

病人转运如何用好“救护车”?

新华社记者 董瑞丰 蒯娟

做完大手术不久的患者,怎么转到康复医院?临终病人想从医院回家,有办法吗?……非急救转运的“刚需”多种多样,但规范化转运服务供不应求,一些患者家属只得选择设备简陋、坐地起价的“黑救护车”。

如何既有力监管“黑救护车”,又加大正规医疗照护转运供给?记者采访了相关部门和专家。

最大限度形成监管合力

收取“天价”转运费、缺少医疗照护设备……近期,多起“黑救护车”事件接连曝光,引发社会关注。

今年4月,陕西一辆“救护车”送重病患者从宝鸡到西安,说好全程3000元,可车到中途又加价400元。事后经查,该车辆在浙江一家民营医院名下,但院方称车辆“被转手”后无法联系,现已脱审且为非法营运。

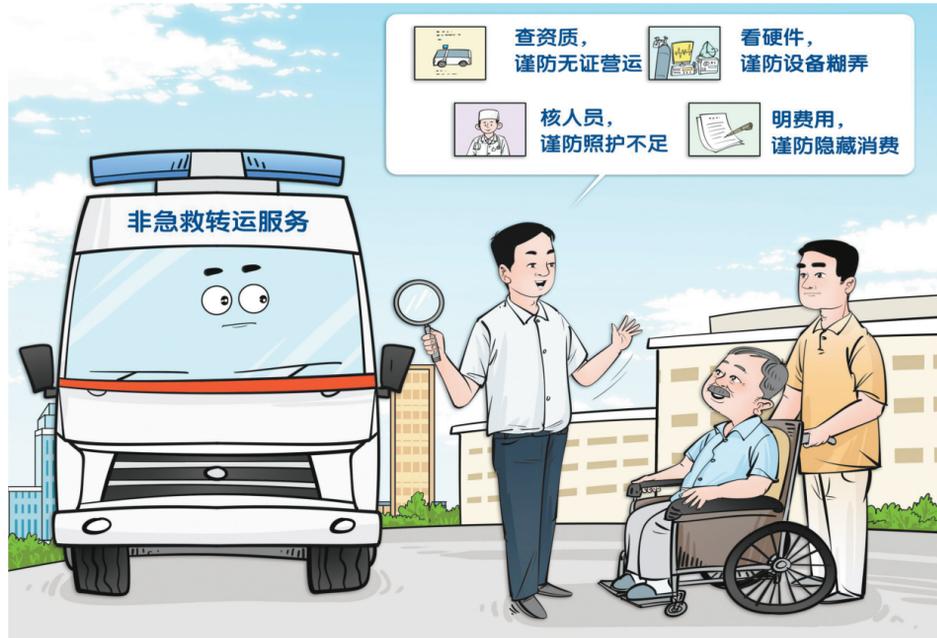
去年8月,广东湛江一位老人临终前从医院回家,通过私人运营的“救护车”,3公里路、10多分钟车程,花了1800元。家属不禁感叹:“落叶归根”之路,竟会如此昂贵。

此前,还有一名患者从吉林长春某医院紧急转往北京治疗,期间乘坐了一辆喷涂有该医院标识的“救护车”,但车内除氧气瓶外几乎无急救设备,途中氧气瓶还两次耗尽,车辆不得不反复下高速加氧,延误了宝贵的救治时间。

“长途运送患者属于社会营运还是救护车管理范畴,定性尚不明确。”中国卫生法学会副会长、北京市华卫律师事务所主任郑雪倩介绍,“黑救护车”位于多个部门的监管“交界处”——

卫生健康行政部门负责审核医疗机构救护车配置及医护人员资质;公安交警办理救护车审批登记,对“黑救护车”加装警灯、改变外观等非法改装行为进行处罚;交通运输部可以监管车辆非法营运,但运送危重病人的车辆是否属于“营运车辆”缺乏明确认定;市场监管部门难以界定转运病人这类医疗服务的合理定价。

记者采访了解到,针对社会反映强烈的“黑救护车”现象,近年来多部门进行严厉打击。虽然仍面临难题,但卫健、公安、交通运输部、市场监管等多个部门正密切沟通信息、



转运选车需谨慎。

(新华社发)

协调配合,最大限度形成监管合力。

扩大正规服务满足“刚需”

山东青岛一名老年患者,脑梗治疗后出院要回家休养,跨越上百公里、搬抬转运,并非易事。家属联系了96120——当地由政府主导、市场化运作的非急救医疗转运服务,踏实顺利地解决了问题。

打击“黑救护车”的同时,如何给病人及家属的非急救转运“刚需”一个出口?记者从国家卫生健康委了解到,为满足多元化转运需求,国家卫生健康委鼓励各地结合实际情况,探索医疗照护转运服务模式,有效增加服务供给。

记者梳理发现,目前全国非急救医疗转运探索模式主要有三种:

一是由政府设立非急救转运服务站,鼓励医疗机构开展相关服务。例如,北京的非急救医疗转运项目主要由“999”调度,由北京市红十字会救援服务中心统一派车。

二是由政府出面,面向社会招募非急救医疗转运服务车组加入。例如,江苏昆山在120急救平台中加入非急救转运模块,由政府出面向社会招募车组。

三是鼓励各类社会力量支持和参与非急救转运服务。例如,上海开通了“962130”非急救救助服务热线,由上海交运直属单位承担服务;广东、湖北等地成立非急救服务公司,开展相关非急救业务。

国家卫生健康委有关司负责人表示,下一步将建立健全医疗照护转运的支持政策体系,研究制订服务定位、工作条件、服务内容、管理要求等。同时,积极申请统一特服号码,鼓励各方力量参与,规范、公开服务内容,满足群众医疗照护转运服务需求。

转运选车谨防几大陷阱

心急火燎之间,是否轻信了医院门口“中介”推销?转运病人途中,如何避免医疗照护“掉链子”?相关专家在接受采访时,为病人非

急救转运选择车辆给出几个建议:

——查资质,谨防无证营运。正规转运车辆通常双证齐全,既有交通运输部许可,也在卫生健康部门备案,可要求查看。此外,应注意车辆是否挂靠医疗机构,实际已经由个人承包、脱离了监管。

——看硬件,谨防设备糊弄。普通病人转运如对车辆要求不高,一般需确认担架稳固性等;中重症病人转运时,车辆往往需要配备氧气瓶、呼吸机、心电监护仪、微量注射泵等。

——核人员,谨防照护不足。一些重症病人的转运护送,需要配备至少一名持证医护人员。家属可查验执业证书,确认照护人员具备急救培训资质,提前询问转运中如患者突发呼吸困难、心脏骤停的预案。

——明费用,谨防隐藏消费。可提前了解市场参考价格,费用构成要签订协议,落成白纸黑字,防止口头约定低价、后续不断加价。(新华社北京7月14日电)

地处山区远离城市,四周皆是悬崖峭壁、山体遍布因矿山开采留下的“疤痕”……这些原本可能让旅游体验打折的“减分项”,如今却成了让望仙谷景区爆火的“加分项”。景区去年接待游客310万人次,单日最高峰有3.3万名游客涌入,全年实现旅游收入5.28亿元。

位于江西省上饶市广信区的望仙谷景区,过去曾是花岗岩板材生产基地,有大大小小40多家开采企业聚集于此。“叮叮当当”的采石声响彻多年后,生态的警钟开始敲响,长期无序开采导致植被破坏、山体裸露,山谷里的溪水被染成牛奶色。附近村民曾痛心地说,这碗“石头饭”一直吃下去,早晚“把牙齿都磕掉”。

痛定思痛下,当地政府一次性关闭所有石材加工厂,关停200余条生产线,针对石材产业遗留的废弃矿坑和破损山体启动修复工程,种植湿地松、红豆杉等耐贫瘠苗木,建成生态缓冲带……矿区植被得到有效恢复,消失多年的石蛙等珍稀水生生物重现溪谷。

修复后的生态资源如何发挥经济效益?2010年,广信区引进九牛文旅集团,以峡谷漂流为旅游发展切入点,花费10多年时间一步步打造出一个集山水人文景观、民俗体验、活动演艺于一体的度假旅游区。九牛文旅集团副总裁熊慧介绍,为了“给游客一个来的理由”,公司在110多米高的悬崖上凌空打造出“悬崖民宿”,客房的设计布局各不相同,房间地面不是传统的地板,而是透明的悬空玻璃,游客站在床边,低头就能看到飞泻的瀑布和流淌的溪水。

夜幕降临,记者随“活力中国调研行”采访团来到景区,远处悬崖灯火璀璨,如影视剧一般场景在眼前浮现。游客或沉浸式体验情景剧、舞蹈剧、杂技等演出,或身着古装拍照打卡,在热闹的氛围里感受“仙侠世界”的浪漫。

先卖“照片”,再卖“生活”,卖产品、卖文化,核心景区的大流量溢出效应加速释放。来自上饶市的胡娟是第一批入驻望仙谷景区的商家。2020年她在景区开了一家茶楼,从刚开始每天只有十几位客人,逐渐发展到一天要接100多单生意。眼看客流量日渐增长,她又在景区附近开了一家高端民宿,开业一个多月以来,每天入住率超过90%。

景区的火爆还带动周边乡镇食、住、行、娱等行业的发展,越来越多的百姓在家门口就能分享生态旅游红利。记者在核心景区附近的望仙乡采访时看到,马路两侧聚集着民宿、汉服店和农家乐等商铺,过去在外务工或经商的村民,纷纷回来干起了旅游相关的生意。

“没想到过去冷冷清清的偏远乡镇,如今成了热闹的网红景区。”广信区望仙乡乡长刘键超说,望仙谷景区的建设运营吸引了村民返乡和能人进乡,提供直接就业岗位2000余个,带动周边就业3万余人,目前全乡有340多家民宿和110多家农家乐,还有一个3万多平方米的商贸综合体正在建设,未来将进一步丰富旅游体验。

人不负青山,青山定不负人。当前,江西深入践行“两山”理念,厚植高质量发展的绿色底色,变绿水青山“好颜值”为金山银山“好价值”。

(新华社南昌7月12日电)

新闻分析:

大范围高温来袭,天气预报会“刻意”压低数值吗?

新华社记者 黄焱

据中央气象台预报,未来一周河北南部、黄淮、江汉、江淮、江南北部、陕西关中、四川盆地等地将出现持续性高温天气,部分地区最高气温可达39℃至41℃,大部地区湿度较大,体感闷热。

每当遇到高温天气,总有公众感觉“怎么比预报的温度更热”,也有网友怀疑气象部门的高温预报会不会“刻意”压低数值?

“气象工作者不会有意将气温报高或报低,我们也会对预报员的预测进行评分,预报38℃但实际气温达到40℃以上,预报员是不得分的。所以作为预报员,一定会努力报得越来越准。”中国气象局气象宣传与科普中心特聘专家朱定真说。

事实上,气象部门发布的温度是百叶箱中温度计所测量的温度。百叶箱须设在草坪上,离地面1.5米,周围较开阔,无高大建筑、树木等阻挡风或遮挡阳光。这是世界气象组织的规范标准,全球用同样的标准化尺度去测量气温,才能进行对比。

在同一座城市内,百叶箱和水泥路、柏油路上的温度不一样。在阳光强烈的情况下,水泥路、柏油路1.5米高度上的温度,比百叶箱里测得的温度可能会高4℃至5℃。这也有高温天气下,有人测出路面温度高达50℃,但预报数值偏低的“温差”了。

“较理想的模式是‘人机协同’。AI先解决80%的标准化问题,剩下20%转人工,既省成本又不降低服务体验。”平健说。

“企业应充分调研用户需求,持续强化智能客服个性化服务的适配能力。”重庆大学新闻学院副院长曾润喜建议,针对老年人和特殊群体可设置一键人工或绿色通道。

张裕强认为,企业在严守安全底线的基础上,可适度拓宽智能客服的权限边界,积极促进形成服务效能提升和大众感受良好的双赢局面。

广西消费者权益保护委员会秘书长唐楚尧表示,消费者面对智能客服问题时,可留存通话录音、对话记录等证据;若与平台沟通无果,可拨打12315热线或通过“全国消协智慧315”平台等方式投诉。

(新华社北京7月14日电)

找人工客服,为啥这么难

新华社“新华视点”记者 高亢 周思宇 于也童

“打客服电话就像闯关,它只会重复说‘好的’,却办不了事。”家住四川成都的王女士前段时间搬家后,想解除租房缴纳电费关联的手机号,却因联系客服太费劲而一拖再拖。

不少消费者发现,现在打客服电话,想找到人工客服非常难,接电话的智能客服经常是“已读乱回”。智能客服日益普及,但消费者未必“买账”,该如何破局?

人工客服玩起“躲猫猫”

“以前打客服还能跟人说说问题,现在这些智能客服对老年人很不友好,电话里选项特别多,搞不懂也找不到活人帮忙。”重庆市民康奶奶告诉记者,她近期想报修电视,致电企业客服,选项过于繁琐找不到人帮忙,特别无助。

答非所问、找不到人工客服……不少消费者反映,一些在线和电话智能客服解决不了问题反而成了常态。

“我就想沟通一个售后问题。”北京市民小张给记者看她在淘宝上与客服长达三四页的对话,问题和需求说得很清楚,却一直是“您当前的诉求是什么”之类的回复,更接不通人工客服。

“你有病吗!”小张气坏了,在表达了愤怒情绪后,人工客服才出来。近日,记者实测了京东、优酷、饿了么等10余个App发现,这些App几乎都未设置一键转接人工客服的选项。某平台上,记者输入近10次“转人工”一直未能接通;有的客服中心入口设置隐蔽;有的客服电话需在强制听半分钟开场白后,经多次选择才能进入人工通道,一旦按错,就得返回重听一遍并重置……

人们苦“找不到人工客服”久矣。不少网友在社交平台上分享遇

到“智障AI客服”的经历,甚至有网友研究出一套寻找人工客服的“攻略”——强调“3·15”“投诉”等关键词。

有研究机构预测,中国智能客服行业2027年市场规模有望突破90亿元。但与行业蓬勃发展形成鲜明反差的是,消费者的满意度却持续走低:市场监管总局数据显示,2024年在电商售后服务领域,“智能客服”相关投诉同比增长56.3%。

艾媒咨询2024年发布的《中国智能客服市场发展状况与消费行为调查数据》显示:无法解决个性化问题、回答机械生硬、不能准确理解提问的问题,位列用户投诉前三;有30.98%用户反映,智能客服无法照顾到老年人、残障人士等群体的需求。

智能客服“降本不一定增效”

智能客服越普及,但消费者未必“买账”。技术创新为何没能带来服务体验的提升?

记者调研发现,多个平台对商家有回复时长考核要求。一名小红书商家透露,平台要求周会话量大于或等于200次、日订单量大于200单的商家,在早9点到晚11点期间,3分钟内回复率需大于80%,否则将进行扣除积分等惩罚。

考核严格,不少商家不得不将目光投向智能客服。在抖音电商平台售卖宠物用品的商户小朱给记者算了一笔账:雇佣一名客服,每月工资约4000元,而有的智能客服每月只需不到300元。

记者随机下载一款智能客服软件发现,其可接入千牛、拼多多等平台,软件月收费从258元到768元不等。一名业内人士给记者举例:某连锁干洗店使用智能客服后,人工客服从40人减至3人,节约了大量人力成本。

商家扎堆“上马”智能客服,但与此同时,不少智能客服软件并不“智能”。

记者采访了解到,目前,中小企业一般通过大公司的AI大模型接口,搭建自己的智能客服体系,或直接购买第三方产品,技术服务效能参差不齐。

近日,记者测试了多款目前市面上的智能客服产品,不少智能客服只会固定的“车轱辘”话来回说。“有的智能客服以字节为单位计费,平均一轮对话需要0.1至0.2元。”有商家告诉记者,出于节约成本的考量,小商家往往会选择价格更加低廉但能力较弱的智能客服。

广西天人人工智能应用技术服务有限公司联合创始人张裕强表示,当前AI算法尚不成熟,而且很多企业仅向智能客服开放部分权限,多数仅限于回复信息。“就解决复杂问题的能力来说,目前智能客服与人工差距较明显。”

“消费者联络客服往往是一种宣泄式的交流,而智能客服机械式回复,可能激化矛盾。”信华信技术股份有限公司研究院院长孙伟宏说,尤其是老年人和特殊群体,对人工客服的需求度非常高。

“一项技术从出现到成熟,需要一个磨合和发展的过程。”孙伟宏表示,现在很多AI智能客服“一窝蜂上马”,企业往往忽视了用户体验的下降。

让AI与人工更好互补

“技术创新不能以降低服务质量,甚至变相回避提供服务为代价。”北京大学电子商务法研究中心主任薛军表示,消费者权益保护法规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或接受的服务的真实情况的权利;人工客服“躲猫猫”等现象,侵犯了消费者的知情权、选择权、求偿



多重影响。

(新华社发)