

北京创新完善养老服务模式试点

探索破解居家养老难题

新华社北京10月10日电(记者邵思聪)北京创新完善养老服务模式试点10日正式启动。针对大城市居家养老痛点难点,此次试点提出依托养老管家链接整合老年人周边各类服务主体、服务资源,为老年人提供质优价廉、可持续可信赖的居家照护服务综合解决方案。

据了解,截至2021年底,北京全市共有常住老年人口441.6万人,占全市常住人口的20.2%,全市备案运营养老机构(含养老照料中心)共收住老年人4.34万人,绝大多数老年人仍选择居家养老作为主要养老方式。

北京市民政局养老工作处处长郭汉桥表示,创新完善养老服务模式是以居家老年人服务需求为导向,特别是聚焦重度失能失智老年人专业化照护护理刚性需求,做到全要素供给、全天候响应、全方位服务、全链条管理,构建老百姓买得起、买得到、信得过的居家养老照护服务体系。他介绍,全要素供给是针对老年人家庭养老刚性需求,提供

质量优于现有解决方案、价格低于现有解决方案、可持续可信赖的居家照护服务综合解决方案,覆盖“床、护、助、餐、医、康”的一体化、全要素、普惠型的市场供给和保障体系。全天候响应是指无论刮风下雨,无论冬冷夏炎,只要签约居家老年人通过一键呼系统提出服务需求,市场主体都能够做到随时响应,24小时有求必应。

据介绍,全方位服务是依托养老服务需求注册系统、居家服务站和养老管家,链接整合老年人周边各类服务主体、服务资源,可有效满足老年人各类个性化、多样化、差异化的服务需求。全链条管理是构建项目部负总责、居家服务站具体操作、养老管家执行落实的服务质量监管体系,从需求注册、上门服务、过程管理、服务评价、异议处理、保险支持、绩效考核等方面,全面实施标准化、规范化、全流程、全链条管理,保障居家养老服务供给的闭环管理、无缝衔接、全程可追溯。

汽油、柴油价格不调整

新华社北京10月10日电(记者安蓓)国家发展改革委10日称,因国际市场油价震荡运行,按现行国内成品油价格机制测算,本次国内汽油、柴油价格不作调整。

国家发展改革委有关负责人说,自2022年9月21日国内成品油价格调整以来,国际市场油价震荡运行,按现行国内成品油价格机制测算,10月10日前10个工作日平均价格与9月21日前10个工作日平均价格相比,调价金额每吨不足50元。根据《石油价格管理办法》第七条规定,本次汽油、柴油价格不作调整,未调金额纳入下次调价时累加或冲抵。

这位负责人表示,中石油、中石化、中海油三大公司及其他原油加工企业要组织好成品油生产和调运,确保市场稳定供应,严格执行国家价格政策。各地相关部门要加大市场监督管理力度,严厉查处不执行国家价格政策的行为,维护正常市场秩序。消费者可通过12315平台举报价格违法行为。

本轮成品油调价周期内,国际油价先降后升。国家发展改革委价格监测中心预计,近期国际油价波动加剧,小幅上升的可能性较大。

研究发现:浆水益生菌有助于缓解高尿酸血症

新华社兰州10月10日电(记者张文静)兰州大学生命科学学院环境微生物课题组的一项最新研究成果表明,浆水益生菌有望成为高尿酸血症的辅助治疗方法。该课题组以发酵乳酸杆菌GR-3为主制作了浆水酸奶,并首次应用浆水酸奶进行高尿酸人体实验,得出了上述结论。

课题组负责人李祥锴教授介绍,尿酸是人类嘌呤化合物的终末代谢产物。嘌呤代谢紊乱导致高尿酸血症。而高尿酸血症是痛风发生最重要的生化基础。相关调查显示,我国高尿酸血症患者超1亿人。“浆水由芹菜和卷心菜等蔬菜发酵而成,是西北特色美食。我们调查发现,痛风频率与浆水食用次数相关,并通过研究成功在浆水中分离出发酵乳酸杆菌,证实该菌株可以在实验室环境下降低小鼠体内的尿酸含量,但对其在人体中的有效性和作用机制,未充分研究。因此我们在去年研究的基础上又进行了高尿酸人体实验,以探索浆水益生菌在降低人体尿酸水平方面的潜力。”

李祥锴表示,益生菌已被证实对代谢综合征具有有良好的治疗效果。课题组利用浆水中可降解尿酸的益生菌作为膳食补充剂,与肠道菌群相互作用来治疗高尿酸血症。由于浆水中微生物较多,发酵乳酸杆菌含量并不高。为了保证发酵乳酸杆菌的数量与活性,课题组以发酵乳酸杆菌GR-3为主制作了浆水酸奶,并首次应用浆水酸奶进行高尿酸人体实验。他们对120名高尿酸志愿者开展了为期2个月的随机双盲对照实验。

研究结果显示,通过浆水酸奶干预后,高尿酸志愿者血液尿酸下降26.21%,同时其尿液尿酸和粪便尿酸排出分别增加了13.67%和7.45%。李祥锴认为,浆水益生菌有望成为治疗高尿酸血症的辅助治疗方法。

相关研究成果日前发表于《交叉科学》(iScience)等国际学术期刊。

多地景区免门票政策观察

新华社“新华视点”记者蔡馨逸、赵雪彤、王凯

国庆节期间,福建武夷山景区游人如织。“在网上做攻略时发现武夷山主景区免门票,立马订了机票。”来自辽宁的陈女士说。

今年以来,福建武夷山、山东崂山、陕西华山、湖南张家界大峡谷和七星山等景区纷纷出台免门票政策,推动旅游市场复苏,提振市场信心和活力。这些探索为旅游业打破“门票经济”、提升旅游产品供给质量提供了思路。

►资料图



多地推出免门票政策吸引大量客流

自6月18日免门票政策实施以来,截至9月30日,武夷山主景区已接待游客118.26万人次,较2021年同比增长109.38%。在免门票政策带动下,国庆长假期间,武夷山市旅游市场强劲复苏,累计接待游客23.22万人次,同比增长209.6%;累计实现旅游收入3.02亿元,同比增长265.45%。

自今年6月1日至今年12月31日,崂山风景区面向游客实行免景区门票政策。免门票政策实施以来,景区预约火爆,节假日期间更是“一票难求”。“这次我们选择了崂山南线游,如果没有免门票政策,南线门票加观光车票每人要130元。这次,我们一家四口一共才花了80元的观光车费,省了好几百元。”国庆期间从济南来崂山旅游的刘女士说。

华山景区有关负责人表示,景区决定在严格执行常态化疫情防控措施的前提下,于6月1日至6月30日面向全国游客免门票。政策实施后,客流迅速回升。景区进一步将政策延长至7月底,同时将每日最大接待量增加至2万人次,步行登山限流调整为6000人次。

免门票的两个月,华山景区接待游客量57.53万人次,占今年前七个月游客接待量的83%;旅游直接收入约2.1亿元,占今年前七个月景区旅游直接收入的85%。

统筹疫情防控与旅游服务,积极推出促消费活动

面对迅速增长的客流,各地景区积极统筹疫情防控与旅游服务,为游客创造安心与舒心的环境。

国庆长假期间,武夷山市多部门联动,守牢远程订票、交通卡口、景区入口、住宿“四关”,保障人员流动安全有序。在高速公路出口、火车站、机场、长途汽车站及高速公路服务区设立了13个便民服务免费核酸采样点,对外省入(返)武夷山车辆和人员积极引导实施“落地检”。在景区入口,7台智能闸机帮助验证游客健康码,把住游客进入景区的“入园关”。

客流量随时掌控、无接触刷脸入园、大数据实时分析、景区WIFI全覆盖……在崂山风景区,科技的力量让游客畅通无阻。景区借助天网及景区监控系统全面掌握交通状况,科学研判车流客流,统筹调度处置,并主动联合街道派出所、交警、蓝天救援队及周边社区有效维护秩序。崂山风景区管理局有关负责人表示,崂山风景区的官方微博联合当地媒体微博和新媒体发布平台,实时发布景区预约情况和当前游客量,让游客第一时间掌握景区有关信息,合理安排游览计划。

在实施免门票政策的同时,一些景区还积极推出文旅促消费活动,引领消费热潮。

华山景区联合互联网平台举办了“人在华中游”云端推介会,发放总价值2.67亿元的消费券,消费券类型涵盖酒店住宿、导游讲解、餐饮购物等多项服务,提高游客消费转化率。

在崂山风景区,自6月1日至9月30日旺季期间,游客只需扫描二维码,就可领取两张总价值300元的消费券,在景区内餐饮、住宿等会员单位购物消费可获得相应抵扣。崂山吾舍民宿负责人武鑫说:“游客出示景区发的惠民消费券来消费,满200元减100元,满400元减200元,非常划算。发放惠民消费券,不仅让游客省钱了,我们经营户也受益,接待客流量有显著增长,拉动了消费。”

加速旅游业高质量转型升级

“多家景区免门票的尝试,为我国传统景区探索旅游业态和经营模式转型升级、摆脱‘门票依赖’提供了具体案例。”陕西省社会科学院文化旅游研究中心主任张燕说。

在多位景区负责人和文旅行业从业者看来,景区是否应该实施、如何实施免门票政策,需要经过全面分析和研判。武夷山市文化体育和旅游局局长王晓军表示,武夷山市正在着手研判免门票政策对景区自身运营和周边县市经济社会发展的影响,研究进一步优化免门票政策、调整景区发展思路,从而实现社会效益与经济效益的协同发展。

免门票政策的成本如何消化?能否丰富旅游产品提高游客二次消费欲望?……这些问题成为判断政策实效的关键。

一些景区已经在积极探索。例如,为催生新业态、延伸产业链,华山景区推出数字藏品、文创产品、休闲旅游项目,提升旅游体验感,让游客在山巅之上“变装”大侠、喝华山咖啡、吃文创雪糕;并以华山为核心,辐射周边打造康养中心、冰雪世界、潼关古城等多个重点项目,推进旅游与养生、体育、文化等产业深度融合。

此外,多位受访者提出,景区门票政策应公开透明,坚守诚信,防止免门票沦为消费套路。有游客反映,有景区在免门票的同时悄然将旅游车上调,还有部分景区在免除景区门票后设立“二道门”“园中园”等收费项目,引发游客不满。

福州大学经济与管理学院副教授杨宏云分析表示,旅游业往往承担着拉动地方经济发展和塑造地方品牌影响力的作用。让旅游业产生更大的经济效益,需要从整个产业体系中去进一步挖掘潜在价值。“未来旅游业要与农业、工业、餐饮业等行业实现深度融合,实现绿色、可持续的高质量发展。”

新华社北京10月10日电