

首次全国中医调查报告

每年七亿人次看中医

人民日报北京9月14日电 (记者王君平)《2009年中医基本现状调查报告》今日正式发布。这是新中国成立以来第一次在全国范围内开展的中医现状调查,参与调查的工作人员超过80万名,中医“家庭”首次亮相。

本次调查的范围,涉及全国31个省市区和新疆生产建设兵团,共收集到全国各级各类医疗机构和卫生行政部门、中医药管理部门填报的调查表76.9万份。调查对象为县级以上地方中医药管理部门,各级各类医院、基层医疗卫生机构、门诊部和中医类诊所等近80万个。调查内容主要包括中医医疗服务资源状况、中医药服务提供情况等7个方面,调查采集的为2009年数据。

国家中医药管理局副局长于文明介绍,本次调查得到了大量最新的数据和信息,为制定“十二五”中医药事业发展规划提供基础,为研究制定中医药事业发展的政策措施提供支撑,为解决中医药事业发展中存在的问题提供依据。

六成医疗机构有中医
通过调查,我国医疗机构中,有近60%的机构能够提供中医医疗服务。

各类医疗机构(不含村卫生室)年提供中医诊疗服务近7亿人次,住院服务总量1357万人,占各类医疗机构全部诊疗服务和住院服务的比例分别为20%和16%;中医类别医疗机构提供的中医诊疗服务约占全部中医诊疗服务量的62%,提供的住院服务约占全部中医住院服务量的89%。由村卫生室提供的与中医药相关的诊疗服务超过2亿人次。

中医类别执业(助理)医师占执业(助理)医师的比例约为21%。村卫生室中,具有中医类别执业(助理)医师资格的人员约占5%,以中医药知识为主的乡村医生约占12%,能中会西的乡村医生占36%,具有一技之长的中医及民族医人员约占3%。90%以上省级基地和80%以上的地市级基地能够有效地开展继续教育培训。

发展水平不够均衡
调查表明,中医药行政管理体系在省级已基本健全,在地市级得到加强。

2/3以上的地(市)卫生局设有独立的中医管理(处)科,1/3的县级卫生行政管理机构有专人从事中医药管理工作。近2/3的省(区、市)和近1/2的地(市)实行了财政拨款中医经费的计划单列,政府对中医药持续发展的财政责任得到进一步强化。

国家中医药管理局政策法规与监督司司长查德忠说,本次调查发现中医药事业发展水平在地区间和省际间不均衡,表现在管理体系、资源配置、服务提供能力等各个方面。

城乡基层中医医疗服务网络还不够健全,有中医类别执业资质和经过系统中医药知识技能培训的人员严重不足,基层中医人力资源与服务需求不匹配的题突出。

中医类别医院的基本条件与中医特色服务能力参差不齐;中医诊疗方法、项目应用在单医疗机构内种类偏少,中药饮片使用率偏低。

今年中央再投42亿

据了解,今年中央财政对地方转移支付中医药方面新增投资42.12亿元,支持覆盖1814县级中医医院,58个地市级民族医医院和88个西部地区地市级中医医院的能力建设。重点小中医药资源水平、服务能力的地地区差异、省市差异、城乡差异。

在城乡基层医疗卫生服务体系建设中,重点推进县中医医院建设。中央财政支持建设的级中医医院项目数增加到了384所,今年中央安排资金10.14亿元,支持70所县级中医医院建设。加强乡镇卫生院和社区卫生服务中心中医科和中药房标准化建设,提高服务能力。

在推进公立中医医院改革试点中,以建立有利于中医药特色优势发挥的补偿机制和体制重点,开展中医药服务财政补偿试点。特别是今年中央财政转移支付中医临床重点专科建设项目补助3亿元,用于解决疾病诊疗问题为核心的专科能力建设,目前项目开始启动。

是谁宠坏了某些洋品牌?

人民日报

一些洋品牌进入中国后,用国内外两个标准管理中国公司,在生产销售环节存在漏洞。消费者盲目竟购、政府部门监管不力,更让别洋品牌出现质量问题

一向给人干净、卫生印象的洋快餐最近连曝出质量安全问题。比如,有媒体披露,肯德基薯条的油4天才换;味千拉面宣称用猪骨制的汤底,其实是专用的汤粉、汤料调制来的,每碗汤的成本不过几毛钱……

洋品牌出问题不是头一遭了。前些年,一路易威登(LV)、雨果·博斯(HUGO BOSS)欧洲名牌进口鞋因质量不合格,在浙江被公销毁,引起社会强烈反响。而上海出入境检验检疫局近日透露,今年上半年上海口岸进口装抽检不合格率高达55.8%,进口服装的总质量情况不容乐观。

普通百姓的盲目追捧成为洋品牌放松管理、降低质量的主要原因之一。

在许多国人心目中,“进口”、“外国货”是质量的保证。一些洋品牌特别是一线品牌,往往有强大的广告宣传作为支撑,并辅文化、格调内涵,聘请国内外名人做代言,消费者像“追星”一样对其产生崇拜,甚至一些国外二、三线品牌在中国跃升为一线牌。

其次,一些政府监管部门也过分迷信洋品牌,甚至以仰视的姿态,给予洋品牌“超国民待遇”,动辄开出诸如三年免检、五年免税、特别道、绿色机制等优惠,放松监管,这事实上造了洋品牌在中国市场消费和管理上的双重曲。

不可否认,多数洋品牌特别是一线品牌历

史悠久,管理规范,信誉良好,消费者喜欢洋品牌,确实有足够的理由。可是,一些洋品牌进入中国后,逐步走上本土化路线,甚至用国内外两个标准管理中国公司,在生产、销售环节存在不少漏洞。而消费者的盲目竟购,政府部门的监管不力,更让个别洋品牌有恃无恐。比如,在一些品牌屡屡出现质量问题后,相关品牌负责人却表示,他们的高档商品销量一直很好,没有受到什么影响。

统计表明,中国已经是全球成长最快的奢侈品消费市场,2010年中国内地奢侈品市场消费总额达107亿美元,占全球份额的1/4,预计在2012年中国将超过日本,成为全球第一大奢侈品消费国。将来,随着全球市场一体化深入推进,还会有越来越多的国外品牌进入中国,越来越多的“洋货”进入寻常百姓家。如何保障洋品牌商品质量安全、让百姓放心消费的问题日渐凸显。

加强市场监管刻不容缓。所谓“橘生淮南则为橘,生于淮北则为枳”,无论是跨国洋品牌,还是国内土品牌,一个良好有序的外部监管环境是至关重要的。如果监管力度不强、惩罚力度不够,就会助长洋品牌放松质量管理,降低服务标准,早晚会出现问题。

最现实的是,消费者应当睁大眼睛,坚持适度、理性的消费观念,不可一味迷信洋品牌。应改变过去对其高看一眼的态度,摒弃攀比心理,杜绝盲目消费,不以价格、名气作为衡量商品质量的唯一标准。此外,还应注意运用国际一体化标准维护自身权益,防止个别洋品牌随意降低质量标准、损害消费者利益。

(杜海涛)

仲阅读: Y—3(日本设计师山本耀司与阿迪达斯合作品牌);拉上大牌设计师你同样难高贵。

网友辣评十大“伪奢侈品”
热心网友发帖列出了在国外位居二线、价较低,在国内却身价倍增甚至跻身奢侈消费行列的十大“伪奢侈品”品牌,并且对每种品人选原因进行了简短的说明。

COACH(蔻驰,美国);别以为长得像LV高档了。

Calvin Klein Underwear(内裤品牌,美国);CK在国外没啥不起。

GAP(盖普,美国);这就是美国班尼路。

MANGO(芒果,西班牙);R&M升级版。

LEVI'S(李维斯,美国),LEE(李,美国),ADIDAS ORIGINAL(阿迪达斯经典系列,德国);这个牌子都是超市货。

Swarovski Crystal(施华洛世奇,奥地利);施华洛世奇水晶虽然纯净,却是人工的,能好到哪去?(商文)



给理性以生长的土壤

人民日报

普通人看似冲动的行为背后,往往有着深刻的原因。培育理性平和的心态,固然需要加强国民教育、提高科学素养,但更重要的是审视现行体制机制的不足,给理性以生长的土壤

最近,两位农民工在贵州为了讨回拖欠2年的工资,在40多米高的塔吊上一呆60多天,吃饭喝水全靠工友用吊篮送上来。

当地有关部门表示,如此讨薪太不理性,自身不安全,还扰乱公共秩序。此观点不能说没道理。40多米高的塔吊,白天黑夜不下来,真是危险。万一钱没要来、人先出了意外,又是何苦?就公共秩序而言,也的确造成一定程度的围观。不过,相信多数人看到这一幕,更多地会感到心酸;肯定是实在没办法了,否则哪会这么冒险。

近两年,一些地方不断有类似的讨薪事件上演——跳楼、爬桥、埋在土里,越来越走极端。我们当然应该倡导理性维权,法律和政策在这方面已有详尽的规定,包括到劳动部门投诉、请劳动监察部门帮助讨薪,甚至还可以报警、向法院起诉。然而,为什么

会有这么多农民工偏偏不按正常路经办呢?不排除有的人不了解相关政策法律,不知道该去哪儿“讨说法”;也不排除有的人特别容易冲动,稍一遇挫就跑到高楼上相威胁;但更多的人恐怕还是在尝试过正常途径但频频受阻后才走极端的。

理性维权、理性消费、理性解决纠纷、理性辨析传言……现在,公众经常能听到这样的呼吁。的确,在林林总总的社会事件中,常会发现一些人不理性的身影,比如,对一些谣言不辨真伪,盲从轻信,甚至热衷于传谣信谣。再比如,对一些公共事件,在相关机构调查之前,舆论就已排山倒海地给定了性,反倒影响正常监督的公正公平。还有一些纠纷和矛盾,一味地信奉“闹大了就好”,甚至不惜夸大或编造某个细节以吸引眼球。

通常认为,理性的公众心态以及社会环境,会降低社会运行成本,提高整个社会的和谐度。但是,理性平和的心态不会凭空而生。与其指责公众不够理性,不如反思现行体制机制存在哪些不足,给理性以生长的土壤。

河南老乡:教育部喊你说普通话

河南日报

核心提示

9月11日—17日是第十四届全国推广普通话宣传周。当普通话以前所未有的速度在全国遍地开花时,在全国第一人口大省的河南,河南话还有生存空间吗?

9月14日,河南省语言文字工作委员会(简称省语委)相关负责人在接受记者采访时表示,推广普通话和使用方言并不矛盾。河南话在全国范围内可以听得懂,可以实现沟通目的,是有生命力的,“国家推广普通话并不是要消灭方言”。

活动:推普宣传周很精彩

在此次普通话宣传周期间,省教育厅、省文化厅、省人力资源和社会保障厅等部门联合在全省开展了一系列语言文字工作活动,不仅对全省推广普通话活动进展情况进行督促检查,还协助郑州市创建“语言文字规范化一条街”,并提升旅游景区、博物馆、展览馆说明牌的文字规范水平。

全省各地也纷纷开展人人说普通话、书写规范字活动。驻马店市举办了全市中小学教师“师德师风演讲比赛”和“中华经典诗文诵读篇演讲比赛”等活动;焦作市在解放路中段开展“推普宣传一条街”活动。

省内高校也开展了推广普通话活动。河南科技大学利用校报、广播站和校园网积极宣传,组织学生开展经典诵读活动,利用主题班会,宣传《国家通用语言文字法》。

现象:娃娃都说普通话

当今,不少新生代河南人对家乡话并不热衷。刚上小学一年级的李天予小朋友对记者说,“我无论在家还是在学校,都讲普通话,你说河南话我听着别扭。”他说,爸爸妈妈在家里给爷爷、奶奶聊天时会说方言,平时和他交流都是用普通话。

不少孩子和他有相同的感受。很多家长表示,自己的孩子能听懂河南话,但是不会说;即使会说,也不利索。

在娃娃的带领下,很多中年人也正在逐渐改变自己说河南话的习惯。56岁的王女士表示,小孩子只会说普通话并不是件坏事。以后的社会将更加开放,语言、文化、观念将更加趋同。“我们老年人很多也开始说普通话了。”

分析:河南话有自己的优势和便利

省语委相关负责人表示,推广普通话和使用方言并不矛盾。国家政策是要求普通市民能够在需要的场合具备普通话的能力。这样方便沟通交流,但也不是要求所有人任何时候都要说普通话。河南方言在全国范围内可以实现沟通目的,是有生命力的,“国家推广普通话并不是要消灭方言”。

作为“非物质文化遗产”的重要部分,河南方言不仅是一种特色语言和交际工具,还是一个区域文化的核心和地域文化独特的标志和代表,有着自己的优势和便利,相声大师侯宝林就曾比较过各地方言,他称河南话是最为简洁的一种。方言本身有亲和力,比如老乡、同学见面,在一定的地域圈子中说方言会

商标法修订草案征求意见稿防范侵权

易混淆商标不予注册

人民日报记者 张洋

政策解读

万震指出,如今存在很多“傍名牌”恶意申请商标的现象,混淆视听,误导公众,损害消费者权益。虽然现有商标法规定“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利,也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”,但是该规定往往缺乏可操作性,使得对这类案件的管理陷入无法可依的困境。

此次意见稿增设了“申请人因与该他人间具有合同、业务往来、地域关系或其他关系而明知该他人商标存在的,不予注册”和“申请注册的商标是抄袭他人人在不相同或者不相似商品上有较强显著性且具有一定影响的注册商标,容易导致混淆的,不予注册”两条规定。同时根据修改条文可以看出,意见稿突出强调“近似商标”的判定要以一般公众注意力为标准,这些都可以防止一些较为明显的抢注行为和侵权行为。

二是加大对违法、侵权行为的打击力度。吴永恒表示,现有商标法对商标侵权人的处罚较轻,商标侵权行为屡有发生。为此,意见稿第六十四条增设规定,对5年内两次以上侵权的加重处罚;第六十七条提高了法定赔偿上限,即由现有的“50万元以下”提高到“100万元以下”。这些修改彰显了政府部门对商标侵权的打击力度,有利于维护商标权利人的合法权益。

专用权保护更全面

故意为侵权行为提供仓储、运输等条件,也属侵权

万震表示,征求意见稿的进步性还体现在,以前一些违法侵权行为需要通过民法、侵权责任法去找到相关依据,而此次意见稿的一些条文是在既有法律上找到变通办法,使得相关部门在追究责任时有了最直接的法律依据,不用再依据其他法律法规来保护商标。

比如,征求意见稿关于商标注册人行为的相关规定更加明确。第四十四至四十六条分别规定,“变更商标注册人名义或者地址的,商标注册人应当将其全部注册商标一并变更”、“转让注册

普通人看似冲动的行为背后,往往有着深刻的原因。为什么抢盐风波、地震风波能“忽悠”那么多人?不是许多人集体无意识,而是在涉及人身安全 and 切身利益时,他们迟迟未能获悉真相,故而对谣言选择了宁信其有。为什么总有人不采纳专业医生的处方而去追捧所谓的养生专家以至于上当受骗?除了缺少相关知识外,还有可能是保障不足、看不起病,继而被钻了空子。为什么越来越多的人在处理争端时不信赖法律而冀望“闹大”后通过舆论施压?很可能是通过正常渠道难以反映正当的诉求,而某些“非理性”选择所获得的成功会产生示范效应。为什么穷人和富人一有纠纷,舆论常常不辨细节而一致声援穷的一方?不是不明白“弱者即正义”的局限性,不是不知道具体事情具体分析的重要性,而是先前的大量的案例支持了这种“站队”,不断拉大的贫富差距又助推了这种情绪。

因此,培育理性平和的心态,固然需要加强国民教育,提高科学素养,引导公众更加理性地思考决策,更重要的恐怕还在于相关体制机制的健全完善。一方面应当加大信息公开的力度和速度,让真相尽快走到前台,避免无根据的质疑。另一方面亟需健全利益协调机制和矛盾处置机制,确保法律的严肃性和公正性,增强社会管理的科学性和公平性,让公众心服口服。只有公众在日常生活中切身感受到理性的力量,体验到冲动的弊端,才会真正自觉地去追求理性。(白天亮)

有亲和力和归属感。

河南财经政法大学副教授张同欣说,普通话和方言是一种平行状态,不是谁取代谁。在实际语言使用中,人们会区分方言使用的环境,比如长辈、家人或者朋友都是使用河南话。

“大力推广普通话并不会消灭河南话。”郑州大学中文系老师刘东南表示,近几年来普通话推广非常迅速,而实际上在非工作环境中,还是有很多人说河南话的,认为河南话会被普通话所替代的担心是多余的。

相关链接:推广普通话宣传周由教育部等九部门联合开展。从1998年起,经国务院批准,每年9月的第三周是全国推广普通话宣传周。9月6日,在第十四届全国推广普通话宣传周新闻发布会上,教育部语言文字应用管理司司长王登峰说,本屆的主题是“提升国家通用语言文字能力、弘扬中华优秀传统文化”。

记者 刘洋

唱响民族团结欢歌

——第九届少数民族传统体育运动会举行



歌声嘹亮,霓裳飞扬,56个民族,欢歌曼舞,喝彩中华……9月15日,一场以“和谐团结民族情、缘聚阳光大联欢”为主题的第九届全国少数民族传统体育运动会民族大联欢活动在贵阳市金阳新区观山湖公园举行。

(人民日报记者 汪志球 李芳 黄娟)

商标的,商标注册人对其在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似的商标,应当一并转让”、“注册商标专用权转移的,注册商标专用权人在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似的商标,应当一并转移”。吴永恒指出,这种关于“一并”的明确要求就可以尽可能地避免了商标的专用权和商标使用的混乱局面,同时便利了相关部门的日常管理。

此外,征求意见稿对商标专用权的管理与保护更加全面。第六十一条详细列举了侵犯注册商标专用权的行为,明确指出“故意为侵犯他人商标专用权行为提供仓储、运输、邮寄、隐匿等便利条件的”,属侵犯注册商标专用权。万震认为,该条款的提出很有积极意义,以前很多侵权行为没法追究物业方的责任,现在征求意见稿中明确了物业方也有一定的监管义务,该条款可以说是有关部门对民法、侵权责任法中共同侵权行为变通表现。

【链接】

征求意见稿规定,下列八类标志不得作为商标使用:

- (一)同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、军旗、军徽、勋章相同或者近似的,以及同中央国家机关的名称、标志及其所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的;
- (二)同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗相同或者近似的,但该国政府同意的除外;
- (三)同政府间国际组织的名称、旗帜、徽记相同或者近似的,但经该组织同意或者不易误导公众的除外;
- (四)与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的,但经授权的除外;
- (五)同“红十字”、“红新月”的名称、标志相同或者近似的;
- (六)带有民族、种族歧视性的;
- (七)带有欺骗性,容易使公众对商品的质量或者产地等特点产生误认的;
- (八)有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。