

□代表访谈

省人大代表戴夫： 对“医养结合”机构设立等级标准



“医养结合”是我国积极应对人口老龄化的一个长久之计。省人大代表、合肥市第一人民医院院长戴夫这次参会，就把目光盯在了合肥市的医养结合现状，他建议设立“医养结合”机构等级标准，保障养老资金规范合理利用。

“医养结合”服务机构良莠不齐

近年来，各地在“医养结合”上都进行了大胆的探索和创新，出现了在养老院中增设医疗机构、养老和医疗机构合作或临终关怀科等多种形式

的养老服务。但也出现了一些新问题。

“一些养老机构通过增设医务室或配备护理人员等方式，打出‘医养结合’的概念牌，一方面吸引眼球，一方面套取国家政策方面的资金支持。有的甚至打着‘医养结合’的旗号，去争取土地从事房地产开发。某些养老机构内设的医务室只能为老人提供基本的健康观察，无法为患者提供专业的疾病诊疗，配备的医护人员，通常没有专业资质，也缺乏专业知识与培训。”戴夫认为，医养结合缺乏相应的准入机制和考核标准，各类机构开展的医养结合服务良莠不齐，亟待出台相应的标准规范，引导这种新型养老服务模式健康发展。

设立“医养结合”机构等级标准

戴夫建议政府加大对养老服务的财政扶持力度，出台“医养结合”标准化模式，设立“医养结合”机构等级标准。

“我个人认为‘医养结合’机构可分为四型。第一级是医养型。该级别的机构应当具备二级医院以上的医疗服务水平，在提供医养结合服务中更注重‘医疗’，收治对象为失能半失能、失障半失障的老人、重病缠身的老人等。第二级是护养型。在提供医养结合服务中更注重‘护理’，收治对象为慢病易复发的病人，需长期护理照护的老人。设立该级别机构应当参照二级医院以上标准。第三级是疗养型，该级别的机构没有医护人员配备，收治对象为生活可以自理，但有慢性病需不间断护理照顾的老人。第四级是居家养老型。由社区全科医生和全科护士，进入老人家中进行定期咨询，有终端化的电子佩戴设备，可以通过互联网反馈到医院，保证老人不离开医疗护理的视线。”戴夫表示，“医养结合”在未来是不可逆转的潮流，亟须完善相关制度，严格监管，正确引导“医养结合”健康发展。

省人大代表凌宁： 简化使用房屋维修基金程序



因为职业的关系，省人大代表凌宁每年提的建议都与小区和居民相关，今年她带来的建议也不例外。

“我首先建议简化使用房

屋维修基金的程序。”凌宁解释说，比如，楼顶的防水五年后渗漏了，想启用维修房屋基金，但由于与底层业主的关系不大，在签字时，他们就不配合，也没有强制的法律要求必须配合。而物业管理条例里面要求动用维修基金必须三分之二以上住户同意，一个苑区往往几千户，为了你这一栋楼，操作起来确实不太好办，所以要简化维修基金程序。

值得一提的是，本报曾对合肥市电梯安全进行了系列报道，引起社会极大反响。15日报道当天，当记者提及电梯安全时，凌宁表示：“我关注过你

们的系列报道，写得非常好，体现了媒体的责任。我去年就提过电梯安全的建议，这次提维修基金跟电梯也有关。”

“城市里住宅大都是高层，五六年或十年后电梯出现故障，需要更换或者大修，这时候怎么办？10楼以上的住户往往困难就比较多，上不能上，下不能下，生活不方便。另外，地基沉降厉害，管网断了，对底层的住户影响就比较大，需要开挖维修。”凌宁表示，这些都是她通过调研了解到的一些现实问题，同样在申请使用维修基金时面临困难，这些难题都需尽快考虑解决。

省人大代表陈长贵： 合肥市7座以下汽车 免收绕城高速过路费



来自肥东县马湖乡小陶社区的陈长贵，是一名典型的来自基层的省人大代表，这次上会他带来的建议也很具体。

“随着合肥城区不断扩大，车辆逐日增多，城市拥堵也日益突出；原来城外环城高速随着合肥的快速发展，已成为‘城内高速’。”陈长贵告诉记者，为了减轻城市道路拥堵，减少车辆对城市污染，同时方便市民出行，提高合肥投资环境，有关部门应该鼓励车辆走环城高速。“所以我建议合肥市7座以下汽车走绕城高速公路时，免收过路费。”

此外，陈长贵还建议省政府尽快出台扶持生态循环农业产业发展的相关政策，鼓励和引导种养业要紧密结合，畜禽粪肥要无害还田。改变农业生产重化肥、轻有机肥，导致耕地地力下降等突出问题；将沼气工程及沼气管网投资都纳入到奖补范围，中小型沼气发电工程施行以奖代补的政策。

省人大代表侯金波： 杨絮污染非常严重 可用泓森槐代替杨树



侯金波是来自皖北涡阳县的省人大代表，这次上会他建议关注“林业扶贫”。

“每年的春夏季节杨絮污染非常严重，如果用泓森槐代替杨树，能够取得比杨树更好的绿化效果。”侯金波告诉记者，他所从事的工作是“栽树”，2011年，在老家涡阳县用新技术带领村民在自己的承包地里栽泓森槐树，让农村大量闲余劳动力找到了工作，挣到了钱。

“栽树是一项精准扶贫的项目，除去树木本身，还有林上蜂蜜经济和林下种植经济共同发展。”作为企业主，侯金波认为，应为产业经济鼓与呼，希望政府能够关注林业扶贫带来的社会效益，实现经济增长与生态环境平衡、可持续发展。

■ 本版稿件 记者 刘海泉 文/ 黄洋洋/图

月破47,000 东风标致销量创历史新高

日前，东风标致2016年12月销量新鲜出炉：截至2016年12月31日，东风标致当月销量突破47000台，再创历史新高。东风标致旗下多款车也都有值得圈点的市场表现，冠军车型408凭借良好的市场基础，连续3月销量破万，12月更是刷新历史，创造了16000台的历史新纪录。而新近上市的4008同样不负众望，自上市便始终保持一车难求的态势，截至目前已经完成订单过万，经销商终端也是处于零库存状态。

升蓝领航 产品力提升强化品牌优势
不可否认，这一出色成绩的获得，首先要归功于东风标致不断提升的产品力。

4月初，东风标致发布全新的品牌计划“升蓝向上”，同时，标致新一代设计风格和ADAS智能驾驶辅助系统也正式亮相。新设计经过在全新车型上的成功应用，已经获得业界和消费者的普遍认可。而ADAS则顺应汽车行业“智能化”的趋势，满足用户对汽车

产品“安全、便捷”的诉求，同时让更多用户，提前一步享受到这些以前只有在豪华车上才有的配置。

为进一步强化品牌优势，标致大道品牌形象体验中心于5月底在北京前门开业，成为继香榭丽舍大街之后的全球第二家，也是全球最大的标致品牌形象体验中心。它的全面开放，可以让消费者更加便捷地了解标致品牌超过200年的品牌文化。

新产品接连上市 市场表现渐入佳境

在经历了上半年的调整之后，东风标致积极把握新产品投放的契机。伴随着多款新产品的接连上市，整体销量也呈现出逐步上升的趋势。去年7月中旬，全新东风标致3008以“升蓝向上首发车型”的身份正式投放，作为首次应用标致新一代设计风格和首次搭载ADAS智能驾驶辅助系统的车型，它的上市，也再次拉开了东风标致新一轮产品投放的序幕。

紧随其后，“新世代中级车创行者”新一

代东风标致308于去年9月底正式上市，这是一款全面应用了标致新一代设计风格的产品，得益于此，它的投放，开启了汽车颜值的新时代。与此同时，东风标致还为其量身打造了创新的营销模式——粉丝营销。从市场的反馈来看，这一创新无疑是成功的。

相比而言，东风标致4008于去年11月中旬的到来，则颇有几分“千呼万唤始出来”的味道。这款兼具“先见设计”“先觉体验”“先锋科技”三大产品优势的“高端智能欧系SUV”，自亮相便备受关注。它的投放，填补了东风标致在中级SUV市场的空白，而其采用的创新营销模式——以“新知探享者”为目标开展的圈层营销，也属行业领先。从东风标致4008上市后一车难求的热销态势，便可印证其不俗的产品力和精准的产品定位。

纵观2016年东风标致的足迹，不难看出



出，这一年，东风标致不仅完成了一系列的调整，更是通过搭载着新设计和新技术的新产品的陆续投放，开始了新一轮的品牌征程。按照目前披露的消息，在2017年，东风标致还将有三款新产品投放。相信，凭借着2016年收官战的出色表现，以及更加完整的产品布局，东风标致接下来的市场表现将更加值得期待。