

一线观察

提升惠民保参保率 别仅靠延期

□何勇海

近来,不少地方宣布延长惠民保参保缴费期,短的延长至2月29日,长的则延长至3月20日。从官方发布的通知来看,延期原因多为“市民反馈希望延长投保时间”“满足市民的参保需求”。不少专家则表示,要让保险从根本上满足市民需求,而不仅仅是延期。

惠民保是一种城市定制型商业医疗保险,也是一种普惠性补充医疗保险,具有价格低、门槛低、保障高等特点。以费用为例,保费从几十元到一百多元不等,相比商业医疗保险低不少。生病、住院后,群众在基本医保报销之外,还可以进行保险赔付。再如门槛,它并不设置年龄、健康状况、既往病史、职业类型等条件。故而,这种医疗保险近年来在全国各地遍地开花。

一般说来,惠民保的保障时间多为一年,通常采取限时投保的方式,比如某地2024年惠民保的投保时间是2023年11月至12月。有业内人士指出,这段时间各地宣布延期还有一个重要原因,就是在既有规定的参保期内参保人数不理想。诚然,延长投保期,可以给更多人提供参保、续保机会,从而提升参保率、续保率,以提升惠民保制度的可持续性。但要意识到,延期只是权宜之计,惠民保最需要提升的是吸引力。

据媒体报道,惠民保在一些地方出现了公信力不足、赔付率不高、参保人获得感不足等问题,造成惠民保的普惠效果并不理想。另外,为吸引参保,有惠民保产品在推广运营中夸大、虚假宣传,片面宣称“几十元就可保几百万”,却有意回避高起付线、赔付条件严格、药品限制及除外责任等,极易误导消费者,推高其心理预期,埋下理赔纠纷。提升惠民保的吸引力,就要解决公信力不足、赔付率不高等问题。因为一旦出现理赔纠纷,就会影响公众对产品的信任,赔付率过低也会导致投保人不参保。

当然,优化参保人员结构也是重中之重。低门槛、低保费的制度设计,容易吸引高龄带病人群投保,导致风险过于集中,不仅影响惠民保的普惠效果,导致实际获得赔付的人群较少,还影响着它的可持续发展。就此而言,应以精准定位、人群细分和险种创新等方式,针对不同年龄段对产品进行升级,比如对年轻段的参保人保费更低,赔付额更多,从而吸引年轻人参保,尤其是考虑吸引青少年参与,进而吸纳其全家投保。

目前,在一些地方,相关部门已经根据当地惠民保的运行情况强化监管,提升产品的保障水平。比如,重点查处夸大宣传、误导投保、拖延理赔、不合理拒赔等行为。湖南省还出台了相关指导意见,其中提出,惠民型商业补充医疗保险保本微利运行,企业盈利不高于5%,赔付率不低于85%,结余部分结转资金池,用于下一年度给付,确保可持续发展。各地均应以这类行动,来全面提升惠民保的吸引力和参保率。

出台制度激励 岂能太草率

□然玉

近期,江西崇义县出台“零彩礼”“低彩礼”家庭礼遇机制,通过给新人家庭提供子女入学、交通出行、健康体检等正向激励,推进婚俗改革。据悉,“零彩礼”“低彩礼”标准为男方给女方的彩礼、礼金为零或不超过3.9万元。“零彩礼”“低彩礼”夫妻的子女持礼遇卡可在学前、义务教育阶段,在全县范围内按照第一顺序择校入学。

近年来,一些地方“彩礼价码”不断上涨是不争的事实。这一现象的背后,有着极为复杂的成因。要打破这种异常顽固的涨势,仅靠民间的自发调节,几乎没有可能。在此背景下,动用公共资源来自上而下推动移风易俗,成为基层治理的紧迫课题。但从过往实践案例来看,各地推进婚俗改革常有“心有余力不足”之感,一个很重要的原因就在于抓手不多。

其实,几乎所有移风易俗事项都会遇到类似的问题。背后的原因也不难理解。毕竟,诸如“婚嫁”“彩礼”等,均属私人事务,公共规范很难直接介入此类私域——以往也有个别地方发红头文件为“彩礼”限价,可从实际效果看,非但收效甚微,还引发了极大的反弹。由此,各地纷纷转而寻求一种替代性的柔性引导方案。崇义县的“零彩礼”“低彩礼”家庭礼遇机制,就属于最新尝试。其内在逻辑,简而言之,就是以“利益激励”来换取相关家庭对“高价彩礼”的放弃。这看起来合情合理;移风易俗是地方政府的履职目标之一,为此自然要投入必要的公共资源。但真正关键的问题在于,看似政府与群众的利益转移,是不是涉及了群众之间的利益分配呢?

显然,“低彩礼夫妻子女可优先择校”,触碰到了这点。在任何地方,优质学校的学位都属于稀缺资源。为了维护一种形式上的公平,在义务教育阶段,各地基本都会采取“按户籍划分学区就近入学”的规则。而崇义县“低彩礼夫妻子女可优先择校”的新规定,显然改变了原有的规则,对预期稳定性和制度公平性所带来的冲击,肉眼可见。有人可以“空降”优先择校,那么,就必然会有人被剥夺机会。换言之,这不是把彩礼“移风易俗”的激励成本,转交给原本不相关的第三方来买单呢?

整治彩礼乱象和维护教育公平都很重要,而且很难说谁比谁更重要,机械地为之做价值排序乃至取舍,都不足取。不难想象,由于“低彩礼夫妻子女可优先择校”,某些家庭为了让子女上个好学校,必然会大搞阴阳账本,在“名义彩礼”上弄虚作假。一个草率而简陋的新规,留下了巨大的投机空间,很可能产生更多问题。

媒体新论

筑牢网络支付安全防线

春节期间,有不法分子制造了一些需要个人信息才能领取的“假红包”,企图骗取钱财。随着技术发展,网络支付伴生一系列安全风险。从支付机构角度看,应继续加强技术研发与创新,不断提升网络支付系统的安全性和稳定性。从监管角度看,有关部门应进一步完善法律法规体系,制定更加严格的支付安全标准。只有筑牢网络支付安全防线,才能推动我国数字金融和网络经济持续健康发展。

——《经济日报》

马面裙热销凸显传统文化魅力

让包括马面裙在内的国潮产品从“爆红”变成“长红”,还可以有更多作为。首先,要深入挖掘传统文化,讲好传统故事,以国潮产品为载体,激发更多人对历史文化的兴趣和认知需求。其次,要积极推动传统文化与现代设计相结合,与时俱进创造出更多符合现代审美需求的文化产品。此外,还要兼容并包,对诸如“汉服出街”等现象少一些批评,多一些包容。

——《工人日报》

游神出圈之后如何持续火爆

□潘抒捷

屏山时评

今年春节,不少地方掀起了追捧传统民俗的热潮。福建游神火爆出圈,多位神将凭借“盛世美颜”走红网络,吸引许多外地游客前来打卡,亲身感受游神背后的人间烟火气,领略民俗文化蕴藏的历史内涵与文化自信。

游神是我省的传统民俗活动之一。春节期间,人们以“挺神将”的形式,让神祇人物“巡视乡里”,以此祈求风调雨顺、五谷丰登、乡里团结、国泰民安。这些神祇通常是历史上

有来历或真实存在的人物,并且对乡里、地方乃至国家作出过贡献。从本质上讲,它是一种古老祈福活动,寄托着对美好生活的祝福期待,也蕴含着对文化传统的传承认同。

这项民俗活动,原本只在某些地区兴盛。如今出圈火爆全国,当然应该归功于短视频的传播效应,但更重要的则在于民俗活动所承载的深层文化记忆和独特审美符号,是人们心中“乡愁”的重要寄托。可以这么说,游神活动满满的仪式感,不仅营造出浓浓年味,而且持续引发情感共鸣。这也从侧面印证了中华优秀传统文化生生不息的内在生命力。

常有网友调侃,天庭过年的“财政收入”,一半来自潮汕,一半来自福建。这虽是戏言,但也足见闽粤两地民俗活动之火爆。

民俗传统如何保持历久弥新的生命力?游神火爆给我们以启示——既要扎根于与生俱来的厚重文化内涵,更要有与时俱进的自我更新能力,以新表达和新诠释挖掘时代价值与文化价值。

拥抱时代。传统民俗承载着人们对乡土的眷恋,更寄托着文化意蕴和精神追求。但它的形式不会永远停留在昨日,而会随时间一起奔涌前行。游神火爆,印证了短视频平台传播的“魔力”。在“互联网+”背景下,应随着时代变化创新表达形式,在拥抱潮流中寻找新的“打开方式”,从而打破民俗传统所受的地域与时空限制,使其真正进入民众的记忆深处,并通过现代传媒手段实现活化传承发展。

拥抱青年。青年是最富活力、最具创造力的群体。这群与新媒体同成长、共发展的年轻一代,已成为推广传统民俗的重要力量。游神出圈,正是有了新生力量加入,如“90后”积极学习打鼓板“挺神将”,“00后”主动参与设计新版神将形象。应把“接力棒”从老一辈传递到年轻一代手中,充分发挥创造力,努力将老习俗过出新味道,展现出有朝气有活力的文化面貌,更好地融入现代生活。

当然,传统民俗文化也有不容小觑的经济效益。今年,福州的游神活动,就吸引了京沪粤各地游客参与,带动当地旅游经济发展。如何让民俗文化与市场经济的相互交融,为发展注入新动能,也是各地各部门需要进一步思考的问题。



世相图说

试验田测产 不容弄虚作假

据《半月谈》报道,当前,农业试验田测产“一测就破纪录”怪象泛起。一些地方及企业采取种种作弊手段,以便“测”出对其有利的数据。科研攻关追求高产当然没错,但前提是数据真实。测产弄虚作假,甚至成了“吹牛大赛”,结果必然是自欺欺人。试验田测产不容弄虚作假。摒弃浮躁之风,以规范测产回归科研本真,才能真正发挥试验田的应有作用。

戴先任/文 王少华/图

★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★

重奖见义勇为为用户是双赢之举

□木须虫

近日,杭州“劝架车主”孙子见律师被授予当地三等治安荣誉奖章。由于他是比亚迪车主,这辆车企决定提供终身免费维修保养,并奖励20万元。

长期以来,对见义勇为者的奖励,更多是在精神层面上,而在物质奖励方面相对不足,多止于政府层面的奖励,也比较有限。在这种情况下,许多见义勇为的英雄一旦牺牲、致伤、致残、丧失劳动能力,其本人及家庭的生活就会陷入困境。这让很多人在遇到别人求救时瞻前顾后,不敢轻易出手相助。

如果每个见义勇为者都能得到更多实

实在的奖励,可以相信,当他人需要帮助时,人们的冷漠就会少很多。企业作为社会层面的主体之一,参与到激励见义勇为者的队伍中来,有利于促进社会公平正义。同时,企业愿意且敢于担起社会责任,也有利于提升自身的社会形象。

重奖见义勇为为用户是双赢之举。一方面让用户的善行善举得到激励,另一方面让企业通过弘扬正能量、呵护道德正义,更好地塑造企业文化,为企业品牌建设锦上添花。同时,重奖见义勇为为用户,相较于比较常见的重奖见义勇为员工,形式更新颖,值得效仿借鉴。期待更多企业参与进来,激活正能量,共同呵护敢于见义勇为的社会环境。

推销课程当避免贩卖焦虑

□卞广春

日前,一款名为“Sora”的文生视频人工智能工具火遍网络。很快,一些介绍使用方法的视频课程随之上架。然而,有些课程提到“不学AI短期内就要失业”,还有课程声称能让人们通过Sora赚快钱、发大财,值得警惕。

所谓文生视频,就是AI可以根据用户输入的文字自动生成一段视频。从这个角度看,Sora在技术上的重大突破,确为人工智能广泛应用展示了广阔空间,大概率会影响人们的工作方式。但是,人工智能的发展会不会造成大量失业,有待观察。期待用Sora赚快钱、发大财,目前更是一种想

象。忽吼忽地推销AI课程,很可能就是一个等着大多不明真相的人心甘情愿地往下跳的“坑”。ChatGPT也好,Sora也罢,普通人应理清思路,捂好口袋,不要被销售课程的商家牵着鼻子走。

某种程度上说,无底线地推销AI课程,甚至用制造和贩卖焦虑“割韭菜”,危害无异于利用AI技术实施新型网络诈骗。现代人工智能技术被反向应用,成为骗取他人钱财的工具,远离了人工智能技术发明的初衷。希望有关方面强化网络信息监测处理,坚决堵住各类骗局的通道,保障群众的正当权益免受不法侵害,促进人工智能健康发展和规范应用。

用尽责监管铲除“谜语人直播”

□冯海宁

最近,直播平台上出现了大量“谜语人”直播间,即主播或戴着面具,或在纸上写着让人看不懂的话,或在直播页面展示各种符号。他们的目的很简单,吸引观众点击进入直播间,再引导其落入陷阱。

其实,无论是主播隐藏真面目,还是发布一般人看不懂的信息,目的性都很强。一是吸引引流,通过故弄玄虚来显示与众不同,吸引观众进入直播间。二是逃避监管,这类直播间一旦吸引观众进入,就会引导他们加入粉丝群、企业号等,来推广其不法活动。

可以说,这是网络直播陷阱的一种新

形式,并且涉嫌违反相关法规。然而,当前对这种乱象却很难有效监管。原因是,这些行为比较隐秘,直播时间短,随机性较强,依靠算法很难发现,而人工审核又存在滞后性。当然,直播平台即便面临困难,也应当采取种种措施履行责任和义务。比如,提供便捷的举报渠道,借助观众的力量治理这类直播活动。再如完善机制,从前期、中期、日常监管等角度加强治理,保障用户合法权益不受侵害。

从实际情况来看,这类“谜语人直播”背后还极有可能隐藏着色情、赌博、诈骗等违法犯罪的线索,网信、公安等部门也应当联手行动,彻底铲除相关违法犯罪活动。

年轻人要学会对“词穷”说不

□杨楠

近日,中国青年报社社会调查中心联合问卷网发布的一项调查显示,53.3%的受访青年感觉近几年自己的语言文字表达能力下降,47.1%的受访青年感觉自己词汇量匮乏。表达单一。过半受访青年认为阅读量少和依赖网络语言及表情包是“词穷”的主要原因。

随着互联网媒体迅猛发展,人们更倾向于使用简洁俏皮的网络语言,而忽略了对传统语言文化的深入学习和理解。同时,碎片化的信息获取方式让年轻人往往只能通过浏览标题、摘要等方式快速获取信息,难以形成系统、深入的思考,从而导致语言

表达能力下降。

语言表达的贫乏,不仅影响个人的表达能力,也会对社会的文化水平和思维方式产生影响。对此,年轻人要学会对“词穷”说不,并积极去改变。一方面,年轻人要通过阅读经典文学作品,丰富自己的词汇,学习更加精准、生动地表达思想和情感。同时,语言学习是一个持续不断的过程,年轻人要时刻保持学习的热情和好奇心,不断探索新的表达方式和技巧。另一方面,于社会而言,也应加强网络内容的精品化建设,提高语言文字的准确性、丰富性和美感。唯此,年轻人才能在互联网时代更加自信、流畅地表达自己的思想和情感。

不给“票务”倒票可乘之机

□张淳艺/文 陶小莫/图



近期,多场演唱会门票开卖即售罄,一批自称“票务”的人却宣称“手中有票”,并表示货源来自官方,能接受较高价格的消费者可以询价。

“票务”高价倒卖门票的背后,猫腻不小——主办方将票加价卖给各类渠道的票务团队,票务代理们在加价票的基础上再二次、三次加价销售,导致门票价格一路水涨船高。尽管有关部门明确要求公开销售的门票要达到一定比例,但由于信息不够公开透明,给了一些主办方阳奉阴违、暗度陈仓的空间。

规范演出市场秩序,遏制“票务”倒票

行为,必须加强票源管理,落实公开销售门票比例下限,保障消费者购票权益。有关部门应建立统一监管平台,要求演出主办方、演出票务经营单位实时公示门票总数、销售数量等信息,防止主办方与“票务”暗中勾结,为“票务”倒卖门票釜底抽薪。

另外,在演唱会门票实行实名制背景下,一些不公开销售的工作票、赞助票、赠票,由于多以纸质票形式发放,票面信息与使用者难以准确关联,也成为“票务”倒卖门票的重要来源之一。对此,有关部门应监督主办方严格落实实名制管理,将这些门票也纳入实名制范畴,严格落实“人、证、票”三统一,不给“票务”倒票可乘之机。