

# 职工医保个账将迎来跨省共济

□据 新华社南京12月2日电

通过国家医保服务平台App的医保钱包功能,苏州市居民杜女士仅需不到一分钟,就能将个人账户里的钱实时转给远在河南的父亲,用于其看病就医。

而这样的跨省共济,即将在全国更多省份铺开。

12月2日,国家医保局在江苏省苏州市举行医保个人账户跨省共济启动仪式。记者了解到,江苏、河北等9个省份31个统筹区,已于近日正式上线了医保个人账户的跨省共济功能。

这是继全国所有省份已实现个人账户省内共济,23个省份扩大至“近亲属”共济之后,个账共济再次迈出的重要一步。

跨省共济,将盘活更多医保个账资金——

数据显示,2023年全国医保个人账户年收入及支出均超6000亿元,当年医保个人账户结存累计约1.4万亿元。医保个人账户使用范围的扩大,对盘活个人账户“沉睡”资金起到积极作用。

“职工医保个人账户共济打破省域限制,能够丰富资金的使用主体,惠及更广大人民群众的身体健

康。”国家医保局大数据中心主任付超奇说。今年1月至10月,职工医保个账共济金额达369亿元,其中同一统筹区内共济2.63亿人次,共济金额329.75亿元;省

内跨统筹区共济1976.29万人次,共济金额39.33亿元。随着跨省共济的到来,共济金额有望进一步上升。

跨省共济,将惠及更多参保人——

当前,我国跨省流动人口约1.5亿,实现医保个账跨省共济,是广大参保人的真切需求。

国家医保局有关负责人表示,个人账户“近亲属”间的跨省共济,有助于减轻家庭医疗负担,增强个人及家庭的抗风险能力,让身处不同省份的家庭成员能够灵活、高效地调配和使用个人账户资金,以应对看病就医需要。

医保钱包是有效实现跨省共济的重要途径。据悉,国家医保局已在江苏等9个省份开展医保钱包试点工作,目前已有近2.7万人使用医保钱包,成功转账1423笔,共39.9万元,已有参保人使用医保钱包进行就医购药和参保缴费等,总体应用效果良好。

个人账户使用对象由“本人”到“配偶、父母、子女”,再到“近亲属”,共济地域由本统筹区到省内,再到跨省——职工医保个账共济政策的不断推进,背后是民有所呼,政有所应,关系的是人民群众的切身利益。

国家医保局副局长黄华波说,跨省共济计划于2025年全面实现,让人民群众的医保获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

## 《洛阳市历史文化名城保护规划(2021—2035)》通过部级评审

□洛报融媒记者 赵晨熹 通讯员 曾杰

本报讯 昨日,记者从市名城委获悉,《洛阳市历史文化名城保护规划(2021—2035)》(以下简称《规划》)已顺利通过住房和城乡建设部组织的专家评审。

作为国务院公布的首批国家历史文化名城之一,我市历史文化资源丰富,分布范围广泛。《规划》不仅聚焦保护世界文化遗产、各级文物保护单位和历史建筑,还明确了国家工业遗产、历史文化街区、传

统格局和历史风貌、大遗址、历史文化名镇名村、历史文化线路、历史文化要素、非物质文化遗产等诸多保护内容。

《规划》明确,2处历史文化街区分别是东西南隅历史文化街区和润西工业遗产历史文化街区;7处大遗址分别是二里头遗址、偃师商城遗址、洛阳东周王城、汉魏洛阳故城、隋唐洛阳城、宜阳韩都故城、邙山陵墓群;历史文化线路包括丝绸之路、大运河、万里茶道等;历史文化要素包括石窟、关隘、古渡口、古井、古树名木等。

## 洛报集团视觉梦工坊“洛阳国际推荐官”系列视频获评长城奖“国际传播城市案例·年度优秀案例”



视频海报合集 (资料图片)

□洛报融媒记者 李冰

日前,第31届中国国际广告节长城奖作品征集大赛优秀作品发布仪式在厦门市举行。洛阳日报报业集团视觉梦工坊报送的“洛阳国际推荐官”系列视频获评“国际传播城市案例·年度优秀案例”,为“长城奖——国际传播案例征集活动”河南省唯一获奖案例。

“洛阳国际推荐官”是洛报集团视觉梦工坊打造的国际传播视频品牌,旨在借助短视频这一新兴传播媒介,以外国人独特、新颖、国际化的视角展现洛阳的历史魅力与城市特色,以国际面孔传播洛阳好声音,增进海外游客对洛阳文化旅游的了解,提升洛阳国际知名度和影响力。

自该项目启动以来,洛报集团联合中共洛阳市委宣传部外宣办、洛阳市公安局治安和出入境管理支队等单位,选拔在洛工作、学习、生活且热爱洛阳、有宣传洛阳热情的外国友人担任“洛阳国际推荐官”,并推出“‘洛阳国际推荐官’带你游神都”系列视频。截至目前,洛报集团视觉梦工坊摄制的《美国小伙化身“花农”为牡丹国色“添香”》《斯里兰卡姑娘沉浸式体验“大唐公主”的一天》《伊朗麦哈迪一家的非遗技艺初体验》《“歪果仁”探访中国最大古墓博物馆》《反差萌!当美国记者骑上国产“三蹦子”》《外国小姐姐带你144小时逛游古都》等短视频,以外国人的第一视角展现洛阳的文旅、工业等多个方面,向世界展示洛阳的独特魅力和多元文化。这些作品通过新华社、人民日报社、中国日报社等国家重要媒体平台在海外播

放,播放量均超百万,深受国际社会青睐。

此外,洛报集团视觉梦工坊积极组织“洛阳国际推荐官”参加“只看洛阳城——争创‘东亚文化之都’国际友人看洛阳”摄影展、艺术嘉年华等文化交流活动,不仅增进了外国友人对洛阳的了解,还加深了他们对中华文化的认识。

系列视频的摄制及活动的开展,让“洛阳国际推荐官”成了洛阳“代言人”,将洛阳的美好形象和文化魅力传递给更广泛的国际社群。通过这些创新的城市营销和文化传播策略,洛阳正有效塑造国际形象,为推动中华文化的国际传播和交流作出积极贡献。

### 相关链接

#### 长城奖

长城奖由国务院批准设立,历史悠久,影响广泛,被誉为广告界的“奥斯卡”,历经40年发展积淀,已成为中国广告业历史最悠久、专业性强、影响深远的活动,长城奖获奖作品代表国内广告最高水平。“长城奖——国际传播案例征集活动”由中国广告协会、凤凰网共同策划,邀请国际传播领域顶尖实战专家组成评审团,旨在全面、公正地评选出在国际舞台上表现卓越的中国品牌及中国城市品牌。一方面,活动通过促进中国品牌与全球市场的深度交流,展现中国品牌在国际舞台上的实力与成就;另一方面,活动通过汇集具有创新性、深远影响的案例,为积极开拓海外市场的中国品牌及中国城市品牌提供了宝贵的学习与交流契机。