



向基层倾斜！ 医保基金护航“家门口”看病就医

国家医保局、国家发展改革委、国家卫生健康委日前发布《关于医保支持基层医疗卫生服务发展的指导意见》，14条举措涵盖基金总额管理、待遇保障、用药保障等多方面。意见中有哪些看点？将为基层医疗卫生机构、参保人带来哪些影响？业内人士和专家进行了解读。

注入“活水”，支持医保基金流向基层——

根据意见，优化医保基金区域总额管理，年度新增医保基金可适当向基层倾斜；完善紧密型医共体总额付费，明确结余分配要向基层倾斜。 “预算分配倾斜基层，消除了基层顾虑，激励医疗机构由‘治已病’向‘治未病’深度转型。”首都医科大学国家医疗保障研究院智慧数据室主任张立强说。 在合理规划定点资源配置基础上，及时将符合条件的基层医疗卫生机构纳入定点，医疗救助定点在乡镇(街道)层面至少覆盖1家基层机构。 这意味着，基层定点医疗机构覆盖

面将进一步拓展，更多人将在“家门口”享受到便捷可及的医保服务，看病就医更省心、更有保障。 意见鼓励基层用好价格政策开展适宜服务。如基层医疗卫生机构可以用好上门服务费、安宁疗护费、家庭病床建设费、互联网诊疗费(复诊)、中医、康复类等价格项目。 规范基金清算流程，有针对性减轻基层医疗卫生机构资金周转压力；鼓励有条件的地区降低基层医疗卫生机构医保服务质量保证金比例……一系列举措将为基层“减负松绑”。

更加惠民，提升基层待遇水平——

根据意见，落实住院差别化待遇政策，适当拉开不同级别医疗机构报销比例，基本医保住院报销政策向基层医疗卫生

机构倾斜。张立强认为，通过差异化支付政策引导患者合理分流，将缓解大型医院资源虹吸效应，优化全域医疗资源配置。

对参保人来说，转诊也将更加便利。如在上级医院住院起付线可连续计算，由上级医院下转至基层医疗卫生机构的住院患者同一疾病周期内不再另设起付线。 此外，支持基层对符合条件的慢病患者开具长期处方、适度放宽乡村两级用药品种和数量限制，实现县乡村处方

规范流转……一系列“小切口”改革将进一步提升基层服务水平，让群众用药更有保障。 “这既从经济上引导群众首选基层就医，又大幅提升就医便捷性，困难群众、老年群体和慢病患者将成为最直接的受益者。”国家卫生健康委卫生发展研究中心研究员苗艳青说。

服务延伸，向“健康管理”转型——

意见要求，支持基层经办站点配备终端设备、集成人脸识别技术应用，加快推进基层医疗卫生机构刷脸支付；依托医保智能体为参保群众和基层医疗卫生机构提供24小时线上智能咨询。 这将推动医保服务向基层持续下沉、不断升级，让群众在基层享有便捷高效的保障。 此外，意见还支持基层开展多元化家庭医生签约服务。苗艳青说，鼓励把签

约居民的门诊医保基金按人头支付给基层医疗卫生机构或家庭医生团队，“这将有助于家庭医生成为签约居民慢病管理的第一责任人，引导基层医务人员主动做好慢病随访、用药指导、健康监测等服务”。 据悉，国家医保局将会同相关部门遴选15个左右地区，因地制宜开展医保支持基层医疗卫生发展相关工作，形成可复制、可推广的经验做法。 (新华社)



近日，黑龙江垦区北大荒集团各农业生产单位抢抓农时，展开春耕备耕工作。旱作区加紧筹备种子和肥料，水田区有序推进播种和耙耩作业，田间地头处处呈现繁忙景象。 许颖斌 摄

当前春灌累计灌溉面积达5700万亩

近日，全国各地陆续进入春灌备耕关键期。记者3月16日从水利部获悉，截至3月15日，全国已有16个省份启动春灌，累计供水49.9亿立方米，灌溉面积5700万亩。 水利部相关负责人介绍，目前全国重点水库蓄水总量4973亿立方米，较常年同期偏多近一成，江河来水较常年同期基本持平，春季农业灌溉用水总体有保障。当前，全国墒情总体较好，各地春灌开始时间较去年普遍后延，亩均灌水量有所降低。当前 1040处大中型灌区开灌，累计供水39亿立方米，灌溉面积约2900万亩。 为做好春灌工作，水利部已印发通知全面部署指导各地细化举措，统筹抓好蓄水保水、水源调度、设施维护、用水管理、科学灌溉等工作，切实维护供水秩序；紧盯风险隐患，强化分析研判，综合研判作物结构、土壤墒情、用水需求、水资源配置及来水预测等情况，统筹做好抗旱应急预案，夯实农业生产用水保障基础。 (新华社)

2025年全国受理消费投诉举报2600多万件 挽回经济损失超40亿元

记者3月15日从市场监管总局获悉，2025年全国通过12315平台、电话等渠道共受理消费者投诉、举报、咨询4386.6万件，其中投诉举报2646万件，同比增长9.8%。全年为消费者挽回经济损失43.5亿元，消费维权效能持续提升，投诉举报呈现十大鲜明特点。 消费投诉总量首次突破2000万件，达2036.6万件，同比增长9.3%。售后服务、质量、食品安全、合同问题位居前列，售后服务投诉连续三年居首；合同问题投诉同比增长40.3%，退款难、霸王条款、履约不到位等问题突出。 日常消费品诉求集中，服务投诉增速领先。2025年，全国市场监管部门受理商品投诉1320万件，同比增长8.1%，占受理投诉总量的64.8%。受理服务投诉716.6万件，同比增长11.7%，占受理投诉总量的35.2%。服务消费领域投诉增长态势明显。 网络消费维权占比过半，全年网购投诉举报1506.7万件，占比56.9%，挽回损失10.7亿元。诉求集中于东部电商发达地区，西部增速加快；售后与质量问题占比超四成，电商大促价格波动、保价难成为新焦点。消费诉求向头部企业集中，前百家企业诉求占比17.7%，综合电商平台、本地生活服务、文教社交、消费电子四类领域诉求占比约九成。 消费者维权意识增强，小额纠纷增多，争议总金额同比下降4.5%。交通工具、装修建材等高价品类维权成本仍高，电信、宠物用品、互联网服务等领域单件争议金额快速上升。 外卖行业投诉举报随竞争波动，全年50.5万件，同比增长14.1%，三季度补贴大战引发投诉激增，服务保障能力未能跟上成为主要问题。充电类诉求大幅增长，共享充电宝、新能源汽车充电桩投诉分别同比增长62.5%、47.8%，计费不透明、退费难、运营失联等问题凸显“充电焦虑”。 首饰消费升温带动投诉增长，全年38万件，同比增长16.4%，黄金、玉石为主要诉求领域，存在纯度不足、一口价不标克重等乱象。智能消费快速兴起，智能设备投诉举报15.2万件，同比增长26.6%，功能宣传与实际体验脱节、软硬件故障、售后体系不完善等问题较为普遍。 市场监管总局表示，将紧盯消费维权热点难点，强化线上线下一体化监管，督促企业落实主体责任，持续优化消费环境，切实守护消费者合法权益。 (新华社)

我国力争到2030年 全国燃料电池汽车保有量达10万辆

记者3月16日获悉，工业和信息化部等三部门日前印发关于开展氢能综合应用试点工作的通知，提出到2030年，城市群氢能多元领域实现规模化应用，终端用氢平均价格降至每千克25元以下，力争在部分优势地区降至每千克15元左右；全国燃料电池汽车保有量较2025年翻一番，力争达到10万辆。推动氢能应用成为新的经济增长点。 工业和信息化部节能与综合利用司负责人介绍，我国氢能产业已实现从“0”到“1”的突破，进入到跨越技术经济拐点、快速规模化发展的关键阶段。同时，氢能应用面临场景少、绿氢缺、价格贵以及储运加注难等问题，商业模式尚未形成，市场需求有待释放，需要国家层面持续发力、重点支持，通过应用牵引，在“用”中发现问题、解决问题。 通知明确，各城市群应优先选择具备条件的燃料电池汽车、绿色氢能、氢能化工原料替代、氢能冶金以及掺氢燃烧等应用场景开展试点，积极探索氢能创新应用场景，形成“1个燃



我国第二艘国产大型邮轮“爱达·花城号”计划于3月20日在上海出坞。根据计划，“爱达·花城号”邮轮将于今年5月底出坞试航，预计年底前正式交付。“爱达·花城号”邮轮总吨位达到14.19万吨，与首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”相比，“爱达·花城号”邮轮在设计建造上进行了诸多改进。 丁汀 摄

春景映华服，汉服消费热何以长红？

从西塘古镇的汉服巡游到上海豫园的汉服旅拍，一袭传统华服成为春日里的亮眼风景。从曹县汉服生产车间的赶工热潮到各大平台的汉服消费激增，汉服消费不再是“小众潮流”，而是呈现出销售、租赁、妆造、生产全链条火爆态势。

汉服消费正火热

春风乍起，垂柳吐芽，正是踏青赏景的好时节，身着汉服打卡春色，成为春日出游新风尚，也为“春日经济”注入满满国风活力。 在浙江嘉善西塘古镇，宽袍大袖、环佩叮当，身着各式汉服的游人穿行在巷月桥影间，与春日江南的古建风光相映成趣。这里已连续举办十三届汉服文化节，累计吸引数百万汉服“同袍”和传统文化爱好者参与。 “在我们很多汉服‘同袍’心中，这早已不是一场简单的活动，而是沉淀为自带仪式感的传统。”汉服爱好者沈先生说。 上海街头，一树白玉兰迎春绽放，不少游客专程提前预约汉服妆造，只为定格与春日玉兰的国风同框。上海豫园一家汉服旅拍店的化妆师直言：“从佳节到春日，数不清一天要做多少套汉服妆造，经常忙得连午饭都来不及。” 千里之外的山东曹县，作为全国汉

服重要产销基地，2025年汉服销售额突破130亿元。当地大集镇、安寨楼镇的汉服产业带带下一派繁忙景象，裁床高速运转，工人们专注熨烫缝制，电脑绣花机在衣料上绣出牡丹、云纹等精致纹样。 “车间里的订单都是已经卖出去的急需货，三五天之内就要发走。”曹县晟名服饰有限公司总经理侯国栋紧盯着生产线进度说道。 数据更直观印证消费热度：2025年全年，淘宝汉服整体成交金额同比增长超25%，商品供给数同比增长超20%，其中，当年第三季度织金汉服成交金额环比增长超150%。 小红书汉服博主“耗鼠鼠”是汉服爱好者，如今穿着汉服已是她的日常。“有时在街上穿着汉服还会被当作‘小众奇观’，如今汉服已成为不同年龄层都愿意尝试的日常服饰。”她感慨道。

多方发力促长红

汉服消费能从小众爱好成长为大众风尚，并非偶然，而是文化自信、产业升级、渠道创新等多方面发力的结果。 ——文化自信驱动审美觉醒。“现在的年轻人，不再盲目追逐外来潮流，而是主动寻找自己的文化根脉。汉服，就是最直观、最便捷的文化身份表达。”民俗学家、华东师范大学教授仲富兰说。 在多家品牌以及相关展览担任汉服

行业顾问的结缘表示，汉服热的深层内核是当代人对东方传统美学的审美觉醒。 “不少尝试过汉服妆造的人们会在网上感叹汉服就是中国人最好的医美。”结缘说，汉服已成为传统文化的重要切入点，近年来绣花、苏绣、蜀绣等非遗技艺也借此从展品礼品回归服饰使用，实现了“始于衣冠，达于博远”。

——产业升级筑牢供应根基。采访中，多名汉服爱好者表示，早年汉服商家寥寥，形制依托影视想象，面料粗糙、价格高昂，如今产业日渐成熟，性价比、舒适度大幅提升。 “五公里以内，从染色、剪裁到成衣，全能搞定。”曹县汉服从业者的一句话，概括了当地汉服产业链的核心优势。大集镇绵延数公里的主干道两旁，布料销售、服装制版、数码印花、绣花加工、快递物流的门店沿街密布。 同时，企业不断提升原创设计能力，推动传统形制与现代审美深度融合。在嘉善天凝镇，明达商贸集团董事长范佩明表示，企业研发的香薰面料可在常规水洗环境下保持香气一年以上，让传统华服更贴合现代生活。 ——多元场景拓展消费空间。汉服

销售不仅是卖服饰，更是“输出”生活方式。西塘旅游休闲度假区管委会副主任汪建明介绍，近年来，西塘将汉服元素与婚庆、研学、茶道等古镇旅游场景深度融合，推出“汉服+旅拍”“汉服+品茗”“汉服+游船”等体验活动，探索汉服实景剧、剧本娱乐大赛、花船巡游等全新玩法，目前已招引培育汉服类商户110余家，2025年实现汉服类营收逾2500万元。 在曹县，汉服的销售网络早已覆盖所有主流电商平台。仅天猫上的汉服活跃店铺就有2500余家，拼多多全国汉服销售前2000家网店中有约1200家来自曹县。直播电商的兴起进一步缩短了供需反馈链条。“直播间里，衣服版型好不好，上身显不显胖，一眼就能看出来，这倒逼我们必须做好品质。”曹县汉服品牌洛如姆负责人姚驰说。

守正提质促发展

汉服产业在快速发展的同时，也存在一些短板，亟需规范与提升。“不少商家重颜值、轻考据，形制混乱、朝代混搭，把影楼装、古装剧戏服当作正统汉服，容易误导公众对传统服饰的认知。”仲富兰说，行业还存在同质化、低价竞争突出等问题。 山东工艺美术学院服装学院院长李杰认为，汉服生产端需依托已形成的产业集群，推动建立从面料、工艺到成品的全流程质量规范，引导企业从“拼价格”转向“拼品质”。“汉服行业不仅要卖汉服、租汉服，更要讲好汉服故事，展示好中华服饰文化历史。” “希望汉服行业能走出风格单一的困境，不再是一个爆款出现后全行业都在跟风生产。”结缘表示，期待越来越多

的汉服商家能为消费者原创开发出更加多元的形制设计，让“产品有趣味、商家有特色”，推动行业走上差异化良性发展道路。 部分受访者提出，要让汉服文化产业发展建立在坚实的学术根基之上。据介绍，服饰研究学者、传统文化专家、非遗传承人等专业人士常年相聚西塘。“耗鼠鼠”期待，专业人士、权威机构能与汉服商家合作交流，让相关研究成果为行业发展提供坚实文化支撑。 “汉服热本质是‘衣冠上国、礼仪之邦’在当代的温柔回归。”仲富兰说，汉服不只是一件衣服，更是一种生活方式、一种文化态度，要守住文化、提升品质，让汉服更好变为长久的中国风尚。 (新华社)