

2020年11月4日
星期三
编辑 吴承江
组版 胡燕舞
校对 陈文彪

线上线下一致报销让医保福利不打折

罗志华

时评
Shi Ping

国家医疗保障局2日印发《关于积极推进“互联网+”医疗服务医保支付工作的指导意见》，明确符合条件的互联网医疗机构可以通过其依托的实体医疗机构，自愿“签约”纳入医保定点范围，“互联网+”医保支付将采取线上、线下一致的报销政策。医保部门将一视同仁，促进线上、线下公平竞争，进一步推动“互联网+”医疗服务业态发展。(11月3日新华网)

国家医保局出台这个文件后，将消除各种“土政策”的差异性，要福利还是要便捷，将不再成为民众的两难选择。医保分线上和线

下支付，改变的是支付方式，不变的是保障福利，包括支付范围与保障力度，都不再因支付方式不同而区别对待。这样做虽然存在较大的难度，比如在技术层面，线上支付要比线下支付复杂得多，涉及到处方流转、第三方支付等技术和管理的难题，但为了不损福利，医保部门理应承担一些。

还要看到，线上线下一致报销，既是对不同报销途径一视同仁，也是对线上线下不同医疗机构的同等对待。在实体医疗机构看病报销，线上不行线下来，最终仍可以报销，但互联网医疗机构在诊疗时，由于医患相隔遥远，假如线上不能报销，就没有线下报销的可能。从这个角度来看，实现线上线下一致报销之后，获益最大的无疑是互联网诊疗，此举

将化解互联网诊疗的报销难题，促进互联网诊疗快速发展。

更难能可贵的是，线上医保支付改革不仅立足于当前，而且还为未来的发展预留了空间。当前线上医保支付主要局限在统筹地区内，下一步将支持地方探索异地门诊费用直接结算、电子处方的跨统筹地区流转等。异地就医日益增多，让异地就医也能搭上线上医保支付的便车，对于流动人口享受医保的同城待遇大有好处，对异地就医的患者是更大的福音。

可见，随着这项改革的实施，将来不仅线上线下一致报销，而且本地异地看病也一致报销，不仅获得的福利一样多，而且还能便捷地获得这些福利，看病难和看病贵有望因此得到进一步缓解。

市场星报

国内统一刊号 CN34-0062
邮发代号 25-50



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: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美赫律师事务所
杨静 律师
承印单位 安徽新华印刷股份有限公司

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

时事乱炖

“暗语”销售“特供”商品亟待有效规制

杨玉龙



套路 王恒/漫画

近期，部分电商平台出现以拼音缩写等“暗语”方式使用“特供”“专供”等标识销售、宣传商品问题，扰乱市场秩序，欺骗误导消费者。针对上述问题，国家市场监督管理总局迅速行动，第一时间组织开展清理整治网络销售和宣传“特供”“专供”标识商品专项

行动。专项行动自通知发布之日起至2021年2月底。(11月2日《法治日报》)

对上述现象，强化依法治理是根本。据悉，市场监管总局网络交易监督管理局相关负责人就曾表示，各地市场监管部门要持续开展对“特供”“专供”商品网络交易和广告的日常监测，建立长效机制，保持常态打击模式。其实，这很有必要。当然，这也正需要相关职能部门切实负起责任，对于违法违规行为要加大法律惩戒力度。

于电商平台也应强化自律。应该认识到，网购不是“法外之地”。电子商务平台经营者承担形式审查、协助监管以及对违法经营的查处和报告等责任和义务。所以，电商平台应尽到法律责任，既要加强对商家行为

的监管，更有必要做好相关消费警示，从而构建起令消费者放心的消费环境，而这本就是电商平台应有的担当。

对于商家而言，也须依法诚信经营。比如，明明是销售给普通消费者的、大批量供应的，却谎称是“特供”“专供”产品，少量供应，终归是假聪明。要知道，消费者并不容易被蒙蔽，与其靠“套路”发财，远不如依法诚信经营。更何况，靠虚假宣传牟利，也终难逃脱法律惩治，岂不是搬起石头砸自己的脚。

从消费者的角度来讲，也应增强防范意识。比如，购买有“特供”标识的总比没有标识的强，大多数人都是抱着这种心理去的，对“标识”持迷信态度。殊不知，迷信此，很可能被套路。事实上，十八大以后，中央和国家机关使用“特供”“专供”等标识就被禁止了。当然，须注意的是，当自身权益被侵害时，应当勇于依法维权，给不法经营者以有力回击。

热点冷评

手机信号“增强贴”，“伪科技”何以成了网红？

木须虫

只需将一张金属贴片贴在手机背部的“有效位置”，信号就能从1格变成3格，让玩游戏、刷视频不延迟……近期一位杭州消费者程先生向记者反映，自己被“手机信号增强贴”给忽悠了。一段时间以来，号称能“全场景”增强手机信号的“增强贴”热销网络。这张小小的贴纸，到底是“黑科技”还是在“黑”顾客？(11月3日新华网)

无疑，所谓的手机信号“增强贴”，不过是披着“黑科技”噱头的伪科技产品。而这并非孤例，可“修复皮肤松弛”的“石墨烯”保暖衣、预防近视“神器”防蓝光产品、“可降糖70%”的网红“脱糖电饭锅”……诸如此类“伪科技”产品频频成网红。

不可否认，这些伪高科技产品走红有网络“伪科普”误导乃至故意充当帮凶原因，但在主观上也是国民科技素养、科学常识缺乏，给了噱头营销、概念消费以可乘之机，同时也因主观的偏听偏信，缺乏防范意识，让这些产品坑害消费者最终得逞。

当然，这些伪高科技产品的横行，

市场的放任与纵容难辞其咎。伪科技产品通常都有多宗罪：不具备所声称的功能，与假冒伪劣无异，涉嫌制假；营销中多夸大宣传，涉嫌广告违法；以“科技”名义玩概念、博销量，误导和欺骗消费者，又涉嫌消费欺诈。

伪科技产品屡屡成为网红，显然与科技创新的鲜明导向背道而驰，它损害的不仅是消费者的权益，更有崇尚科学创造的社会信任，破坏了鼓励科技创新的市场环境。试想，如果假冒“碰瓷”科技创新就能够轻松获益，谁又愿意把不菲的精力和真金白银投入到真正的创新与创造中来？

“伪科技”小乱象折射大问题，要想让科技创新成为发展的支撑，既要不断增强全民的科学素养、科学理性，树立尊重和支持科技创新的全民意识，也要强化市场治理，对各类伪科技和科技创新投机“零容忍”，加大打击力度，从根本上改变“干得好的不如营销吹得好，营销吹得好不好包装骗得倒”的市场环境，打造良币驱劣的生态。

非常道

周鸿祎：我国大量数字证书被国外垄断

360创始人周鸿祎表示，“我国有大量网站都在使用他国颁发的数字证书，如果我国拒绝颁发数字证书，我方将面临被卡脖子的困境。”他呼吁大家一起建设国产数字证书生态系统，一起争夺数字证书话语权，拒绝卡脖子。
@财经网

微声音

睡觉爱做梦的人 痴呆风险低

美国波士顿大学医学院研究发现，爱做梦的人，不易患痴呆。睡觉时，眼球有快速跳动的现象，呼吸和心跳变得不规则，肌肉完全瘫痪，并且很难唤醒。做梦一般出现在这一阶段。数据显示，快速眼动时睡眠持续的时间每缩短1%，患痴呆症的风险就会增加9%。
@生命时报