

签而优约 家有“医”靠

呼和浩特市家庭医生签约服务提质升级

●本报记者 张秋焱

清晨,当第一缕阳光洒向青城,新城区毫沁营卫生院家庭医生团队的一天已经悄然开启。在他们负责的签约居民中,高龄老人始终是重点呵护的对象。80岁的村民任先生突发胸痛,家属一个电话,立刻激活了一套完善的家庭医生应急机制——快速初诊、绿色通道转诊、与上级医院高效联动,最终老人转危为安。

这样的暖心场景,正在呼和浩特市各个社区不断涌现:海鑫苑小区行动不便的武阿姨急需更换尿管,新城区东风路东社区卫生服务中心护士长刘艳迅速带队上门服务;锡林北路社区一位居民身体突感不适,家庭医生高嘉敏团队携带设备立即出动,细致问诊、检查到位……

目前,呼和浩特市家庭医生签约服务,正实现从“签而有约”到“签而优约”的提质升级,日益成为市民健康管理中不可或缺的一环。这一切,得益于近年来呼和浩特市卫健委始终坚持以人民健康为中心,持续推进并保障家庭医生签约服务的高质量发展。

强基固本 筑牢基层健康网底

“过去,基层医疗人才短缺是最大瓶颈,现在通过‘强基行动’,我们有了更多手段吸引和留住人才。”市卫生健康委工作人员表示。

为加强家庭医生队伍建设,呼和浩特市以实施“强基行动”为抓手,依托基层医疗卫生机构开展签约服务,推行“县管乡用”“乡招村用”政策,通过对口支援、人才下沉、多点执业、招聘大学生乡村医生等多种方式,有效打破基层人才壁垒,充实家庭医生团队人才力量。

目前全市已组建家庭医生团队958个,总人数3071人。其中,全科医生797人(含基层医疗卫生机构740人、外单位支援57人),专科医生884人(含基层医疗卫生机构648人、外单位支援236人),形成“全科覆盖、专科协同”的服务模式,为慢性病管理、基本医疗服务提供坚实专业保障。全市签约居民已达213.3万人,全人群签约率60.1%,重点人群签约率79.77%。

数字赋能 提升服务可及性

在新城区东街西街街道社区卫生服务中心,记者见到刘医生正使用家庭医生签约服务数字化平台进行随访。“这个平台实现了PC端与移动端的深度融合,我们可以随时调取患者健康档案,及时跟进健康管理。”刘医生表示。

据了解,呼和浩特市创新打造了内蒙古自治区首个深度融合PC端与移动端的家庭医生签约服务数字化平台,以数字化手段赋能家庭医生服务提质增效。

同时,呼和浩特市还制定了《家庭医生签约服务内容基本项目参考清单》,在11种基础服务包基础上,针对不同人群的健康需求制定个性化服务包,实施单一病种闭环管理,并上线医保便民服务电子地图,打造15分钟医保便民服务区,让居民在家门口就能享受到优质医疗服务。

机制创新 激发服务新动能

为确保服务质量,市卫生健康委联合市医疗保障局、市财政局等部门

印发专项通知,完善家庭医生签约服务考评机制,明确服务清单和评价标准,对签约数量、服务质量和居民满意度等进行严格考核,建立正向激励体系。市卫生健康委与市医保局联合开展专项评价,围绕覆盖率、履约率、健康管理效果和患者满意度等18项指标量化考核,并将结果与经费拨付挂钩,推动基层服务由“重签约”转向“重质量”。

与此同时,呼和浩特市还出台《呼和浩特市家庭医生签约服务实施办法》,创新筹资机制,将家庭医生签约纳入医保支付。非重点人群年服务费55元/人,重点人群150元/人,由医保基金、基本公共卫生服务经费和居民个人共同承担。

从“看病难”到“家门口的‘医’靠”,从“被动治疗”到“主动健康”,家庭医生签约服务的高质量发展正在让首府市民享受到更加便捷、高效、贴心的健康服务,真正实现了“签而有约,健康可及”的承诺,为构建和谐健康社会奠定了坚实基础。

呼和浩特市1至8月消费品市场稳中有进

本报讯(记者 刘丽霞)2025年,呼和浩特市聚焦商贸消费、文旅消费,同时开展多项文旅惠民活动,持续激发文旅消费潜力,全市消费品市场总体呈现稳中有进的增长态势。

1至8月,呼和浩特市社会消费品零售总额实现764.5亿元,同比增长9.3%,高于全区0.6个百分点。

按商品形态分,1至8月,商品零售实现零售额680.0亿元,同比增长9.6%;餐饮收入84.5亿元,同比增长7.5%,商品零售增速快于餐饮收入1.9个百分点。

按经营地分,1至8月,城镇消费品零售额726.0亿元,同比增长9.3%;乡村消费品零售额38.5亿元,同比增长10.5%,乡村增速快于城镇1.2个百分点。

消费品市场运行主要呈现三大特点:网络零售持续引领增长,随着数字经济的快速发展和居民消费方式的转变,电商新模式的不断出现,带动企业数字化加速转型,大型电商企业发展势头强劲,成为消费品市场中的主要拉动,极大地刺激了消费欲望,有效带动网络零售增长,1至8月份,全市限额以上通过公共网络实现的商品销售额同比增长54.9%,拉动全市限额以上消费品零售额增长9.6个百分点。文化办公用品类商品增势强劲,随着办公自动化水平不断提升,企业与个人对办公设备的性能、智能化程度提出更高要求,国补政策惠及电脑等产品,推动办公用品类消费需求持续攀升。与此同时,线上渠道的蓬勃发展为文化办公用品销售注入新活力,电商平台、直播带货、限时折扣等多样化营销手段,进一步刺激消费,与办公需求升级形成合力,共同助推文化办公用品类商品销售实现高速增长,1至8月,全市限额以上文化办公用品类商品零售额同比增长218.3%,拉动全市限额以上消费品零售额增长2.4个百分点。通讯器材类商品保持较快增速,1至8月,全市限额以上通讯器材类商品零售额同比增长139.1%,累计拉动全市限额以上消费品零售额增长3.5个百分点。

“首府同心 企业面对面”直播带货辅导会举办

本报讯(记者 吕会生)近日,呼和浩特市工商联举办“首府同心 企业面对面”直播带货辅导会,指导17家民营企业掌握线上营销技能,拓宽销售路径,提升品牌影响力。同时,组织电商对接本地农产品企业,助力“万企兴万村”行动,赋能乡村振兴。

呼和浩特市工商联邀请拥有千万粉丝的直播带货团队为企业开展个性化指导培训,围绕直播策划、话术设计和互动技巧,给予多层次建议,帮助企业熟悉直播销售模式的特点和规律,快速掌握选品条件和带货技巧,提升直播效果,提供从零起步到精准运营的系统化指导。

本次活动是呼和浩特市工商联精准服务企业、优化营商环境的具体举措,更是主动适应新经济模式、搭建政企合作新桥梁的有益尝试。通过提前介入指导,帮助企业提前“练兵”,增强企业运用直播电商开拓市场、打造品牌的能力。

武川县“三讲清一入户”精准宣讲让群众教育入脑入心

本报讯(实习记者 贾思敏 通讯员 李鹏飞)“阿姨,刚才我们讲解的政策您都清楚了吗?家里还有没有什么困难需要我们帮忙?”这是武川县耗赖山乡耗赖山村倾听“民声”服务队在入户“补课问需”时的最后一个规定环节。

自武川县深入贯彻中央八项规定精神,进一步深化“感党恩、听党话、跟党走”群众教育工作以来,全县的9支惠民政策宣讲队和104支倾听“民声”服务队有效协同配合,聚焦推动巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接

“感党恩 听党话 跟党走”群众教育

的工作需求,构建起以惠民政策宣讲队为“主讲辅导”力量、倾听“民声”服务队为“补课问需”力量,其他队伍为帮扶解困主力军的群众教育模式。

各乡镇的惠民政策宣讲队深入村,落开展集中宣讲,内容以群众普遍关心和本村普遍享受的惠民政策为主;各村的倾听“民声”服务队则逐户进行

补课问需,实现“三个讲清”:一是讲清群众对已享受到的惠民政策的了解和掌握程度;二是讲清今后可能享受到的惠民政策,如针对每户不同情况讲解教育(适用孩子尚未入学的家庭)、医疗(涵盖纳入门诊、住院慢性病诊疗及报销政策)、危房改造(面向居住房屋年久的家庭)等领域的政策;三是通

过问需讲清群众关心的其他惠民政策。同时,为保证更多惠民政策让群众随时可查,全县统一印制了惠民惠农补贴项目明白卡,发放至所有常住户,并让群众在明白卡后填写本户所享受到的政策,使群众真正明白惠从何来。

截至目前,全县已开展惠民惠农政策宣讲260场次,发放明白卡10879张,开展“书记讲给书记听”“党员讲给群众听”活动160场次,解决“民声”诉求361个。

锦绣广场“换装升级”



锦绣广场原名伊利广场,占地总面积13735平方米,建成于2001年7月1日,是一座集观赏、休闲于一体的多功能地域性广场。由于建设年代久远,广场的部分设施陈旧老化、褪色严重,基础设施设备缺乏,已经不能满足市民的需求。今年3月,回民区对该广场的功能和景观进行了改造提升。

改造后的锦绣广场不仅增加了曲线步道,还铺设了夜光特色跑道,增添了休憩座凳及健身器材。同时补植开花乔木,在入口营造花境等景观节点,提升不同季节的景观观赏效果,打造出一座清新、活力、现代的游园广场。

■本报记者 祁晓燕
通讯员 李珍 仰建婷 摄

回民区打造“文旅拼图”串联城区漫游路线

本报讯(记者 祁晓燕 通讯员 李珍)近年来,回民区围绕首府“一廊两轴五带”文旅产业发展空间规划,以中山西路商圈为主轴,串联起转角巷、宽巷子、庆凯桥、牛街等文化旅游美食街区,逐步勾勒出一条清晰的城区漫游路线,拼合成一张兼具文化底蕴与时代活力的城区“文旅拼图”。

秋意渐浓,晚风微凉。夜幕降临时分,作为呼和浩特市首条HI-BOX集装箱特色潮玩步行街的转角巷热闹非凡:“大熊猫”趴在街区入口处,错落有致、灯光闪烁的彩色集装箱穿街区,色彩缤纷的店铺招牌以及来自全国各地的美食成为吸引市民、游客前来打卡拍照的强磁力。

“这是您点的咖啡。”9月20日晚,转角巷一家咖啡店中,主理人宋茜一边手冲咖啡,一边热情地回答

着甘肃游客韩菲的问题,“你们逛完转角巷,再向西沿着中山西路步行街、宽巷子、庆凯桥、牛街这条路线溜达,出片率极高。”

在宋茜热情推荐下,韩菲和朋友们来到了百年美食街宽巷子。一路走来,映入眼帘的是川流不息的人群、烟火气十足的街巷青石板,与鳞次栉比的商圈高楼交相辉映。

“刚买了一份稀米羹和红糖、榴莲味的干佃儿,闻着香,入口更香。”韩菲笑着说,“我今天的小目标就是把这里的特色美食都尝一遍。”

宽巷子商铺林立,是集特色美食、休闲购物、网红打卡、非遗传承展示于一体的青城商旅互动地标,已有百余年的历史,承载着呼和浩特数代人记忆深处的味道,见证着回民区人文社会的变迁,既连接着现代商业繁华,又承载着市井烟火

气。2023年,回民区对宽巷子楼体外立面进行全方位打造,突出中国风主题,以及区域风貌和现代感,并积极推广呼和浩特旧城美食文化,挖掘流传百年的“老字号”小吃,建立特色美食小吃非遗孵化基地,擦亮“宽巷子味道”美食品牌,提升文化附加值。

在回民区,夜经济的繁荣,也是文旅热度的直接体现。就在今年的6月29日,“焕新”后的牛街以更加时尚光鲜的面貌重新进入大众视野。

牛街位于新华西街,汇聚了蒙餐、新疆菜、烧烤等主题餐饮店。走进街区,首先映入眼帘的是由港式复古刀牌点亮的流光溢彩的霓虹灯饰长廊。道路两旁,主题花墙悬挂着“牛街拿捏你的味蕾”等潮流标语,拓宽的人行道、增设的艺术休憩座椅、绿植景观,为市民和游客打造

了一个可逛可坐的舒适街区。

在品味美景美食之余,位于扎达盖河畔的古丰书院则给市民、游客带来别样的文化之旅。

古丰书院建于清光绪十一年(1885年),光绪二十九年(1903年),书院改制为归绥中学堂,开绥远官办中学之先河。后屡经沿革,嬗变为今呼和浩特市第一中学,文脉相承,赓续不绝。

“我们沿着中山西路商圈一路走来,逛完宽巷子,在庆凯桥观赏了‘石桥绕月’,品尝了牛街的特色美食,又在古丰书院打卡拍照,这一路下来感觉很有意思。”山西游客王江说。

回民区的“文旅拼图”将地域多元的特色元素巧妙融合,让游客有了更深入的文化体验,成为回民区推进文旅产业发展的新引擎。



童声嘹亮 唱响北疆

9月20日,呼和浩特市文明办、市教育局共同开展“童声里的中国”呼和浩特市少年儿童歌咏展演活动。

活动自6月开展以来,吸引了来自呼和浩特市近40所中小学校、1400余名学生的积极参与。经过层层选拔,最终12组优秀展演团队脱颖而出,站上当天的舞台。图为赛罕区万锦学校学生合唱《给宝宝》。

■本报记者 刘清羽 摄



以劳育美 以美育人

9月22日,由呼和浩特市教育局主办的全市中小學生劳育美育课程建设成果展览活动在回民中学举行。

此次展览内容丰富多样,活动以“实践工作坊”的形式进行现场展示,通过综合性、实践性、体验性的互动,辅以文字展板 and 现场解说等方式,全方位呈现各学校劳动教育和美育课程建设的情况,交流推广优秀的课程建设经验,展现呼和浩特市中小学劳育美育的丰硕成果,促进学生综合素质与创新能力的全面提升。图为武川县第二小学学生展示莜面制作。

■本报记者 刘清羽 摄