

[紧接 P1]

以“次”为基础计价单位,超出基础部分按毛囊单位计价,既考虑了合理计价的工作需要,也体现医务人员的劳务付出。

此外,鉴于美容技术和仪器设备更新迭代快,为支持医疗机构获得增量发展,更好满足消费者个性化需求,立项指南明确规定,有条件的医疗机构可自行设立加收项、扩展项,并报当地医保部门备案。

为精细缝合减疤 统一新增价格项目

外科手术后,伤口愈合留下的蜈蚣样瘢痕常常给不少患者带来困扰,如剖宫产后大部分宝妈不希望在腹部留下瘢痕,为去除瘢痕,宝妈们往往需要在有效的期限内通过涂抹药物、压力疗法、激光治疗抑制或缓解瘢痕增生,甚至需要手术切除瘢痕,治疗周期长,治疗效果可能也无法得到很好保障。

临床专家反映,一些更精细的手术操作可以更大程度地减少瘢痕形成,比如“减张缝合”通过分散切口张力,降低皮肤牵拉裂开风险,为平整愈合创造稳定环境;再比如“改型技术”通过重新设计切口,改变张力分布方向,改善外观形态,减少瘢痕增生可能性。

为此,立项指南统一新增“减张美容缝合”和“切口美容改型”两个价格项目,鼓励医疗机构和医务人员在患者同意的情况下,通过减张缝合和切口改型等技术从源头上减少瘢痕形成。价格项目落地后,患者可以自愿选择减张美容缝合或改形技术进行缝合,有条件的医疗机构均可根据患者需求提供服务,在核心术式之外就“缝合”进行单独收费,既能客观体现技术劳务价值,也能为医疗机构带来增量性收入,推动医疗服务整体提升。

再次手术加收政策 充分体现技术价值和劳务付出

与大部分治疗项目不同,美容整形领域中一些医疗机构良莠不齐,比较容易造成患者术后效果不理想、器官不对称等问题,甚至影响正常功能。在此情况下,再次手术成为恢复功能、重塑美丽的关键举措,再次手术对医务人员技术要求更高,与首次整形“平地建楼”不同,再次手术更多时候是“废墟重建”,需要进行拆除原有置入物、修复损伤结构、恢复生理功能、松解粘连瘢痕等一系列精细化操作,需要投入成倍的时间精力。

美容整形类立项指南为充分体现技术价值和劳务付出,探索从小切口起步,针对隆鼻、去眼袋、双眼皮、开眼角等再次手术难度显著提升的价格项目,设立“再次手术”加收项,其他价格项目是否加收由医疗机构自主把握。

此外,根据大众对审美的多样化需求,立项指南还明确了除皱费、发际调整费、睫毛移植费、酒窝整形费、耳屏整形费、鼻尖整形费、颈部整形费、腋臭切除费、隆乳费等项目,适应美容整形临床收费需要,满足大众对“美”的不同喜好,让更多人大大方方美起来。

聚焦审美升级,助力悦己经济,国家医保局首次对实行市场调节价的美容整形类价格项目进行统一规范,主要目的是通过价格项目规范引领美容整形服务规范,促进相关药品耗材的创新研发和市场转化,为美容整形行业健康发展营造更有活力、更加规范的市场环境,为医疗机构和相关企业带来增量发展。下一步,国家医保局将指导各地加快对接落实立项指南,有条件的公立医疗机构应按照公平合理、诚实信用、质价均等的原则自主合理制定美容整形类价格,并主动向社会公开公示,也可参照立项指南,自行设立其他美容整形类价格项目,引领非公立医疗机构规范服务和收费行为,推动美容整形事业和相关产业发展迈上新台阶。

全兴大曲·樽系列:重构次高端宴席价值坐标

■ 周丽梅

过去一周,全兴酒业以“全速向兴”战略为号角,在甘肃白银、河南濮阳、山东聊城三地掀起宴席市场风暴。

6月16日,全兴酒业“全速向兴”2025年度宴席推广活动在山东聊城举办。四川全兴酒业副总经理方焰、四川全兴酒销售有限公司总经理王凌敏出席现场活动。

活动现场品鉴了升级后的全兴大曲樽系列,其品质和外观都受到与会嘉宾称赞,作为全兴酒业突围宴席市场的核心产品,樽系列始终围绕“祝兴”功能构建价值体系。

产品力突围 铸就次高端“祝兴”美酒

“全兴将坚定不移推动品牌向高向上发展,将历史和故事向市场传达,向消费者解读,用一城之兴带动整个区域的品牌消费氛围和体验。”四川全兴酒销售有限公司总经理王凌敏在致辞中指出。

四川全兴酒业有限公司副总经理方焰现场解读了“十五五”期间全兴母品牌结构及产品序列,“国兴”“全兴和润”“全兴大曲”3大子品牌及产品矩阵将为全兴的“兴盛”探索增长源泉。

全兴是白酒中为数不多三次被评选为“中国名酒”的品牌,更位居中国“八大名



酒”之列。作为全兴大曲的大单品,全兴大曲樽系列承载了名酒品牌的基因与荣耀,这也让樽系列在众多的次高端产品中有了稀缺的名酒优势。

除了品牌力之外,焕新而来的全兴大曲樽系列在包装、品质、定价等方面深度契合消费场景,极具市场竞争力。

从包装来看,升级后的樽系列外观更显尊贵大气,其金属饕餮纹亚克力礼盒与敦重的方瓶设计,不仅颜值出众,更将五朝礼器美学融入其中,自带文化属性。

从品质来看,樽系列在“传世水谱、秘制双曲、超长发酵、降度储存”四大工艺基础上进一步升级基酒品质,独家研发的和润酒体,口感绵柔醇厚,满足消费者对品质白酒的追求,让“和润”风格更典型,在宴席市场形成鲜明的区隔。

而极具竞争力的定价策略,酒水堪比名酒600元以上的酒体成本,叠加中国名酒的老品牌优势,更是让其在同等品质产品中脱颖而出,性价比优势显著。

作为宴会“祝兴”时刻的情感载体,樽系列精准满足“名酒品牌、高档外观、高性价比、高适口度”的核心诉求。上市以来,全兴大曲樽系列在多地市场销量实现开拓和增长,尤其是在宴席市场中的上桌率不断提高,受到80、90后年轻消费者的青睐,已然成为经销商的“盈利利器”。

市场力深耕

精准卡位宴席消费新生态

从甘肃白银到河南濮阳,再到山东聊城,全兴一周三场“宴兴”的凌厉攻势,释放出全兴深耕下沉市场的强烈信号。

剖析17城名单不难发现,今年兴宴举办的城市基本未选择省会城市,而是更加下沉到重要的地级市。这清晰印证了全兴向核心市场稳健深耕的步伐。

当下,白酒的下沉市场战早已蔓延至库存之外的广阔天地。下沉市场的精准卡位,已然从过去单一的渠道铺货模式,进阶为一场价值传递的深度较量,这无疑对酒企在品质文化渗透、消费体验塑造以及情感粘性构建等多维度的综合能力提出了更高考验。

面对这一挑战,全兴酒业给出的答案是,强化、稳定、扩张,拟通过“样板市场兴计划”的灵活政策释放和资源聚焦投入,快速建立市场终端商家信心,聚焦资源、聚焦场景和聚焦核心产品,将市场政策和资源向宴席市场

集中,深度绑定核心消费场景,以更快的步伐、更高的效率和更大的决心来实现宴席拦截。

文化力升维

从“祝兴”场景到价值共鸣

在产品力与渠道力之外,全兴正以“祝兴”文化构建品牌护城河,持续形成消费市场口碑,赋能全兴品牌深耕C端培育。

今年,全兴“祝兴”场景将关联体育赛事场景,进一步强化品牌与消费者生活中重要时刻的关联。下半年,全兴将携手三位足球名宿启动老甲A联赛暨2025传承足球明星联赛,用足球豪情激活品牌专属“祝兴”功能和场景,唤醒大众消费者对全兴足球时期的热血回忆,重塑650年名酒历史的品牌荣光。

不论是地市级为支点构建体验网络,还是用“祝兴”文化打通历史与当下的情感脉络,全兴用更具文化厚度与市场锐度的组合拳,占领C端心智,构建品牌护城河,更为自身开辟名酒复兴的新航道。

“品全兴,万事兴”,全兴正将这句口号,酿成中国人生活仪式中的情感刚需。全兴正以文化厚度筑基、以市场锐度开路,以黑马之姿驰骋宴席蓝海。“中国人的祝兴酒”,无疑也超越了一杯物质性的白酒需求。

在这场名酒复兴的征程中,全兴邀您共赴这场跨越时空的“兴”时代盛宴。

大湾区首个“家到家”跨境医疗服务上线 平安健康险助力健康湾区建设

6月17日,平安健康保险股份有限公司(以下简称“平安健康险”)与优家健康(国际)有限公司(以下简称“优家健康”)在香港科学园举办大湾区健康服务产品合作发布会,推出行业首个一站式跨境医疗服务产品—“健康医+1,湾区家到家”。该产品将整合内地与香港优质医疗资源,为客户提供门诊协助、专家会诊、极速陪诊、到院交通协助、住院协助等全方位就医服务,让客户可以从家出发到医院,再从医院安心回家,无缝衔接,为大湾区医疗服务跨境衔接向纵深发展提供了新方案。

平安健康险总经理助理林晟在发布会上表示,平安健康险积极响应“健康湾区”建设号召,推动优质医疗服务资源互联互通,满足了广大民众日益蓬勃的跨境就医服务需求。平安健康险期待以“健康医+1,湾区家到家”跨境医疗服务为起点,持续推动湾区优质医疗资源共建共享,为“健康湾区”建设“加速度”贡献平安力量!

优家健康首席执行官郑铭恩先生表示,很高兴能与平安健康险达成战略合作,相信双方在大湾区的医疗健康资源整合能够为客户提供“1+1>2”的服务效益,携手打造大湾区跨境医疗服务标杆。

优质医疗资源深度融合 打造跨境健康服务新标杆

近年来,随着大湾区活动交流日益频繁,居民对跨境医疗服务的需求持续攀升,优质医疗资源触达难、就诊流程体验差成为不少跨境就医客户常见的难题。此次平安健康险与优家健康联合推出的跨境医疗服务包“健康医+1,湾区家到家”,首次深度融合大湾区的优质医疗资源及健康服务优势,为客户提供专业、省心省时的诊疗及健康服务体验。

作为中国平安集团旗下专业健康险公

司,平安健康险近年来以“健康保险+医健服务”双轮驱动战略为核心,积极构建覆盖客户诊前、诊中、诊后等健康旅程需求的医疗合作网络与医健服务体系。截至目前,平安健康险的医疗网络已覆盖全国337个城市,3045家公立医院三级医院,为本次合作注入强劲的境内医疗服务资源。而扎根香港的优家健康则通过整合香港优质私立医院诊疗及健康管理资源,为客户在港就医提供高效、便捷的服务支撑。

据平安健康险客户服务部副总经理(主持工作)孙本亮介绍,此次双方联合推出的“健康医+1,湾区家到家”首期将上线两地跨境就医协助,客户可体验覆盖香港优质私立医院及大陆337个城市二级及以上医院(优先特需国际部)的门诊协助服务、住院协助服务,香港及内地重点医院的视频二诊服务,以及便捷到院交通协助服务和极速陪诊服务,解锁一站式、全方位的省心省时跨境就医新体验。在上述服务基础上,“健康医+1,湾区家到家”将为北上赴陆就医客户提供住院陪护、北大医疗专家团队的康复随访服务;为南下赴港就医客户对接顶尖医疗机构个性化体检定制及周期健康跟踪管理服务,守护客户的健康美好生活。

不忘初心守护人民健康福祉 客户回馈行动再升级

2025年是平安健康险成立20周年,平安健康险党委书记、董事长兼首席执行官朱友刚此前面向客户发布“三省”服务承诺,针对出险生病客户,承诺“出院即赔”,客户住院前报案、资料齐全,出院当天可完成赔付;针对健康客户,推出覆盖全量客户的“20年感恩回馈,健康好礼享不停”互动活动,严选70多类10万份高稀缺性、高品质、高性价比的健康礼品及不限量折扣券,升级客户健康服务体验。

“健康医+1,湾区家到家”跨境医疗服务是平安健康险拓展境外医疗健康服务体系建设、升级大湾区客户服务体验,20周年回馈客户的又一重要举措。

作为全国首批专业健康险公司,平安健康险从团体高端医疗险起步,开创百万医疗保险行业先河;首批推出覆盖慢病体、带病体的医疗险产品;理赔方面,业内首个推出“出院三日赔”服务,打造“就医理赔一体化”新模式;此外,平安健康险持续升级医健服务,满足客户对健康保障和健康管理的多元化需求。截至目前,平安健康险已累计服务超7700万客户,医疗服务人次累计超316万,平均医疗服务响应时效0.68小时,客户服务满意度99.4%,守护了万千家庭的健康美好生活。

作为一家有温度的健康险公司,平安健康险还将陆续在北京、上海、广东、深圳等多地开展20周年系列公益志愿服务行动,开展健康义诊、健康科普、乡村支教等关怀服务,温暖守护“一老一小”群体,以实际行动回馈社会。平安健康险党委书记,董事长兼首席执行官朱友刚表示,20年来公司秉承着立业初心,与时代同频共振,与客户同心偕行,未来平安健康险将继续坚持以客户为中心,深化“健康保险+医健服务”双轮驱动模式,在保障保障、健康管理、社会责任等方面贡献力量,持续守护人民健康福祉。(中新)



书韵酒香深度浸润,金沙酒业奏响“书酒融合”共鸣曲

■ 邓贤辉

赤水河畔的酒香正与书香交织成新时代的文化交响。

2025年2月28日以来,第二季“美好生活、书香中国”城市行活动以海口为起点,穿越天津、长沙、南宁、濮阳、雄安、南京等七座城市,将“书酒文化”深植精英圈层。在这场跨越南北的文化征程中,摘要酒的“书酒文化”深入人心,并让金沙酒业“争上游”时代精神与白酒产业发展以及时代变革的同频共振。

通过一次次的主题演讲、读书分享与深度对话,金沙酒业与各精英人群共同探索了企业经营的经营路径,并在思维扩撒中衍生出具有引导意义与智慧启示的社会发展的方法论。这便是金沙酒业带给社会和时代的宝贵财富,也是“美好生活、书香中国”这档经典栏目的核心价值。

“美好生活,书香中国”循序落地 金沙酒业续写“书酒融合”新篇章

2月28日海口、3月9日天津、4月1日长沙、5月10日南宁、5月18日濮阳、6月6日雄安、6月14日南京……第二季“美好生活、书香中国”城市行活动秉承着“推进全民阅读”的

溯源与重构。

以“书读经典 酒饮摘要”致敬时代,以书香涵养企业品格,以匠心雕琢发展成色,金沙酒业继续携手总裁读书会,以“美好生活、书香中国”城市行为纽带,赋能人们对美好生活的向往,也将让商业文明在阅读与实践的交响中酿出历久弥新的芬芳。

金沙酒业方面还透露,2025年与总裁读书会携手,开展“美好生活、书香中国”城市行活动,金沙酒业还将以“战略聚焦·生态共建·价值引领”为行动纲领,通过深化“书酒融合”模式、打造“企业—高校—社区”三位一体阅读生态圈,以及以“争上游”精神,响应“阅读力即竞争力”的时代命题,推动全民阅读迈向更高层次。

企业发展与社会发展同频共振 “美好生活,书香中国”展现向上力量

阅读是连接传统与现代的伟大桥梁,不仅能帮助读者获取知识、启智增慧,也能帮助更多人在情感与认知上找到人生新出口,并带来更多鼓舞与激励。

2024年,总裁读书会与摘要酒携手,成功开展了首季“美好生活、书香中国”城市行活动,近半年时间实现了在北京、济南、郑州、深圳、合

肥、贵阳、杭州、成都、武汉、沈阳的“十城跨越”,在深入推进全民阅读,和书香企业、书香城市、书香中国建设,以及美好生活的积极探索中,赢得社会各界和广大读者的高度赞誉。

在这一过程中,“美好生活、书香中国”城市行活动不仅在全民阅读与文化共振中,积攒了极高的社会口碑和IP影响力,还以更为清晰的价值提炼和更为丰富的情绪传递,为企业经营乃至社会进步的前行之路提供了新质生产力,这都使其成为同类型节目中的佼佼者。

今年,第二季“美好生活、书香中国”城市行活动已经走进天津、长沙、南宁、濮阳、雄安、南京七座城市,接下来还将继续走进青岛、厦门、西安、贵阳、大连,通过继续发挥企业家领读示范作用,助力传统文化的传承与传播。除此之外,金沙酒业还将继续推动文化赋能经济发展新范式的深化,从多个维度强化栏目与品牌成长间的正向链接。

一方面,借“美好生活、书香中国”持续深化品牌智慧与文化基因,金沙酒业通过高品质内容输出,推动这一经典文化IP的持续深化,不仅推动着摘要酒价值升维,赋能品牌精神的立体化传播,还以活动碰撞出的经营观点为契机,不断探索品质提升、文化创新、品牌升级的新路径,为白酒行业树立了文化传播的创新标杆。

另一方面,金沙酒业不断将品牌维度的能量转化为撬动市场的新增点,在充分贴近消费

