

让“云医院”更好地造福甬城市民

黄明朗

手机挂号、线上结账、5G查房、“云医院”看病……据报道，宁波迈入日新月异智慧医疗时代，“云医院”上线五年余，许多患者“坐享”就诊配药便利，尤其在新冠肺炎疫情防控期间，它成为很多市民就医的第一选择，上半年“云医院”在线诊疗11万人次，同比增长55%。

“云医院”是新生事物，在取得亮眼成绩的同时，不可避免地存在这样那样的问题，比如行业人才短缺、技术不够成熟、相关法律法规不够完善等，需要不断改进，努力打造群众满意的“云医院”，以满足人们的医疗服务需求。

打破神秘感，提高知名度。“云医院”是宁波创造的又一个全国第一。2014年，宁波率先推动、实践“云医院”，2017年，该项目荣获全球信息化领域最高奖项——“信息社会世界峰会奖”电子卫生类别大奖，成为中国唯一。但坦率地说，很多人对这类“颠覆传统医疗”的“云”还比较陌生，没有在这里的实际求医体验，尚处在“听说过”阶段，或者知其然而不知其

所以然。

要想患者光顾“云医院”，就得揭开它的神秘面纱，不能让它“养在深闺人未识”。为此，除了需要媒体广泛宣传，政府卫生部门、各大医院、社区卫生中心等医疗机构更是责无旁贷，应通过普及相关知识，将专业性的医学术语变为通俗易懂的口语，向市民宣讲推介，使之家喻户晓、人人明白。比如，有关人士把“云医院”的功能形象地概括为：足不出户看中医，不出社区看名医，医生网上做随访，公共卫生云路径，我的健康管理。这五句话，通俗易懂，很接地气。此外，还可以利用各种机会和方式，让市民观摩、体验远程门诊、线上续方、在线支付、云药房取药、云检验等医疗服务过程，以达到更好宣传效果。

增强安全感，提高认知度。医疗服务是人命关天的大事，开错方、打错针、吃错药，就可能造成无法挽回的损失。近年来，“云医院”进入快速发展阶段，家里看诊、“滴滴打针”、快速药品等新鲜事物层出不穷。但由于其处在“云端”，患者和医生之间“隔着”一段距离，因此在改变人们就诊习惯

的同时，安全性也是社会各界关注的焦点。

为加强对“云医院”医疗业务的安全管理，宁波采取了一系列措施，比如，在建设和运营上坚持政府主导，保证“云医院”的公益性，保证其符合国家政策、医改方向和群众利益。再比如，对“云医院”在线业务实行准入管理，进行安全评估，达不到的暂缓上线。还比如，对在线医生的服务费用按资质定价，并根据患者的评分动态调整，若患者满意度下降到一定水平，在线医生将自动退出，等等。

特别值得一提的是，为使宁波“云医院”严格按照制度、规范运营，受国家卫健委委托，宁波成为“云医院”行业标准制定者，目前已完成一些草案成果，对云诊疗的流程规范、风险责任、病人隐私保护等核心业务的标准作出详尽规定，这将进一步促进宁波“云医院”发展。

增强获得感，提高美誉度。医疗服务的创新，说到底是要优化诊疗效果。患者期待诊疗服务方便快捷，但更期待改进服务质量。患者是“云医院”的“第一体验者”，最有发言权，如果云诊疗带给患者舒适的感觉，有利于其疾病治疗，他们就会当

起免费宣传员，通过口碑相传帮助“云医院”逐步创建美誉度。

如果说知名度是让更多人知道“云医院”，美誉度则是让更多人喜欢“云医院”。美誉度是发自人们内心的对某一事物真实客观印象和评价，是经过时间和实践检验的结论。造就美誉度绝非一朝一夕之功，每个在线医护人员不仅需要端正做人、行医态度，而且需要提高做人、行医的水准。如果依靠玩概念、搞噱头忽悠患者，或可名噪一时，但绝对做不大、走不远；医术不高，甚至滥竽充数，也只能让患者得到消极、负面体验，败坏“云医院”声誉，直至难以为继。

“医者仁心”“大医精诚”。每位加盟“云医院”的医生、护士必须牢记神圣职责，尊重生命，善待患者，珍惜每一次云诊疗机会，并在实践中总结经验、探索规律，使自己成为医德双馨的形象代言人，使“云医院”发展不断迈上新台阶。

明州论坛
首届浙江省新闻名专栏

不是每个人都能靠颜值维权

朱晨凯

9月8日，宁波租住公寓房的小张洗完澡后，浴室玻璃门突然自爆，双手被割伤，花了8000多元医药费，目前正在和物业协商解决方案。浙江电视台“1818黄金眼”对此做了报道。9月22日，“小张被浴室钢化玻璃门割伤手”冲上微博热搜第一，微博话题阅读量高达10亿次。

小张为啥会红，最直接的原因是其颜值：小张是个帅哥，评论区点赞破万的，都是“还好没伤到脸”“小张这么帅怎么可以受伤”等。“帅哥遇霉事”，让维权新闻产生了一定“趣味”，让更多人有了表达态度的冲动，加速了事主走红，“维权新闻”成了“娱乐新闻”。

一句“小张真的帅！”被网友点赞近20万次，一句“都是公寓物业的错，点开视频看了一眼小张我就决定了”被点赞近16

万次……类似的还有之前一些新闻：“最美女逃犯”，明明是一个诈骗犯，却被无聊之人冠以“最美”之名；一个电动自行车小偷，被调侃成“窃·格瓦拉”也就罢了，出狱之后竟然真的有演艺公司与他签署主播合同。就小张这件事而言，不少网友“看脸”就下定论的态度，无助于讨论清楚事情的是非曲直，引起公众对钢化玻璃门安全性的重视。

热搜榜单每天在变化，小张的事早晚会上榜，而维权的事天天在发生，“帅哥小张”不常有，同遭遇者却常有。小张成了网红，或许能不能得到赔偿对他来说不重要了。但反过来想想，若小张相貌平平，没登上微博热搜，没有获得媒体关注，其维权之路如何呢？能否获得声援？

现实中，这样的维权纠纷每每在发生，陷入踢皮球式推诿的消费者不在少数。让每一位消费者不靠颜值、不靠关注就能走通维权之路，才是我们应追求的。

“形式主义留痕”是“官僚主义考核”惹的祸

徐根凯

9月18日，时评版刊发《让“痕迹管理”回归本真》一文，读后颇有感触。

近年来，“痕迹管理”在基层被广泛应用，这本是一种管理改革，是督查考核基层工作的重要手段，但用着用着就变了味、走了样，背离了初衷，甚至出现了导向错误。

一些地方基层干部反映，每到年终，各种检查考核接踵而至且名目繁多，因无暇顾及，只能留下各种“痕迹”，疲于应付。有的为了体现工作成绩，将各种有用没用的

材料统统放进档案盒，一个文件或一次检查下来，可能装档就是十几盒，资源浪费严重；有的基层干部将大量时间精力用在迎接考核检查上，根本没空帮群众解决实际困难；更让基层干部头疼的是，有时多个部门的检查考核同时下来，个人分身乏术、疲于奔命，只好加班加点补材料……以名目繁多的“痕迹”作为检验标准，落入形式主义窠臼，不但不能推动工作落实，反而助长弄虚作假之风。

在一些地方，“痕迹管理”甚至变异成部分基层干部应付交差和炫耀表功的手段。有的能力不强摆拍却在行，水平不高作秀却有招，

投机取巧搞材料美化、晒纸上政绩，以求“邀功请赏”；有的为了应付检查考核，不惜欺上瞒下、无中生有，伪造材料……直言不讳地说，“形式主义留痕”都是“官僚主义考核”给逼出来的。填不完的报表、写不完的材料，以及各种突如其来的台账，占据了基层干部大量时间。这样的“留痕”，贻害甚大。

走样的“痕迹管理”，问题在下面，根子还是在上面。纠正这一乱象，不能搞“上面生病、基层吃药”，而要向上聚焦、找病根。各级各部门应落实好主体责任，主动出击、积极作为，以实实在在的行

动释放信号、引领新风，有针对性地整治形式主义、官僚主义，对材料多、报表多、签到多、图片多、考核虚等基层“十多一虚”问题集中“亮剑”。

走出“痕迹管理”的误区，应狠抓作风建设，真正把督查检查落到实处，而不是只停留在表面。督查检查要有灵活性，尽量多到实地现场检查，增强督查检查的随机性，进一步树立重实干重实绩的鲜明导向。同时，强化担当作为，党员干部不能利用“痕迹管理”把责任下压、甩锅，而应本着为事业担当、为百姓尽责的原则，求真务实。



六大产业亮相 15项产品惠民 宁波文旅集团邀你“一展游宁波”

景区门票“买一送一”、精品民宿酒店集体亮相，跟着“宁波文旅卡”走天下……

2020海丝之路(中国·宁波)文化和旅游博览会将于9月25日至27日举行。在位于宁波国际会展中心的文旅融合核心展区，宁波文旅集团旗下六大产业全体亮相，现场带来的文旅项目展示与特色产品优惠展销，绝对不容错过。

打造创意空间，15项产品大促销

宁波文旅集团的展位位于宁波国际会展中心1号馆的文旅融合主题馆，面积近100平方米。宁波文旅集团在这次展会上处处透露出朝气与创意，在展位设计上别出心裁，打造了一个文旅高度融合的创意空间，为观众带来全新的参展体验。

这是一个融文创、书籍、艺术、轻食为一体的交互空间，180个种类1000余本图书让人们的身心在这里找到栖息的港湾。35种100余项文创产品把宁波特色浓缩在物品里，透露出“书藏古今、港通天下”的气魄与灵秀。展区还提供咖啡与甜品，逛累了、看乏了，在舒适的茶歇空间稍作休憩；想提振一下精神，还可以加入线上线下互动的小游戏……

逛宁波文旅集团的展位，还会令人惊喜连连。在本次海丝之路文旅博览会上，宁波文旅集团精选了15项文旅产品进行优惠展销，包括文旅卡、优惠线路、精品项目和酒

店民宿等。

梁皇山景区门票“买一送一”，“三张卡”——文旅生活卡、文旅休闲卡、文旅转转卡首次集体亮相，让你旅行更方便更实惠；“乡叙”系列精品民宿、南塘阅居、汉雅品牌酒店，以惠民价格与市民见面。

值得一提的是，宁波文旅集团文旅卡自去年发行以来，深受市民和游客欢迎。文旅生活卡由“文旅板块”和“生活板块”两大部分组成，整合了宁波、台州、温州、绍兴、衢州、舟山、苏州、黔西南八地49家景区资源，单次门票价格超过2300元。持卡人一次支付399元，就可“全年无限次畅游”，还可享受相关商户免费体验等服务。目前，文旅卡已成系列，包括399元的文旅生活卡、199元的文旅休闲卡和99元的文旅转转卡。企业和单位还可以根据自身所需定制文旅卡。

此外，在这次海丝之路文旅博览会上，宁波文旅集团还将“人人共享旅游资源”进行到底。特别推出5条精品“纯玩”旅游线路，包括68元游宁波、98元宁海梁皇山和东部新城水上游、198元绍兴二日游、238元苏州二日游。“三江游船”成人票原价每位158元，展会期间每位只需49.8元。汉雅8号大船包船价下降了近7000元。

展示国企担当，六大产业齐亮相

在这次海丝之路文旅博览会

上，宁波文旅集团将领衔承办文旅融合发展高峰论坛——月湖论道和“文化金融走一线活动月”启动仪式。

其中，在宁波国际会展中心3号馆的文化金融展区，集团旗下的宁波市文化金融服务中心有限公司设展，并将在9月25日下午举办“文化金融走一线活动月”启动仪式。本次活动由宁波市文化金融服务中心有限公司、人民银行宁波市中心支行以及在甬商业银行、保险机构、保证机构、甬股交等金融机构联合开展，将邀请各区县（市）金融机构及企业代表参加。

2020年是宁波文旅集团改组成立元年，集团以文旅深度融合为方向，项目投资、产业运营和资本运作三位一体，已涉足文化投资、文化金融资本、教育和文化娱乐、会展旅业、交通产业运营、酒店物业等六大产业。面对疫情挑战，宁波文旅集团全力履行国企担当，深入研判市场变化，创新开展文化金融、项目开发、票务销售、差旅管家、疗养、文旅生活卡等重点业务。上半年，在市国资委公布的经济运行情况主要指标排名中，集团资产总额增长率、营收增长率名列第一。

宁波市文化金融服务中心有限公司成功组建，产业基金全面布局。公司充分发挥政府、国资平台、金融机构与文旅企业之间的桥梁作用，进一步激活宁波文旅金融



新推出的东部新城水上游项目受到市民欢迎。

产业发展潜力，为宁波成功创建国家文化与金融合作示范区提供了动力。同时，宁波文旅集团还与中信文化资本共同发起设立宁波文旅产业基金。基金总规模达20亿元，一期募集资金10.05亿元，重点关注文化旅游、教育科技、影视娱乐等领域，极大提升了宁波文旅产业在全国的影响力和辐射力。

此外，集团旗下的会展旅业公司围绕差旅管家、会展会奖、研学

教育、旅行服务等领域，积极提升传统产业链，深入挖掘细分领域业务价值，积极构建会展旅业集团。

“文旅深度融合”是本次海丝之路文旅博览会的主题，也是宁波文旅集团一直追求的目标。宁波文旅集团秉持“开门办文旅”的发展理念，发扬“不忘初心，我们正年轻”“青春是用来奋斗的”企业精神 and “情、善、和”企业文化，全面实施“市县两级资源一体化、优

质资产证券化、重大项目招商建设平台化、集团产业全链条化”四大战略，“强运营、重效益、资本化、补短板”，努力培育为国内一流国有上市企业和优质百亿国有领军企业，争当“文化宁波2020”建设、全域旅游、体育和教育产业发展的引领者、示范者和创新者。

文/图 张正伟 徐晓琼