

一头连着民生福祉 一头连着经济发展

——国家发展改革委有关负责人就促进健康服务业发展的若干意见答记者问

本报记者 吴佳佳 林火灿 李万祥



10月14日,中国政府网公布了近日国务院印发的《关于促进健康服务业发展的若干意见》(以下简称《意见》)。《意见》提出,到2020年,基本建立覆盖全生命周期、内涵丰富、结构合理的健康服务业体系,打造一批知名品牌和良性循环的健康服务产业集群,并形成一定的国际竞争力,基本满足广大人民群众的健康服务需求。健康服务业总规模将达到8万亿元以上,成为推动经济社会持续发展的重要力量。就此,记者采访了国家发展和改革委员会有关负责人。

发展健康服务业恰逢其时

问:当前为什么要出台《意见》,发展健康服务业和正在推进的深化医药卫生体制改革有什么关系?

答:健康服务业围绕着人民群众的身心健康提供服务,一头连着民生福祉,一头连着经济发展。近年来,随着我国经济社会发展平稳较快发展,人民生活水平显著提升,人人向往和追求健康、美好生活的愿望愈加强烈,健康服务需求快速释放,且呈现出多层次、多样化的特点。可以说,我国经济社会发展现阶段,已经对发展健康服务业提出了客观需要。同时,新一轮医改取得阶段性成效,人民群众基本医疗卫生需求得到一定保障,也为健康服务业全面发展创造了良好条件和现实可能。

在世界一些发达国家和地区,健康服务业已经成为现代服务业中的重要组成部分,产生了巨大的社会效益和经济效益,我

国还有很大的发展潜力和空间。发展健康服务业,把提升全民健康素质和水平作为出发点和落脚点,这与深化医改的宗旨是一致的,二者各有侧重又相辅相成。深化医改重在保障人民群众基本医疗卫生需求,强调政府主导,调动社会力量共同参与。发展健康服务业着眼于满足人民群众多层次、多样化的健康需求,涵盖基本与非基本健康服务,主要面向社会和市场主体。

健康服务业包括4个体系

问:健康服务业具体包括哪些领域,《意见》是如何界定的?

答:《意见》明确提出了健康服务业的内涵外延,即以维护和促进人民群众身心健康为目标,主要包括医疗服务、健康管理与促进、健康保险及相关服务。

医疗服务是健康服务业的关键环节和核心内容,要切实落实政府办医责任,坚持公立医疗机构面向城乡居民提供基本医疗服务的主导地位。同时,广泛动员社会力量发展医疗服务,努力扩大医疗服务供给、提高服务效率。

健康保险是健康服务业发展的重要保障机制。近年来,随着医改的深入推进,我国基本形成了覆盖城乡居民的全民医保体系,但商业健康保险发展仍然相对滞后,健康保险保费占卫生总费用的比重仅约2.8%,发展健康服务业,需要在完善全民基本医保的基础上,加快发展商业健康保险,建立多层次的医疗保障体系。

健康管理与促进主要面向健康和亚健康人群,发展潜力巨大。人民群众对健康体检、健康咨询、健康养老、体育健身、养生美容以及健康旅游等新兴健康服务的需求都在快速增长。发展健康服务业,需要在不断加强基本医疗卫生保障的基础上,不

断发现并针对市场需要,创新服务模式,发展新型业态,不断满足多层次、多样的健康服务需求。

支撑性产业主要包括药品、医疗器械、保健用品、健康食品等研发制造和流通等相关产业,以及信息化、第三方服务等衍生服务。这些产业普遍存在多、小、散、乱的问题,需要进一步提高科技水平,通过支持健康相关产品的研制和应用,加快发展并形成健康服务业产业集群。

7项措施助力产业发展

问:为促进健康服务业快速协调发展,《意见》提出了哪些有针对性、突破性的政策措施?

答:《意见》针对健康服务业发展面临的突出问题和主要任务,在保持现行政策连续性的基础上,提出了7项措施:

一是加大医疗服务领域开放力度。实行“非禁即入”,凡是法律法规没有明令禁入的领域,都要向社会资本开放;凡是对本地资本开放的领域,都要向外地资本开放。严控医疗机构设立的审批时限,下放审批权限,及时发布机构设置和规划布局调整等信息,鼓励有条件的地方采取招标等方式确定举办或运行主体。简化对康复、老年病、儿童、护理等紧缺型医疗机构的立项、开办、执业资格、医保定点等审批手续。放宽对营利性医院的数量、规模、布局以及大型医用设备配置的限制。

二是创新投融资引导方式。鼓励金融机构创新适合健康服务业特点的金融产品和服务方式,积极支持符合条件的健康服务业企业上市融资和发行债券。鼓励各类创业投资机构和融资担保机构对健康服务创新型新业态、小微企业开展业务。明确提出政府引导、推动设立由金融和产业资本共同筹资的健康产业投资基金。

三是加大财政和土地规划政策支持力度。由政府负责保障的健康服务类公共产品可通过购买服务的方式提供,逐步增加政府采购的类别和数量。首次提出将社会资本举办的健康服务机构纳入财政资金补助范围。完善政府投资补助政策,通过公办民营、民办公助等方式,支持社会资本举办非营利性健康服务机构;符合条件、提供基本医疗卫生服务的社会办医疗机构,其专科建设、设备购置、人才队伍建设纳入财政专项资金支持范围。支持利用以划拨方式取得的存量房产、原有土地兴办健康服务业,土地用途和使用权可暂不变更。

四是充分发挥税收、价格政策的作用。经认定为高新技术企业的医药企业,依法享受高新技术企业税收优惠政策。非公立医疗机构医疗服务价格实行市场调节价,取消了对非公立非营利性医疗机构的医疗服务价格管制。非公立医疗机构用水、用电、用气、用热实行与公立医疗机构同价。各地对非营利性医疗机构建设免征有关行政事业性收费,对营利性医疗机构建设减半征收有关行政事业性收费。

五是着力引导健康消费。鼓励地方探索直接补助群众健康消费的具体形式。健全基本医疗、工伤等社会保险制度,完善参保人员利用基层医疗服务、康复医疗服务的引导措施。在对企业按规定为其员工购买补充医疗保险给予企业所得税优惠政策的基础上,进一步健全完善健康保险的税收政策。

六是突出法律、标准,强调监管。提出要推动完善法律法规,健全服务标准体系,强化标准实施。完善监督机制,创新监管方式,推行属地化管理,强化服务质量监管和市场日常监管。

七是注重培育健康理念和意识。明确提出支持健康知识传播机构发展,培育健康文化产业,深入宣传健康知识。



为大家谋幸福

——记辽宁盘锦长途客运站工会主席刘双

本报记者 张允强

在辽宁省盘锦市长途汽车客运公司工会主席刘双的办公室里,挂着一张“全家福”照片,每当看到这“父子合影”,刘双的脑海里就浮现出10多年来与孩子们朝夕相处的日日夜夜。

“我收留的第一个孩子当时15岁……”那是1996年3月的一天,一位在盘锦长途客运站修下水道的工友,找到当时任站长的刘双,希望他能帮帮同乡家一个叫李升东的孩子。

李升东住在年久失修、四处漏风的小房里,患病的父母躺在炕上。面前的李升东虽然已15岁,但由于长期缺乏营养,极其瘦弱,个头也小。在征得家长的同意后,刘双带着李升东离开小村庄,让他吃住在自己家里,成了刘双家里的一员。一年后刘双又将李升东的两个弟弟接到了盘锦。孩子们吃住在刘双家,一晃就是7年。哥仨不仅个子长高了,还学到了自立的本领。

在家庭并不富裕的情况下,刘双先后收留过10多个“儿子”。为此,刘双把烟酒都戒了。妻子为了这些贫困的孩子,1992年辞去了幼儿园老师的工作,专门照顾孩子们的生活起居。

自1989年扶助第一个失学儿童开始,至今受过刘双扶助的孩子不下百人,除了辽宁省内的,还有远至山东、安徽、贵州的。收养孤儿及贫困孩子,再加上资助困难学生,刘双这些年总共花了三四十万元。

每当有人说他“傻”,刘双总是亮出自己的价值观:“在孩子们困难的时候帮上一把,也许就能改变他们的一生,这是行善积德的好事,多做点咱心里舒坦!”

2006年5月,盘锦长途客运站工会改选,当时刘双不是候选人。然而,令人没有想到的是,49名职工代表,47票投给了刘双。投他票的人都说,刘双对收养的孩子都那么好,如果当工会主席,肯定能为职工说话办事!

事实证明大家选对了。“我现在能够维持一家人的生活,多亏了刘双,是他的努力争取才有了我今天的工作……”说起刘双,职工梁宏利眼含热泪。梁宏利的父亲是长途客运站退休职工,母亲没有退休金,梁家大小共5口人,生活非常艰难。为此,刘双几次找当时长途客运公司的行政领导商量,希望将梁宏利安排在公司工作。最终,梁宏利当了一名站务员,让梁家看到了生活的希望。

这些年里,不论是老职工还是年轻职工,谁家遇到了难事,只要刘双知道了就一定会到场,想方设法尽力帮助。“职工利益无小事。涉及职工的事情要竭尽全力去办……”刘双说到做到。

“为大家谋幸福就是我的幸福!”刘双说。



北京众信国际旅行社股份有限公司领队喻惠:

文明旅游从“小”做起

本报记者 李盛丹歌

北京众信国际旅行社股份有限公司公务会展公司总经理喻惠,除了要处理公司的会展事务,也同样常会带团出国旅游。喻惠曾带领北京某中学毕业班学生赴美游学,虽然从事领队工作经验丰富,但却从未带过这么多学生出游,这让她感到有些不知所措。为了能让大家都听从指挥,喻惠想了不少办法。

她给小游客讲解西餐礼仪,同时也列举了一些游客的陋习,比如吃自助餐,一些中国游客在餐台见什么拿什么,很多东西只吃一口就扔到一边,这样不仅浪费,也在外国人面前给中国人造成了不好的影响;餐厅规定食物不能带走,可有些游客用餐巾纸把鸡蛋和蛋糕包起来,偷偷塞到包里。喻惠在讲述时,小游客们安安静静地注视着她,倾听着她所说的每一句话。每次就餐后,小游客们都特别自觉地将一次性盘子放进特定的垃圾桶,再将刀、叉、勺子等其他餐具分类放好。平均年龄只有15岁的这些小游客们,将出游文明做得如此之好,令酒店的工作人员感到吃惊。一位餐厅服务员说,他们接待过很多国外的成人旅游团和学生旅游团,但像这些中国小游客一样,能够耐心把一切做好的比较少见。

说起这次带团经历,喻惠告诉记者,这一次美国之行让她终生难忘,孩子们各方面优异的表现与那些不文明的中国游客形成了对比。“这些10来岁的孩子都可以做到文明旅游,作为成年人更应严格要求自己,在出国旅游时注意自己的言行,展现中国人的高尚品行。”

点评

做文明旅游导师

喻惠在带领某中学毕业班学生旅游时,像老师一样教导他们如何文明旅游。她不畏学生年幼不易管理,用生动的事例吸引他们,从生活细节上纠正他们的不良习惯,还用和蔼可亲的态度取得学生的信任。她的努力使孩子们赢得了外国人的赞扬。

喻惠导师般的耐心指导,不仅适用于未成年人,也适用于成年人,值得同行借鉴学习。

本版编辑 闫静

2014年中央国家机关招考公务员明起报名

本报讯 记者苏琳从中共中央组织部、人力资源社会保障部和国家机关公务员局获悉:2014年度中央机关及其直属机构考试录用公务员工作即将开始,报名和公共科目笔试时间也已确定。

10月15日以后,报考人员可登录人力资源社会保障部门门户网站、国家公务员局门户网站及考试录用公务员专题网站查询招录部门、招录职位信息、招录政策、咨询电话以及招录公告等情况。

据介绍,本次招录共有130多个中央机关及其直属机构和参照公务员法管理的单位参加,计划招录1.9万余人。考生报名主要采取网络报名的方式,报名时间为2013年10月16日至24日。公共科目笔试定于2013年11月24日举行。

中共中央组织部、人力资源社会保障部、国家公务员局再次郑重声明,本次录用考试不指定考试辅导用书,不举办也不委托任何机构举办考试辅导培训班。目前社会上出现的假借公务员考试命题组、考试教材编委会、人力资源社会保障部授权等名义举办的有关2014年考试辅导班、辅导网站或发行的出版物等,均与本次考试无关,广大报考者要提高警惕,切勿上当受骗。



10月13日,中日友好医院、北京同仁医院、北京协和医院等大型三甲医院的专家走进北京方庄社区卫生服务中心,为居民义诊。“服务百姓健康行动”全国大型义诊活动周当日启动,据了解,全国约60万人次医务人员将走进基层为群众提供义诊服务。 本报记者 吴佳佳摄

“年轻范”与“实业范”的交响

(上接第一版)

营销是品牌塑造的急先锋。关于品牌营销,青岛啤酒有自己的原则:营销不能放礼花似的一闪而过,而是要实现品牌传播、消费者体验、产品销售的“三位一体”。青岛啤酒将营销重点锁定体育营销,因为体育的活力、激情、时尚,与啤酒的主力消费群体特点相吻合,是传播正能量与快乐的优良载体。携手NBA、赞助CBA,组织“因乐而生”……一系列成功的音乐和体育营销,让青岛啤酒主动拉近了与年轻消费者的距离。

互联网时代日新月异,青岛啤酒在同行中率先“触网”。通过“空中啤酒节”,与用户分享关于青岛啤酒的品牌故事;阅读青岛啤酒的《酿酒师日志》,了解啤酒的乐闻趣事。今年6月,青岛啤酒在业内首家开设了青岛啤酒天猫商城官方旗舰店,更直接、更高效的与消费者互动,让品牌更能“听懂”并“兑现”消费者的需求。

在一系列“年轻化”举措的推动下,青岛啤酒的品牌价值得到提升。数据显示,青岛啤酒品牌年轻化战略实施以来,30岁以下的消费者在消费人群中的比例提高了14%,成为青岛啤酒最大的消费群体。

良好的国际形象,也在给青岛啤酒的品牌加分。目前青岛啤酒销到80多个国家和地区,是国际市场上知名度最高和出口量最多的中国啤酒品牌。近10年来,青

啤H股的股价都高于A股,也源于投资者对其国际品牌形象的认可。在国际市场进行品牌推广,青岛啤酒不追求在当地设厂、实现当地生产,而是以高质量高价位的高举高打,重点突破在发达国家的品牌天窗,实现广覆盖、高可见度,以此带动销量。2012年,青岛啤酒在美国主流连锁便利店市场销量上升了22%,在英国主流市场的销量增长了30%,成为中国啤酒品牌在国际市场的代名词。

坚守实业的“死心眼儿”

仅有年轻范是不够的。“品牌需要积累,需要一种专注的战略定力,这种专注必定要有所选择,有时要舍弃的甚至是既得利益。”孙明波认为,坚守实业、酿造好啤酒,正是青岛啤酒的定力所在。

对技术的精益求精、对品质的严谨苛刻,在青啤人看来是不可更改的传统。要把酒酿好绝非易事。酿酒用的小麦必须是脱壳3天之内的新鲜小麦,生产现场酿造水每隔2小时得品尝一次,一支酒瓶洗30分钟才算合格,输气管道要用啤酒冲刷,生产所用的压缩空气必须进行细菌检测……,一杯麦香浓郁、口味醇正的青岛啤酒背后,人们所不了解的严苛细节比比皆是。

在生产高度集约化的啤酒产业,技术创新是品质的保证。1964年,《青岛啤酒操作

法》成为行业规范,为中国啤酒工业的发展奠定了技术基础;2002年完成《啤酒风味物质图谱技术》、2006年攻克《啤酒高效低耗酿造技术的开发与应用》,青岛啤酒两次获得国家科学技术进步二等奖收入囊中;2011年,超高端啤酒酿造技术、超浓酿造技术、新型热浪煮沸技术等多项技术达到国际领先水平;2013年,“啤酒生物发酵工程国家重点实验室”通过验收……

“青岛啤酒的近60家工厂,是按照一家啤酒厂来管理的。”青啤科研开发中心副主任尹花表示。对这个掌管着啤酒生物发酵工程国家重点实验室的啤酒专家来说,通过研发解码,制订和遵循统一的标准和工艺原则,青岛啤酒的质量完全可以复制。“我们可以做到——在青岛生产的青岛啤酒和在贵州生产的青岛啤酒风味和口感上没有任何分别。”尹花自信地说。

好啤酒离不开好麦芽,好麦芽来自好品种。在进口国外优良麦芽、帮助国内供应商的同时,青岛啤酒的科研人员还及时追踪国际麦芽品种的变化。一旦出现优秀品种,都可以从育种开始跟踪研究,保证青岛啤酒跟得上国际麦芽品种的更新换代。啤酒的口感和风味,很感性又很抽象,关于“爽口”、“杀口”的判断,似乎也都不难以量化。通过技术解码,青岛啤酒的酿造工程师们将这些感觉变成可操作可复制的标