



居民参加医保“吃亏论”是一种狭隘的偏见



近期,全国大部分地区已经完成城乡居民医保费用集中征缴工作,参保群众已经享受到了医疗保障服务。全国基本医保参保情况如何?居民医保缴费标准是否合理?未生病的居民参加基本医保是否“吃亏了”?国家医保局有关负责人就社会关心的问题接受了记者的采访。(相关报道详见今日本报01版)

我国已建成世界上规模最大的社会保障体系,医保是这个体系的重要组成部分,基本医保参保覆盖面稳定在95%以上,足以说明很得民心,社会保障效果不言而喻。然而,近年来围绕基本医保出现了“退保潮”“缴费高”“吃亏了”等声音,引发关注和争议。可以说

亟待权威声音“一锤定音”。

此次,国家医保局有关负责人以充分的事实和数据,全面回应了有关居民参加基本医保的质疑和争议,既是为城乡居民医保进行证明,也能以正视听维护基本医保声誉,还能提升公众对基本医保的信心。

关于“缴费高”的质疑,表面上看今年城乡居民医保个人缴费标准380元,比2003年新农合建立时10元/人增长了很多倍,但要看看到缴费标准上涨背后,是医保服务水平更大幅度的提高——对群众的保障范围显著拓展;各类现代医学检查诊疗技术更加可及;群众的就医报销比例显著提高……

特别是“吃亏论”有一定“市场”。一方面,随着居民医保缴费标准不断提高,部分人就在算账,交这笔钱究竟值不值。另一方面,

如果缴纳医保后自己没有生病,就有了一种“吃亏了”的感觉。正是因为存在“吃亏论”,有人就不愿参保或者退保,即所谓“退保论”与“吃亏论”存在一定联系。

但坦率地说,这是一种狭隘的认知。这些人只算个人“小账”,没有认识到基本医保是一种具有互助共济功能的基金和保障制度;或者只看到自己健康,缺乏健康风险意识。当一个人以自私自利的心态看待城乡居民医保,不免出现“狭隘的偏见”,须端正认识、纠正偏见。

虽说此次权威回应有望以正视听、纠正偏见,但还需要多措并举,增强公众对于参加医保的获得感,提升参保带来的安全感、幸福感。这既需要广泛深入普及医保相关知识,也需要不断扩大医保覆盖面,优化报销政策。
冯海宁

市场星报

出版单位 安徽市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email:xbxy2010@126.com



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博



食品生产日期不能再玩“躲猫猫”了

对于安徽宿州73岁的张大爷来说,去超市购物必须带的不是购物袋,而是老花镜。张大爷告诉记者,有好几次,他都因为看不清标签上的字迹,向超市工作人员或其他顾客求助,“而且不是大包装的商品标识文字就大,有些商品虽然体积大,但标识文字可能比小包装商品还要小”。(3月25日《法治日报》)

近年来,随着我国老龄化程度的不断加深,老年人在日常生活中的消费需求也日益增加。然而,去超市购买食品时,老年人往往面临着生产日期难找、标签字小被遮挡等问题,给他们的购物带来了不便。例如,很多食物标签上的字太小了,有些商品就巴掌大小,配料表、厂商、批号等各种信息挤在一起能有好几百字。对于老人而言,他们都表示:配料表是不会看的,因为看也看不懂,就想看看什么时间生产的、保质期多久,结果后面写着“见袋身”。

食品外包装上的标签是它的“身份证”,



“躲猫猫” 王铎/漫画

它所记载的生产厂家、生产日期、保质期、配料成分等信息,是消费者选择商品的一个重要依据。相关信息标注得清晰、准确,消费者购买、食用时才能心里有底。

今年全国两会期间,有全国人大代表提交了《关于规范食品标签,统一标注方式的建议》,建议进一步规范食品标签,统一标注方式,让消费者特别是老年人能够找得到、看得清。

目前,有些食品的生产日期标注在包装袋的底部或者背面,甚至被其他标签遮挡,导致老年人需要费劲地去寻找。这就需要相关部门规定,生产日期应该统一标注在包装的正面或者上部,以便老年人能够轻松找到。

很多老年人视力有问题,需要借助老花镜才能看清小字。因此,生产日期的字体应该放大,并且采用清晰易读的字体,让老年人不再需要费劲地去辨认。

此外,超市也应该在布局上考虑到老年人的购物需求。可以在商品陈列处设置放大镜或者提供放大镜的服务,帮助老年人更加方便地查看生产日期。总的来说,生产日期的标注方式需要更加注重老年人的需求。
郭元鹏



别拿消费者当“引流道具”

“老人是在吃饭的时候被拍的,当时没多想,但是不知道会被发到网上。”3月24日,家住陕西省西安市的李女士向记者反映,最近家里的两位老人在一家餐馆用餐时被店家拍下视频,之后店家又在老人不知情的情况下将视频发到短视频平台上,这让他们感觉很恼火。最终,在李女士多次沟通后,店家删除了视频。(3月25日《工人日报》)

在数字化时代,线上线下消费场景的融合已成为趋势。商家为了吸引更多客流,纷纷将线下消费实况以短视频或直播的形式展现给网络上的潜在消费者。然而,这种新型营销手段的背后,却隐藏着对消费者权益的潜在侵犯。

值得注意的是,一些商家和主播对于消费者的隐私权保护持有一种漠视甚至是轻视的态度。他们认为,在公开环境下拍摄并不构成侵权,或者即使构成侵权,也只是小事一桩。这种心态反映出的是对法律的无知和对消费者权益的漠视。事实上,无论是在实体店还是在网络上,消费者的隐私权都同样受到法律的保护。未经消

费者同意就擅自拍摄并发布其肖像、行为等信息,已经触犯了法律的红线。

面对这种情况,消费者应该积极维护自己的权益。当发现自己的隐私被侵犯时,要及时与商家沟通并要求其删除相关视频或内容。如果商家不予配合,消费者可以向有关部门投诉或寻求法律援助。同时,消费者也应该提高自己的法律意识和隐私保护意识,在消费时留意商家的拍摄行为,并主动提出自己的意见和要求。

商家则应该加强自律和法律意识的培养。在进行网络直播或视频拍摄时,要严格遵守相关法律法规和道德规范,尊重消费者的隐私权和肖像权。同时,商家也应该积极探索更加合法、合规、合理的营销方式,通过提供优质的产品和服务来吸引消费者,而不是通过侵犯消费者权益的方式来达到营销目的。

保护消费者权益是商业活动的底线。商家要始终将消费者的权益放在首位,而消费者也应该积极维护自己的权益,只有齐心协力才能营造一个公平、透明、和谐的消费环境。 王琦



有一种幸福,叫有人惦记

茫茫人海中,我们会和很多人擦肩而过,真正能走进彼此心里的并不多。庆幸的是,我们的生命中总有一些人始终惦记着我们,牵挂着我们。被人牵挂着、关心着、惦记着,本身就是一种幸福。我们的喜怒哀乐,牵动着他们的心弦;他们的陪伴,使我们不再孤单。无论是亲情、友情,还是爱情,遇上那个一直惦记你的人,不要错过;拥有了,就请好好珍惜。一个人最大的幸福,就是有人惦记。那么,就让我们也用行动来回馈他们,让每一份惦记都有回音,让每一份爱都不被辜负。
@人民日报



人生,向着希望,活出精彩

人生是一次没有回程的旅行,无论成败,都必须顺着光阴向前走。人生,应该紧握自信的船桨,豁达坦然,踏实勤恳地做好每件事。人生旅途,也许有不少的遗憾。但我们始终相信,只要努力作为,每一个人都是亮丽的风景。穷且益坚,老当益壮。人生,即使身处逆境,仍要扬起前进的帆;人生,即使遇到险关,仍要鼓起勇气向前奔;人生,即使遭遇失败,仍要怀揣梦想重新启航。人生路上,大胆前行,诚实生活,活出精彩;人生路上,满怀憧憬,从容生活,活出境界!
@新华社