅仅局限于所谓“受众”,不仅广大读者可以通过网络平台实现新闻的再传播、阅读之间可以以现实交流互动,读者与新闻之间、官方媒体之间也可以通过建立沟通渠道,实现更加有效的沟通。相较传统的传播方式的单向灌输,媒体融合提供了更多样的互动方式。
- 3.是趣味性。在新媒体的冲击下,传统媒体也逐渐开始关注受众阅读兴趣,

不再单一地报道主流新闻,而是开始站在受众角度,考虑受众兴趣,提高新闻的趣味性,并适当改变传统新闻播报时的严肃氛围,为读者提供更为多样、有趣的内容。

### 三、媒体融合发展中的经营案例

2022年,我国媒体深度融合,进一步推进了“广电+报业”模式的探索并取得发展成效。2022年7月26日,新疆维吾尔自治区昌吉州融媒体中心正式挂牌成立,该中心以原昌吉日报社、昌吉广播电视台为主体整合组建而成,探索并引领了少数民族地区主流媒体融合发展的新模式。

此外,早在2018年8月,大连市就通过整合报业集团、广播电视台、京报等11家文化宣传事业单位组建大连新闻传媒集团,2022年上半年,该集团完成了1300万元的签约额。大连新闻传媒集团还进军直播领域进行带货,并建设了东北首家4K虚拟现实直播间,仅今年上半年就获得直播收入270万元。

面对广电和报业在新媒体领域的重合问题,珠海传媒集团通过关停并转,关停广电的原有网站,客户端以及大小几十个微信公众号,形成了“1+14”新媒体集群,在2022年的融合实践中实现了高效发展。

关于长期存在的主流媒体用户黏性低等问题,通过媒体深度融合提高服务,是各媒体正在探索的解决之道。2022年,各媒体通过深度融合,进一步探索“新闻+政务+服务+商务”模式,并在各地推出重大成功成果。湖北广电“长江云”推出融媒体产品《2022湖北防汛抗旱手册》,可以通过实时共享信息,构建起本地防汛抗旱信息服务平台,充分体现了自身信息服务枢纽的功能定位;北京大兴融媒体中心继续

推进政务服务中心建设,目前已对接45个委办局,能够提供超过1006种事项的在线服务,既能高效便捷地为市民群众提供服务,同时也为整合进整个融媒体中心的发展。

### 四、呼和浩特融媒体中心广告经营思路

媒体融合进入“深度”阶段。如何以有限的资源办好产业,并以产业发展助推媒体融合,成为主流媒体不得不面对的课题。产业发展有助于倒逼媒体的市场化转型,进而反过来激活媒体融合成果的产业应用,为此,呼和浩特融媒体中心广告经营建立了以下思路:

- 1.因地制宜,服务地方发展。所谓因地制宜办产业,就是要根据自身资源条件、地方产业特点和地域市场的需求来办产业,实现内部资源与外部环境的有效对接和有机结合。
- 2.发挥优势,保障自身公信力。在媒体融合中,把党报党刊的权威性、影响力和号召力等核心竞争力真正亮出来,以此带动媒体的经营创收力,实现融合发展同步前进。以“广告资源服务”为经营理念,深挖广告广告。为10个旗县区和99个职能部门制定全方位、多角度、个性化的服务方案,并与各旗县区记者站签署战略合作协议。
- 3.规范运营,控制经营成本。成本可控性是媒体产业经营要考的重要因素。比起“赚钱”,“安全”更应该成为媒体经营决策的首要因素。一要选择好项目,避免短债长还,降低财务风险。二在现有业务和资源有较强关联匹配关系的领域开展“相关多元化”经营,通常更安全、成本更低。
- 4.并且要加强管控,规避经营风险。媒体的产业项目要快速实现市场导入,离不开媒体品牌和媒体公信力的背书。

需要注意的是,产业运作要处理好媒体品牌与新业务的关系,防止媒体品牌被滥用,避免商业纠纷及媒体品牌形象,甚至影响媒体宣传“主业”的公信力。与“多元化经营”紧密相连的一句话是“专业化运营”。媒体产业经营要量力而行,避免摊子铺得过大而导致管理乏力,要以专业化的管理来提升新业务推广的成功率。

4.明确并承担责任,高效服务党政需求。恩格斯曾指出:“党报党刊的任务,首要的就是组织讨论、论证、阐发和捍卫党的要求。”当下,地市党报的宣传重点就是围绕全市的中心工作,确保重点任务在宣传报道服务最得紧。如在策划全国文明城市创建、打造优质营商环境等大型活动中,积极“开栏目”“做讲座”“搞评选”,为政务宣传提供保障。

5.创造并转换媒体资源,有效延伸媒体价值。通过内容、用户和影响力资源转化为产业和市场优势,有效延伸媒体价值链。树立“大数据+”理念,实现线上线下融合,引领传统服务业转型升级,力争通过服务集策用户,并建立宣传传播阵地。把社区作为第一战场,积极拓展与市民生活需求相关的生活资讯、医疗健康、投资理财、旅游服务等项目,创建一批既有影响力,又具行业竞争力的服务品牌。

### 五、媒体深度融合趋势下多元化经营的探索

2020年9月中办、国办印发的《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》指出,要探索建立“新闻+政务服务商务”的运营模式,创新媒体投融资政策,增强自我造血机能。

在过去,媒体的产业经营往往指向广告,如今,媒体广告经营受限,多元化

经营逐渐成为实践主流。为了谋求更大的发展空间,越来越多的传统媒体跳出“主业”,开展多元化经营。例如,报纸媒体从早期增加报纸种类,实行“以报养报”到产业链上下游拓展,生产新闻纸,开办印刷厂,实行“相关多元化”经营;又如电视媒体湖南广电早在1995年就创建了综合性大型主题公园长沙世界之窗,产业链涉及旅游开发、文化娱乐、餐饮服务、贸易往来等领域。媒体产业经营的空间比想象中更宽广。

当下,一些电视媒体已开始打造广电系MCN,如该项业务的领风气者——湖南娱乐频道,通过培育“主流网红”,在短视频平台打造垂直领域头部账号,实现了商业变现。

在央视的带动下,我国各地方纷纷涉足网络直播带货,因地制宜探索各自的带货模式,虽成效不一,但凸显了主流媒体积极探索新型盈利模式的良好迹象。自有融媒体平台(包括自有App、网站等)的运营和变现是多数主流媒体的新媒体运营短板。当前各旗县广电大多已完成或即将完成融媒体中心基础设施搭建,实现了从“建平台”到“用平台”的过渡,下一步要向运营平台迈进。将广播、电视、客户端、网络、微信公众号等传播渠道纳入“大媒体中心”,把广告、产业公司、广电网络等产业资源纳入“大市场中心”,推动营销运作。

在推进媒体融合的不同阶段,产业发展的意义或有所不同。在推进媒体融合初期,融媒体平台建设作为成本支出项目,离不开多元产业经营的反哺和支撑。从“建平台”转向“用平台”之后,新媒体端业务也要链接产业,进入“运营平台”阶段,凸显平台价值的多元化经营,应是媒体产业发展实践的基本路径。

(作者单位:呼和浩特市融媒体中心)