

国家医保局已印发17批医疗服务价格项目立项指南

涉及收费编码609个

国家医疗保障局23日举办医疗服务价格项目立项指南首场解读直播。据国家医保局医疗价格和招标采购司医药价格处负责人蒋炳镇介绍，目前已印发的17批立项指南，合计涉及271个主项目、250个加收项、88个扩展项，共有收费编码609个。

医疗服务价格项目是医疗机构提供诊疗服务的计价单元，即公众所熟知的“诊查费”“护理费”“手术费”，也包括各种检查检验费。国家医保局近期集中公布了一系列立项指南，引起社会各界高度关注。

蒋炳镇表示，长期以来，医疗服务价格实行各省属地管理，由地方医药价格主管部门制定价格项目、确定价格水平，地区之间价格项目的数量、内涵、颗粒度差异都很大，一些地方还按操作流程拆分价格项目，增加医疗机构计费负担，群众也看不懂，且无法兼容新技术。

国家医保局推进深化医疗服务价格改革试点，把统一规范价格项目作为重要改革任务，组织专家团队研究编制立项指南，目前已编制发布17批立项指南，统一指导各地规范价格项目。

据介绍，新出台的立项指南有四个方面的亮点。

一是项目规范，更有兼容性。

整合价格项目的总体思路是，对相同服务产出相关的价格项目进行“合并同类项”。有的是不同步骤的归并，有的是不同术式的合并，还有的是不同流派的规范。

目前已印发的17批立项指南，合计涉及271个主项目、250个加收项、88个扩展项，加起来共有收费编码609个，价格项目的颗粒度明显加大。项目合并的同时，价格也会相应调整，比如新的特级护理、一级护理等项目落地时会适度上调价格，以更好体现技术劳务价值。

二是项目上新，更有前瞻性。在立项指南的编制过程中，国家医保局聚焦群众多样化就医需求，聚焦促进补齐医疗服务短板，聚焦推动相关产业发展，推出一批新的价格项目，支持体现新质生产力的新技术、新项目进入临床应用。

比如，新设“航空医疗转运”价格项目，支持医疗机构为危重症患者提供跨地区紧急医疗服务，为生命架设空中绿色通道；新设质子放疗、重离子放疗、硼-中子俘获治疗等价格项目，这类高端医疗装备进入临床后，可以按新价格项目收费，有利于加速前沿技术的临床转化，为肿瘤患者带来更多新的治疗选择。

三是项目拓展，内容更丰富。

在立项指南编制中，国家医保局不仅考虑对存量项目的整合，也特别关注对增量技术的兼容。

比如，为了支持相对成熟的人工智能辅助技术进入临床应用，又防止额外增加患者负担，国家医保局分析人工智能潜在的应用场景，在放射检查、超声检查、康复类项目中设立“人工智能辅助”扩展项，即同样的价格水平下，医院可以选择培养医务人员进行治疗，也可以选择使用人工智能参与诊疗行为，但现阶段不重复收费。

蒋炳镇还介绍说，对于一些应当纳入服务范围但医疗机构未能做到的，要采取减收政策，这是立项指南兼容新技术、适应新需要的另一种方式。

比如，“手机不能看医院CT就要少收费”的话题近期引起网友高度关注。公众希望CT、核磁等影像能够实现手机电脑可查、跨医院可用，以此减少重复检查、过度检查。国家医保局明确不上传到云端要减收一定费用的政策导向也获得了群众的赞同。

蒋炳镇说，新项目的内涵有所扩展，兼容性更好，为新技术留下了收费接口，也反映出价格政策对新技术在临床价值、服务产出、提质增效等方面的新期待。

四是项目清晰，更具可行性。

立项指南对存量价格项目进行系统性重塑，无论是项目名称、服务产出、价格构成，还是加收项、扩展项都更加准确，边界清晰。国家医保局还提供了映射关系表供地方参考，各地对接落实立项指南后，医疗机构可依据本地区医疗服务价格项目和价格水平，合法合规收费，有利于减少医务人员计费的事务性负担。

蒋炳镇说，“让医院收费更清楚，让患者付费更明白”是编制立项指南的出发点和落脚点。立项指南的出台实施，将对规范诊疗收费行为、优化医疗资源配置、突出技术劳务价值产生深刻影响。

据介绍，下一阶段，国家医保局将继续加快立项指南编制进度，力争到2024年底编制好覆盖大部分学科领域的立项指南，基本完成全国医疗服务价格项目标准化规范化的顶层设计，同时指导各省在2025年第三季度前做好对接落地。

蒋炳镇也表示，立项指南的编制出台标志着规范统一全国医疗服务价格项目进入快车道。国家医保局将持续指导各地试运行2到3年，修订完善后适时推出新版全国医疗服务价格项目规范目录。

（来源：中国新闻网）

第147次中老缅泰湄公河联合巡逻执法行动圆满结束

新华社昆明11月24日电 记者从云南省公安厅新闻办获悉，11月22日15时，第147次中老缅泰湄公河联合巡逻执法行动总结会在云南省公安厅水上巡逻总队召开，标志着此次行动圆满结束。

此次行动于11月19日在中国景哈、老挝孟莫和缅甸万崩同时启动，中老缅泰四国执法部门共派出执法艇5艘、执法人员100余人，四国指挥官分别率代表团在行动指挥所中方53101艇共同指挥行动。行动期间，四国执法部门按照既定计划，在中国景哈至湄公河“金三角”水域开展全线联合巡逻执法、分段水陆巡逻查缉等系列执法活动，共检查商船13艘次、人员47人次、货物1156吨。参与此次行动的四国执法艇及执法队员在完成各项任务后，于11月22日安全返回各国。

为进一步深化执法合作交流，中老缅泰四国执法部门在老挝会晒召开信息交流会，相互通报流域治安形势和打击跨境违法

犯罪情况，共同分析研判流域涉毒、涉诈、偷渡等跨境违法犯罪态势，就加强流域信息互通互享、涉案线索核查、案件联侦联办等合作事宜进行磋商。四方一致表示，将按照前期联合开展的打击整治湄公河流域跨境违法犯罪专项行动的成功经验，继续推进联合打击整治湄公河流域毒品犯罪专项行动向纵深发展，合力打击流域涉毒、涉诈、偷渡等各类违法犯罪，全力维护好流域各国人民合法权益及航道安全稳定。

针对近期湄公河流域治安形势和航道水文变化特征，中方先后组织开展3次夜间水上巡逻执法训练，有效提升队员夜间执法能力。此外，中方还将派出参与此次行动的53105艇与老挝、缅甸执法部门在老挝孟莫、缅甸万崩等水域继续开展为期一周的联合驻训任务，重点围绕联合执法、处突、救援等内容开展实战化联合训练，进一步强化联合执法能力。

全国“巾帼普法乡村行”暨“驻华女外交官下基层看普法”活动在沪举行

新华社北京11月24日电 记者了解到，全国“巾帼普法乡村行”暨“驻华女外交官下基层看普法”活动24日在上海市青浦区练塘镇东厍村举行。近300名中国各界妇女代表及40位外国驻华使领馆女外交官、联合国驻华机构官员等参加活动。

活动现场，通过阿卡贝拉无伴奏合唱《循法而行》、情景剧《燕燕做媒》、歌伴舞《法治之光》、微电影《最美家事“解铃人”》、多媒体展演《反家暴“二人组”在行动》等节目进行普法宣传。“巾帼普法乡村行”东西部协作接力仪式同步启动，助力西部省份农村普法工作提质增效。

活动设置普法集市，巾帼普

法志愿服务队现场为妇女群众提供普法咨询服务。在“守法承诺区”和“法治打卡区”，妇女群众参与法律知识竞猜，体验法治文创书签制作。外宾同中方嘉宾一起观摩普法活动并参观集市，近距离了解中华优秀传统文化法律文化，感受中国法治建设及妇女儿童事业进步。

据悉，“巾帼普法乡村行”活动由全国妇联与中央网信办、司法部、农业农村部联合开展，深化农村地区法治宣传教育，把法律知识和维权服务送到农村妇女和家庭身边。截至目前，基层普法活动已开展169万场次，覆盖42万个村，吸引3269万人次参与。同时，网络普法活动开展60万次。

（来源：新华网）

俄罗斯“进步MS-29”货运飞船与国际空间站对接

俄罗斯国家航天集团23日在其官网发布消息说，俄“进步MS-29”货运飞船当天与国际空间站完成对接。

消息说，莫斯科时间23日17时31分（北京时间22时31分），“进步MS-29”货运飞船与国际空间站俄罗斯舱段“搜索”号小型研究舱完成自动对接。

“进步MS-29”货运飞船莫斯

科时间21日下午搭乘“联盟-2.1a”运载火箭发射升空，随后成功进入预定轨道。

据介绍，“进步MS-29”飞船此次为国际空间站送去2000多公斤货物，其中包括1155公斤设备和仪器、衣物、食品等，869公斤空间站所需燃料，420公斤饮用水和43公斤氮气。

（来源：新华网）

“首店经济”激活中国消费市场“一潭春水”

广阔的市场和多样化的消费需求，吸引全球众多品牌在中国“安营扎寨”。新场景、新业态积攒出惊人的“首店经济”能量，成为挖掘消费潜力、激发市场活力的重要创新手段。

“首店经济”中的“首店”，指的是在行业里有代表性的品牌或新的潮牌在某个地区首次开设门店，例如全球首店、中国首店、区域首店、行业首店等，或是已入驻的品牌设立创新模式的概念店等。

憨态可掬的熊猫造型、遍布全店的竹子色彩，在北京市海淀区眉州东坡开设的全国首家熊猫主题餐厅里，充满“熊猫”元素的店铺设计让人眼前一亮。该店还推出了熊猫主题的特色菜品。

眉州东坡熊猫主题餐厅负责人邹慧敏说：“我们门店是眉州东坡在全国第一家熊猫主题餐厅，围

绕熊猫主题已经策划组织了熊猫面人制作、熊猫玩偶陪伴等活动，很受家庭群体的欢迎，周末每天的客流量接近千人。”

近年来，“首店经济”逐渐进入大众视野，中国各地推动首店发展的政策也陆续出台。今年1月，重庆发布政策鼓励发展“首店首发”经济、着力培育“必购必带”品牌；3月，北京发布商业品牌首店首发项目申报指南，对符合条件的首店给予资金支持，其中亚洲首店最高给予500万元支持；5月，上海出台《关于进一步促进上海市首发经济高质量发展的若干措施》。

在政策支持下，“首店经济”进入快速发展期。上海、北京、广州、深圳等城市首店开设数量不断提升，品牌的集聚效应和影响力显著增强。

今年1月至7月，上海新增

770家首店；在北京，今年前三季度，全市新开设717家品牌首店，涵盖零售、餐饮、休闲娱乐等多个领域；广州前8个月引入品牌首店205家。

专注于汽车模型玩具的拓意品牌，8月将全国首家线下门店落户北京，满墙的汽车模型里，不但有超火的限量款产品，还有经典的老款车型，为“小车爱好者”带来沉浸式体验。“来店里购买产品的多以车迷群体为主，很多限量产品都供不应求。”该店一名工作人员说。

如今，中国“首店经济”已形成从点到面的涟漪效应，满足消费者多样化需求，激发新的消费潜力，成为拉动消费的新动能。

今年8月，以“Hello Kitty”闻名的三丽鸥品牌北京首店开业，开业当天店内首发的“海岛度假”系列产品就被抢购一空；北京的

THE BOX A馆引进首店超40家，自2023年5月试运营起，已售卖近450万件商品，达成消费金额5亿元，客流量超1500万人次；上海百联ZX创趣场，40多个品牌中有首店，旗舰店近30家，开业18个月累计客流量超1500万人次，累计销售额5亿元……

中国国家统计局数据显示，今年1月至10月，中国社会消费品零售总额同比增长3.5%。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示，首店可以促进消费复苏增长、拉动内需、满足消费者多样化需求。“在首店首发经济的带动下，城市和区域的营商环境、经济发展水平和商贸活力不断优化；反过来，具有创新性和引领性的店铺也会得到更多城市的青睐，形成良性的双向互动。”

（来源：新华网）

