

95种中成药启动全国集采

引导中成药价格回归合理

日前，国家医保局指导湖北省医保局牵头开展中成药全国联盟采购工作，此次采购品种清单中共纳入20个中成药产品组，涉及95个中成药产品。国家医保局相关负责人表示，开展中成药全国联盟采购工作，将降低中成药价格、压缩价差，形成更加透明、良性竞争的市场，让广大群众受益。

中成药价格为何差异大？

什么是中成药？中成药是传统中药文化的浓缩精华，相对中药汤剂来说，无需煎煮，可直接使用，同时体积小，便于携带、贮存，尤其方便急危病症患者及需要长期治疗患者的使用，如连花清瘟胶囊、小柴胡颗粒、藿香正气水等，在疾病防治、保障人民群众健康方面发挥了重要作用。

那么，为什么存在同一名称的中成药价格却不同的现象？国家医保局相关负责人表示，近年来，许多群众反映同一种中成药之间价格差异较大，同一种药品在不同企业间有着十几倍甚至几十倍的价格差异。其原因一方面是同一种名称的中成药成分可能不同。另一方面，同种药品剂型不同，不同企业质量标准存在差异均会造成价格存在差异。

据悉，同一名称的化学药要求成分严格一致，但中成药却不同，如具有益气养阴功能的生脉饮口服液，有的用党参做原料，有的用人参加工后形成的红参做原料，而党参、人参、红参都是参类，均具有补气功能。从饮片价格看，红参的价格是党参的2倍，所以用红参做的生脉饮成本会高于用党参做的生脉饮。

此外，中成药不像化学药那样有明确的

质量和疗效一致性评价标准。有的企业严格要求自身产品，质量标准高于其他企业，其产品价格也会高一些。

但还需注意的是，部分中成药因成分不同，剂型不同价格差异数倍或更高，可能是存在价格水分。部分中成药名称、选材、剂型、质量标准均相同，但却出现十几倍甚至数十倍的价差，也说明存在明显的价格水分。

通过集采促进价差合理化

对于为什么要进行中成药集采，国家医保局相关人士表示，通过集采促进价差合理化。湖北省牵头的全国中成药集中带量采购，一方面考虑了当前中成药行业现状，一定程度认可同类药品的初始价格差异，另一方面多措并举压缩同类药品之间的价差，挤出虚高价格水分，让市场竞争更加公平公正。

他表示，集采让价差合理化。例如某企业的产品在综合评分竞争中胜出，其价格还要与用量较大产品组的最低价比较，如价差超过3倍则需进一步降价才能中选。业内形象地将这条3倍线称为“熔断线”。在化学药集采中，“熔断线”是1.8倍，中成药集采采用了3倍“熔断线”，正是考虑到不同企业的中成药产品因选材不同、剂型不同、标准不同等差异，价差可能更大。

通过上述做法，中成药集采有望较好挤出原来虚高的价格水分，助力中药回归“简、便、廉、验”的特性，更好发挥中成药在维护人民群众健康中的作用。

据新华社客户端

“春运提前90天预约抢票”？

铁路12306辟谣

新华社北京12月11日电(记者樊曦)近日,某第三方平台声称“春运抢票开始”“最早可提前90天预约”。对此,铁路12306平台11日发布公告回应。公告表示,铁路12306平台是中国铁路面向社会提供互联网票务服务的唯一官方渠道,从未授权任何第三方平台发售火车票和办理火车票相关业务。

公告表示,第三方平台相关行为纯属营销炒作,与铁路12306平台无关。其行为严重误导广大旅客,扰乱火车票正常票务秩序。

针对购票问题,铁路12306平台提醒广大旅客,通过第三方平台

购票,会遭遇附加费、捆绑销售服务等“陷阱”,还存在个人隐私信息泄露风险、资金安全风险,直接损害旅客出行权益,提示广大旅客通过铁路官方渠道购票,认准铁路12306平台,同时确认票款的收款方为“中国铁路网络有限公司”,避免后续退票、改签时无法收到应退款项。

2025年春运将于1月14日开始,按照目前火车票提前15天开始发售的规则,2024年12月31日将开售春运第一天火车票,铁路12306平台正在进行春运前的系统优化,将发布若干新功能和升级功能。

日均超过一亿单

我国即时配送动能强劲

“人在公园坐，外卖天上来”。在广东深圳市的深圳中心公园，只要位于公园两公里范围内，餐饮食品最快只需要10分钟，便能够通过无人机配送到公园内的无人机空投柜上。

“无人机配送是即时配送的一种新型模式，不仅能降低商户配送成本、增加收入，也能提升消费者的服务体验，保证餐食品新鲜度。”美团无人机公共事务负责人闫琰介绍，今年“五一”假期，美团无人机多条公园景区航线“爆单”，周边商家外卖订单量同比增长超300%；部分商家超八成的外卖订单，游客会指定要求由无人机进行配送。

即时配送是当前物流领域的典型代表行业之一。依托本地生活服务平台，运用数字技术和人力众包等社会物流资源，即时配送平台为外卖餐饮、即时购物及应急需求等线上消费活动提供点对点、无中转、即需即送的快捷配送服务。近年来，即时配送行业呈现出蓬勃发展态势。

中国物流与采购联合会副会长兼秘书长崔忠付介绍，2023年，我国即时配送订单量达到420亿单，配送用户规模超过7亿人次，预计2024年，全国即时配送订单规模将超过480亿单。

即时配送市场在高位保持持续增长，头部企业发展活力强劲。数据显示，美团2024年前三季度即时配送订单量达到187亿单，同比增长18%。阿里9月份发布的季度业绩显示，本地生活集团收入同比增长14%。闪送今年上半年营收从2023年同期的21.22亿元增至22.84亿元。

作为新兴业态，以即时配送体系为基础的高时效性到家消费业态即时零售，为促消费注入强劲动能。商务部国际贸易经济合作研究院发布的《即时零售行业发展报告》显示，近年来，即时零售行业

的年均增长速度超过50%，2023年我国即时零售规模达到6500亿元，同比增长28.89%。

“在消费者更加追求‘万物到家’‘即时需求、即时满足’的新消费观念背景下，即时零售正在为即时配送行业提供更多重要增量场景。”崔忠付说。

即时配送也在稳就业、扩收入方面发挥着越来越显著的社会价值。

中国新就业形态研究中心发布的《2023中国蓝领群体就业研究报告》显示，2023年我国外卖员月均收入为6803元，显著高于蓝领群体的平均月收入6043元，位居蓝领群体收入前三名。以美团、饿了么为代表的平台企业通过参与新就业形态职业伤害保障试点、制定骑手激励政策、培训骑手职业技能等方式，多途径保障外卖员的权益。

新业态蓬勃发展，离不开好政策。今年1月，国务院办公厅发布《关于促进即时配送行业高质量发展的指导意见》，提出加强对即时配送行业的政策支持引导，完善行业管理，营造公平竞争的发展环境，保障消费者和网约配送员合法权益，促进即时配送行业加快健康规范有序发展。同时，指导意见也围绕增强即时配送行业服务和带动能力、营造良好发展环境、完善即时配送行业管理等方面，制定了一系列具体措施。

当前，即时配送行业在快速发展的同时，也面临着如人力成本上升、交通拥堵等问题和挑战，给行业发展带来了一定的压力。

“新的发展周期下，即时配送行业要充分发挥供需衔接与促进作用，进一步完善服务网络和布局，拓展业务范围和领域，支撑引领餐饮、零售等行业拓宽销售渠道、提升发展能级，更好满足消费者多样化即时需求。”崔忠付说。

据新华社



高原匠心：指尖塑千面

12月9日，合作社的工匠们在工作间合影。

在拉萨市达孜区雪乡民间传统手工艺农民专业合作社的小院里，拉萨布制面具制作技艺西藏自治区级非遗传承人西洛和徒弟们忙得热火朝天，他们正在制作面具。面具制作工序繁杂，制作一个面具包括雕刻、分层、风干和喷漆等十几道工序。

2012年，在政府的扶持下，西洛创办了传统手工艺合作社，主要制作和销售藏戏面具。西洛说，近年来，合作社不断吸纳当地群众学习面具制作技艺，不仅为当地群众提供就业机会，也进一步助力非物质文化遗产的保护和发展。

新华社发