

长护险“小保费”如何撬动失能群体“大保障”？

阅读提示

长期护理保险被称为继养老、医疗、工伤、失业、生育五项社保险种之后的“第六险”，主要用于保障长期失能人员的基本生活照料和相关医疗护理所支付的费用。随着长护险服务项目目录的发布，一张“老有所护”的保障网正加速织密。

吴锋思 马安妮

“一人失能，全家失衡”，这句沉甸甸的话，道出了“失能家庭”的无奈。父母离世后，照顾阿不都苏甫尔·吾甫尔的担子落在了他的弟弟身上。因疾病导致身体重度失能的阿不都苏甫尔·吾甫尔长期卧床，看着弟弟因为照顾自己来回奔波，他的心里很不是滋味。转机出现在今年4月。新疆维吾尔自治区克拉玛依市在原有长期护理保险补贴基础上，推出居家上门护理服务，阿不都苏甫尔·吾甫尔成为受益者之一。长期护理保险(以下简称长护险)被称为继养老、医疗、工伤、失业、生育五项社保险种之后的“第六险”。与基本医保

不同，长护险主要用于保障长期失能人员的基本生活照料和相关医疗护理所支付的费用。自2016年启动试点以来，长护险制度已覆盖1.9亿人，累计有260余万失能参保人享受待遇，基金支出超850亿元。9月，国家医保局印发《国家长期护理保险服务项目目录(试行)》，失能人员能享受的护理服务变得更清晰，其更重要的意义则在于，为在全国范围内推广长护险确立了统一标准，为这一险种从地方试点走向全国推广奠基。一个旨在实现“老有所护”的保障网正加速织密，照亮更多“失能家庭”。

年缴53元可月享1500元服务

对于阿不都苏甫尔·吾甫尔来说，洗澡一直是个难题。“以前联系养老院护理人员上门洗澡，每次要两个人，每人100元。时间长了也是一笔不小的费用。”阿不都苏甫尔·吾甫尔告诉记者，夏天，他每月最少要请人上门服务两次。2018年，克拉玛依市成为新疆长护险制度的试点城市之一，阿不都苏甫尔·吾甫尔从那时起就参加了长护险制度保障。4月，克拉玛依市向长护险参保人推出免费上门护理服务。5月，阿不都苏甫尔·吾甫尔在家中享受到了洗澡、理发、按摩等送上门的专业服务。“通过构建‘机构护理+居家护理+上门护理’三位一体的服务模式，实现专业护理资源向家庭场景的延伸。”克拉玛依市医保局医疗保障服务中心二级主任

科员苏立莉介绍说，上门服务包括基础护理、专项操作、康复支持三大类、27个项目，参保人可自主组合“个性化服务包”，每次服务60至90分钟。以克拉玛依市“重度失能三级”人员为例，居民参保人每年仅需缴费53元，即可每月享受8次、价值1500多元的“个性化服务包”。相比之下，若未参保，仅按摩一项服务，按市场价按按摩师上门，单次费用至少为200元。截至2024年年底，克拉玛依市长护险参保人数达27.43万人，累计为2346名失能人员提供待遇保障。制度升级后，1月至8月新增享受待遇人员340人，待遇支出1143.38万元。

“兜”住失能人员的护理保障

长护险与“五险”相似，参保人缴纳保险费并达到一定条件，便可申请相应的保险待遇；与“五险”最大的不同在于，长护险的筹资标准不高，但需要“兜”住的是失能人员“无限期”的护理保障。“小保费”如何撬动“大保障”？从参保范围来看，试点城市间存在差异：云南省昆明市覆盖职工医保参保人员，重庆市覆盖以个人身份参加职工医保人员及正常享受职工医保退休待遇人员，山东省青岛市覆盖城乡参保人员……以克拉玛依市为例，职工目前需全员参加长护险，城乡居民可自愿参保。和基本医保一样，长护险也要求参保15年才能享受待遇。克拉玛依市对于2018年试点前就已重度失能的人员，只要通过评估，无需缴费也能享受政策。

在筹资方式上，各地模式有所不同，大致可分为医保划转、比例缴费、定额缴费等。具体而言，湖北省荆门市采用“三家抬”模式，由个人、医保、财政共同承担。北京市规定用人单位按城镇职工基本医保缴费基数0.2%缴纳，试点起步阶段从城镇职工基本医保统筹基金中划转，不增加单位负担；城镇职工按本人基本医疗保险缴费基数的0.1%从个人账户中划转。克拉玛依市则采用个人缴费+单位分担+医保统筹+财政补助机制。记者注意到，《国家长期护理保险服务项目目录(试行)》中，服务项目共36项，包括20项生活照护类项目和16项医疗护理类项目。

目录对每个服务项目的内涵、服务要点均进行了界定，服务要点细化到服务要求、推荐服务人员、推荐服务时长等内容。以“清洁照护”分类下的沐浴项目为例，服务要求包括“了解照护对象过往病史及健康状况，是否需要如厕”“调节适宜水温”“保护照护对象隐私，尊重心理需要”等，推荐服务时长为30至60分钟。

培育专业人才，满足多元需求

业内专家分析，长护险持续发展的核心挑战在于人和机制——既要夯实专业人才的供给基石，也要疏通政策落地的关键脉络。“平均每天差不多要去三四户人家做护理，1个月收入大概在8000元到9000元之间。”95后女孩安乐乐2024年拿下了养老护理员证书，今年在杭州成

为了一名长护险护理员。国家统计局数据显示，到2025年年初，我国60岁以上人口达3.1亿人，约占全国人口的22%；65岁及以上人口2.2亿人，占比15.6%。而在长护险试点的9年时间里，全国已累计培养长期护理从业人员约33万人。对于专业人才培养，上海申健长期护理研究促进中心专家张元颖建议，一方面要扩大人员招募渠道并提高薪资待遇与补贴标准，吸引高技能、高素质人才加入长护险行业；另一方面要逐步完善护理人员专业技能培训与考核机制，与高校合作，通过定点培养，满足长护险定点服务机构的实际用工需求。采访中，记者发现，不同家庭对于长护险的期待迥然不同。对于多子女家庭，家人轮流照护仍是首选；而对于独生子女家庭，长护险则成为分担压力的制度性“刚需”，其落实推广尤为关键。“我和太太都是独生子女，家里老人上了年纪后，除了长护险外也想把商业保险作为补充，降低家庭养老的风险。”乌鲁木齐市市民马建明在家中老人突发重疾后，开始深入了解与养老相关的政策与服务，希望能让老人实现“护理自由”。马建明的想法并非个例，不少家庭都希望通过多元保障提升护理质量。对此，张元颖提出，鼓励商业长护险开发“护理+康复+保险”组合产品，与选定的长护险服务机构联合设计差异化服务套餐，满足不同人群需求。(据《工人日报》)

努力减轻农民因灾损失 农业保险再加力

新华社记者 翟濯 水金辰 叶婧 刘彤

近日召开的国务院常务会议指出，要用好农业救灾资金，做好保险理赔，努力减轻农民因灾损失。农时不等人！农业保险作为灾后恢复生产的重要政策工具，如何更好守护农民“钱袋子”？农业农业农村部计划财务司联合国家金融监督管理总局财产保险监管司部署黄淮受灾地区农业保险理赔工作，要求加快保险理赔进度、提升服务质量。河南印发通知，要求全省各地立即启动应急机制，开启秋粮理赔“绿色通道”，应赔尽赔、快赔早赔；山东金融监管局等部门积极指导各地农险承保机构做好防灾救灾、风险减量工作；安徽开展“秋收秋种”新贷续贷增贷行动，只要有保险保单，银行就可以发放信用贷款，帮助规模经营主体渡过难关。与正常年份相比，今年秋收更需要抢时效、提质效、多保粮。多地优化创新保险理赔举措，尽最大努力为受灾农户织密保障网。无人机上岗，让定损更精准——在山东省菏泽市巨野县永丰街道李楼村的一处玉米田里，当地农业农村局和保险公司组成联合查勘小组，通过采用无人机航拍和人工实地测量相结合的方式，精准评估整体损失。在河南，中原农业保险股份有限公司聚焦灾情和作物长势，出动无人机565架次，开展5次秋季作物长势监测与灾害解译，形成“旱情—长势—灾情”分级地图，不遗漏合理诉求。建立绿色通道，让赔付更及时——山东、河南、陕西等地建立秋收理赔

绿色通道，简化流程、缩短理赔时间。河南各保险公司对已达成赔偿协议的案件，严格落实十日内足额赔付要求。元元保险安徽分公司农险部总经理宁诚告诉记者，今年连阴雨造成的损失发生在作物成熟期，需要二次查勘和二次定损。“为此，我们开通理赔绿色通道，简化理赔手续，启动快赔、预赔机制，只需要与农户达成赔付一致意见后，立即启动理赔。”推行预赔付机制，助力农户尽快恢复生产——陕西按照“主动、迅速、快赔、宽赔”的原则开展预赔付。截至目前，河南全省秋粮保险已支付赔款13.7亿元，其中预赔款占已支付赔款的75%，理赔进度超70%。农业保险能帮助农户减轻多少损失？山东菏泽鄄城县玉皇庙镇，种粮大户张五雷承包的1500亩玉米地因秋汛减产20%。但凭借投保的玉米完全成本保险，他已经获得预赔付款8万多元。张五雷给记者算了一笔账：“一亩地保费44元，政府补贴80%，自己只掏8.8元，这次理赔款刚好能弥补秋汛多投入的收获、烘干成本。”鄄城县农业经济发展中心保险业务负责人满保太介绍，当地农户大都投保了玉米完全成本保险。“每亩保费中，80%由中央、省、市、县四级财政按比例补贴，每亩玉米最高赔付额可达950元，努力减轻农民因灾损失。”保障粮食安全，要在增产和减损两端同时发力。为受灾农户遮风挡雨，努力减轻农民因灾损失，各地正形成合力、持续加力，为粮食安全保驾护航。



让暖流“跑赢”寒流

近期，山西多地出现降温降雨天气。为应对冷空气影响，山西省太原市于10月19日提前启动供热工作，并通过加强巡检、24小时监控等措施，保障群众温暖舒适过冬。图为在太原市热力集团有限责任公司中能能源站，工作人员检查设备运行情况(10月19日摄)。

新华社记者 杨晨光摄

“已抢空”的商品次日仍在售

直播间“热销”假象调查

韩丹东 于天航

“只剩最后500单!”“3.2、1,上链接!”近日,某直播平台上,一名美妆主播正卖力推销一款“限量”粉底液,评论区不断涌现“已拍”“再加点货吧”等留言,营造出抢购氛围。然而,记者次日发现,这款宣称“已抢空”的商品依然在售,库存充足。这并非个例。记者调查发现,当前不少商家和主播通过伪造销量、互动与在线人数等数据,刻意制造“热销”假象,俨然形成一套完整的灰色产业链。后台改库存制造假象10月12日晚上8点,某直播平台一美妆直播间内,主播身着亮色套装,手持一款粉底液走到镜头前,直播间显示的在线人数在“2万”和“3万”之间不断跳动。她陡然提高声音:“家人们!这款持妆12小时不脱妆的粉底液,今天只有2000单库存!”一时间,评论区被“已拍”“能不能再便宜点”等留言刷屏,间或出现“上次买过超好用”“主播推荐必入”等评论。主播最后500单了!没下单的抓紧,下播就恢复原价299元,现在只要159元!”她还特意举起手机展示库存数据,“看,真的

只剩500单了,大家赶快下单!”几分钟后,主播宣布该商品“已抢空”,转而推荐下一件产品。此时,记者确认该商品确实已无法购买。然而第二天,记者发现这款号称“库存紧张”的粉底液仍在直播间正常销售,库存充足,价格也未变动。刚毕业于北京某高校的赵欣(化名)曾在某直播基地实习,参与过一个服装直播团队的工作。她透露,每次直播前,实习生们会分工协作:有的负责产品上架,有的负责留言互动,有的则操作“小号”营造氛围。“我主要负责调整后台库存。主播说‘只剩100单’时,我就把库存从1000单或500单改成100单;主播喊‘秒空’时,我就直接改成0。需要时再改回来,制造补货的假象。”赵欣说。她注意到,一些消费者普遍存在从众心理,“看到快抢完了,很多人下单,才会跟着买。如果只说卖出几单,根本没人理会”。据她回忆,某次有主播声称一款连衣裙“已抢600单”,实际成交仅30多单,其余均为虚拟订单。“除了服装,美妆、快消费品等类目的数据造假可能更严重。”赵欣发现,在一些刷单群中,直播间刷单任务明码标价,从几元到十几元不等。

她告诉记者,直播间的互动、点赞、在线人数等数据均可人为操控,只是她未直接参与该环节,对具体操作了解有限。“数据焦虑”成造假推手有业内人士告诉记者,直播电商行业的“数据焦虑”,是虚假销量泛滥的根本原因之一。一位直播带货商家李先生告诉记者,平台的推荐机制高度依赖“流量数据”和“销量数据”。直播间的在线人数、互动率(评论、点赞、送礼等)直接影响平台流量分配。“如果直播间达到一定人数,转化率也不错,平台就会给推荐位,真实观众自然增多。”李先生说。这种焦虑也蔓延至一些商家与主播的合作中。某饰品行业负责人张女士介绍,在选择主播时,她首要考察的就是其“历史销量数据”。“主播若能每场卖出5000件,坑位费(指电商直播中商家需向带货主播支付的商品上架费用,以获得在直播间展示和推广商品的资格)自然高;若只能卖1000件,费用就低得多。”李先生告诉记者,为提升热度,他曾在2024年购物节期间连续3天购买定制套餐,每天投入上万元,最终将直播间在线人数从2000人推至12万人,坑位费也

从每场5万元涨到8万元。一些电商平台的商品页面同样存在此类问题。某电商平台上一位卖服饰的商家透露,她每月都会委托代刷公司“优化数据”,主要是刷“浏览量”和“加购数”。“比如一件连衣裙,日浏览量从50刷到500,加购数从10刷到80。平台会判定为‘潜力商品’,给予更多曝光。真实买家看到‘很多人想看’,也更容易下单。”“不刷单,根本成不了‘爆款’。”一位零食商家李女士坦言,快消品的平台推荐逻辑是“销量越高,曝光越多”。她以一款坚果礼盒为例,上架后先刷5000单,每单成本4元,总计2万元。“刷完后平台给了‘新品推荐’,真实销量很快达到每天300单,半个月就回本了。”灰色产业链明码标价前述业内人士指出,一些直播电商的虚假数据制造已形成完整产业链,覆盖“互动”“销量”“数据”等多个环节。记者调查发现,在“互动”环节,代刷公司或相关软件可提供定制服务。某代刷公司提供的报价单显示:“基础互动套餐”(随机评论、点赞)1小时30元(不少于5000条评论或点赞);“定制互动套餐”(指定评论内容,模拟真实用户提问)1小时150元。“我们会根据直播内容设计评论,比

如卖口红就发‘这个颜色显白吗’‘持久度怎么样’,卖衣服就发‘身高160穿什么码’‘会不会起球’,让互动看起来更真实。”这家代刷公司的客服人员说。此外,还有相关软件售卖,自动发布设定好的评论和互动语言等,这类软件需要按月付费使用,价格为9.9元至几十元不等。“销量代刷”则分为两种:一种是“空单代刷”,代刷公司用虚拟账号下单,不支付货款,直播结束后取消订单,营造“销量高”的假象;另一种是“实付代刷”,代刷公司用真实支付方式下单,商家再通过社交账号退还货款,这种方式成本更高,但能避免订单被取消的风险。比如,一代刷公司客服人员发来的价目表显示:某电商平台的“真实物流刷单”(即有真实快递单号,无实物)每单3元至5元,“空包刷单”(无实物,虚假物流)每单1.5元至2元;如果平台审核严格,每单价格可达8元至10元。除委托代刷外,部分商家还会“自导自演”。一位工艺品店店主告诉记者,他会让员工或朋友用“内部优惠券”下单,“比如一把椅子原价999元,我设置一个‘内部优惠券’500元,员工用券后下单,实付499元,我再把499元转回给员工,相当于没花钱,却多了一个‘销量’,无形中增加了曝光量。”“数据”造假则更加隐蔽。某代刷公司工作人员向记者介绍,直播间“1人在线观看1小时”收费0.5元,“看过该直播”的记录则为20元1000个。为规避平台检测,该代刷公司会控制互动频率,如每10分钟发一条评论、十几秒点一个赞等。(据《法治日报》)

情绪价值改写消费规则

卢杨静

“用养乐多来做叉烧”“包场KTV站着唱4小时减肥”“学英语直接把小红书切换成英文版”……前段时间,一系列听起来像段子、做起来却高效的“邪修妙招”,在社交媒体上疯狂刷屏。年轻人追捧“邪修”现象,根源在经济与社会环境的深刻变化。在物质丰富的当下,青年群体对情感的需求更深更广,更加重视情绪消费,倾向于在消费中寻找情感补偿。他们购买的往往不是产品功能,更多是附着其上的情绪解决方案。新的热潮为品牌营销指明了新的发展方向。一方面,品牌与消费者的关系正从“价值传递”转向“价值共创”。传统的“厂商研发—市场推广—模式正在被颠覆。品牌开始主动融入社区,倾听并吸纳用户的创意。这种“反向创新”在贴近消费者真实需求的同时,更显著降低了产品试错成本。另一方面,品牌营销需更加重视提供情绪价值和身份认同。传统的品牌营销侧重于功能宣传和品牌形象塑造,而当情绪消费成为热点,品牌文案和内容需要理解这背后的发展指向。这样的营销,成功让消费者在“花小钱买乐子”的同时,实现与品牌的深度链接。当然,对于品牌而言,在与流行文化共舞的同时,也需设立“创意边界”,将内容安全与伦理风险纳入核心考量,确保增长可持续。(据《经济日报》)

为儿童营造更加友好的城市环境

李磊

在江西赣州,儿童观察员化身“小小体验官”,走进口袋体育公园,以真实的视角为适儿化改造建言献策,为城市建设注入鲜活灵感;在上海黄浦区,打浦桥街道也迎来“小小导游志愿服务队”,孩子们实地探访并深入挖掘田子坊的历史文化,以充满童趣的讲解向世界展示海派文化的魅力……这些发生在不同城市的实践,共同指向一个温暖而深刻的城市发展理念——建设儿童友好型城市。让儿童友好理念更好“开花结果”,有赖于我们凝聚更广泛的社会共识,推动构建更多元协同参与机制。一方面,城市治理者应将儿童友好空间建设纳入城市发展总体规划与考核体系,引导并鼓励跨部门、跨领域深度协作。另一方面,汇聚更多社会力量,为儿童友好环境建设注入更多活力。可通过设立专项基金、举办儿童友好空间设计大赛等形式,吸引专业设计师、高校团队等专业人士加入其中,进行更多创新创造。同时,鼓励和引导企业投入儿童友好服务,积极践行社会责任。相信专业的知识、创新的理念与市场的活力相结合,将催生更多高品质、可复制的优秀案例。儿童,是我们的未来。关爱儿童,就是守护未来。让我们携手努力,共同为他們创造一个安全、健康、充满温暖的成长环境,让他们阳光成长、自在奔跑!(据《光明日报》)

别让外卖“满减”成“浪费”

赵旭

一段时间来,各大外卖平台上“满减”促销活动层出不穷,看似是消费者“薅羊毛”的狂欢,实则是一场被“优惠”裹挟的浪费陷阱。为了凑够满减额度,不少人会选择多点一份主食、加一道小菜,吃不完的餐食则被直接扔进垃圾桶;订单暴涨时,配送瘫痪导致餐品超时变质,最终也只能沦为垃圾……这种促销看似“多赢”,实则已陷入恶性循环。平台靠补贴抢流量,却将成本变相转嫁商家;部分商家利润空间被压缩,通过悄悄缩减食材分量、用临期原料,甚至虚增打包费等方式维持运营;消费者看似占了便宜,却常为不需要的餐食买单,还可能面临“货不对板”“食材不新鲜”等食品安全风险。最终,浪费的是粮食,损害的是商家的信誉,消耗的是消费者对平台和商家的信任。近日,市场监管总局组织起草的《外卖平台服务管理基本要求(征求意见稿)》公开征求意见,直指平台“裹挟式”竞争与过度“价格战”,这为外卖行业划定了健康发展的底线,也有利于遏制食品浪费。商家需守好品质底线,平台应回归服务本质,消费者更要理性下单,不盲目为凑单多买一份,不因优惠浪费一口。唯有三方合力,才能让外卖经济真正行稳致远,让“舌尖上的美味”不再变成“指尖上的浪费”。(据新华网)