我国将制定国家短缺药品清单

清单中品种允许企业在集中采购平台自主报价、直接挂网

国家卫健委最新发布的《国家短缺药品清单管理办法(试行)(征求意见稿)》明确提出,我国将组织制定国家短缺药品清单和临床必需易短缺药品重点监测清单。

根据《意见稿》,短缺药品是指经我国药品监督管理部门批准上市,临床必需且不可替代或者不可完全替代,在一定时间或一定区域内供应不足或不稳定的药品。临床必需易短缺药品是指经我国药品监督管理部门批准上市,临床必需且不可替代或者不可完全替代,供应来源少,存在供给短缺风险,重点关注基本药物和急(抢)救、重大疾病、公共卫生及特殊人群等用药。为加强药品短缺风险预警,国家对临床必需易短缺药品进行重点监测。

《意见稿》规定,制定、调整国家短缺药品清单和临床必需易短缺药品重点监测清单应当以保障临床需求为导向,坚持科学审慎、分级应对、上下联动的原则。国家卫生健康委明确承担短缺药品监测工作的部门,综合分析短缺药品多源信息采集平台监测信息和部门联通共享信息,原则上以同期纳入3个及以上省级短缺药品清单,省级联动机制通过直接挂网、自主备案和药品储备等方式在一定时间内仍无法有效解决短缺问题的药品,形成国家短缺药品基础清单。

国家卫生健康委承担短缺药品监测工作的部门根据以下信息综合分析形成国家临床必需易短缺药品重点监测基础清单:纳入省级临床必需易短缺药品重点监测清单的药品;省级报告的短缺药品信息;国家短缺药品多源信息采集平台监测信息;部门联通共享信息;生产企业数量少、临床需求量小且不确定的基本药物、急(抢)救、重大疾病、公共卫生、特殊人群等用药信息。

对于国家和省级短缺药品清单中的品种,允许企业在省级药品集中采购平台上自主报价、直接挂网,医疗机构自主采购。对于临床必需易短缺药品重点监测清单和短缺药品清单中的药品,省级药品集中采购平台上无企业挂网或没有列入本省份集中采购目录的,医疗机构可提出采购需求,线下搜寻药品生产企业,并与药品供应企业直接议价,按照公平原则协商确定采购价格,在省级药品集中采购平台自主备案,做到公开透明。

《意见稿》还指出,下一步要将加强短缺药品清单和临床必需易短缺药品重点监测清单中药品的价格异常情况监测预警,强化价格常态化监管,加大对原料药垄断等违法行为的执法力度,分类妥善处理药品价格过快上涨问题。

此外,属于下列情形之一的品种,应当从国家短缺药品清单中调出:市场供应充足、能够形成有效竞争、基本满足临床需求的;可被风险效益比或成本效益比更优的新品种所替代的。

根据卫健委官方发布的最新消息,2018年监测到的139个短缺药目前大部分已经复产供应。 刘 欢

“土味洋味”齐飞 “下沉升级”并存

——从电商年货大数据看消费新趋势

原产地“土味”农产品热销,进口“洋味”龙虾车厘子进入寻常百姓家,三线及以下城市和乡镇市场需求被快速激活,不同消费群体对年货品质要求越来越高……春节临近,各大电商年货节红红火火,群体需求更细分、品质要求更高、选择更丰富的年货市场,折射中国百姓消费升级不断加快。

年货春意浓:“土味”“洋味”“文化味”

春节临近,各平台“年货节”促销活动各显神通:有的开辟“地方特色土货”专区,“土年货”和“洋年货”同台展销;有的推出“年货系列万人团”,开展“百亿补贴”“限时秒杀”等促销活动;还有的和故宫文创旗舰店联手推出文创产品,文艺范儿满满。

年货节成为农产品进城“直通车”。2020天猫年货节首日,山西运城冰糖心红富士苹果卖出1000吨,成为当日最受欢迎年货水果;山东红心蜜薯卖出200吨,成为当日最受欢迎年货蔬菜。天猫淘宝年货节负责人彭美说,借助电网渠道,原产地直供农产品走俏。今年天猫年货节已经卖出3.8亿斤优质农产品,让每位参与其中的农民增收1037元。

“拼多多年货节去年12月20日零时启动,持续到今年1月15日,联手30万商家,主打品牌农产品。”拼多多新农业事业部高级总监韩东原介绍,今年猪肉价格上涨,其他肉类需求相应增加,该平台联合百年老字号东来顺供应羊肉、伊赛供应牛肉等。

“土年货”借助电商热销,“洋年货”借助电商进入寻常人家。京东大数据显示,该平台今年1月上旬进口水果消费额环比去年12月同期提升2.2倍,香蕉、智利车厘子、龙眼是销量最高的进口水果。

年货“文化味”越来越浓。京东大数据显示,以故宫IP产品、非遗年画&瑞兽礼盒为代表的文创产品热销。2019年12月,由故宫博物院、西藏自治区文物局等联合主办的“须弥福寿——当扎什伦布寺遇上紫禁城展”现场系列文创产品均设有电子价签,消费者扫码即可下单。同时,故宫文创旗舰店和京东联合打造线上展览,同步上线展览中的文创产品。

消费趋势显:“市场下沉”“品质升级”

电商年货节火爆的背后,是我国消费市场的进一步被激活,尤其是三线及以下城市的消费能力得到释放。昔日“左右一只鸡、右手一只鸭”传统办年货方式,正逐渐变成“手机一点、年货到家”。

“市场下沉”趋势凸显。三线及以下城市、乡镇购买力持续提升,对进口商品消费热情高涨。京东大数据显示,年货节期间,三线及以下城市的消费金额同比增长5.6倍,其中进口商品消费同比增长9.8倍。

京东大数据显示,三线及以下城市消费者对礼盒较为偏爱,占全站礼盒销量1/3以上,橙子、苹果和车厘子礼盒最受青睐。为了过个温暖的春节,年货节期间空调销售额同比增长超过200%,暖风机销售额同比增长85%。

年货“品质升级”特征明显。2020天猫年货节肉类销售排行:大连海参、青岛基围虾、锡林郭勒羔羊、北极甜虾、海鲜大礼包;水果销售数量排行:山西红富士、不知火丑橘、爱媛冰糖橙、智利车厘子。

“年夜饭消费也升级。”彭美分析说,除了传统家常菜,网购基围虾、波士顿龙虾、内蒙古羊腿羊排等,在家煮大餐,年夜饭越发丰富。

智能穿戴产品等电子产品连年“受宠”。合肥市民陆女士说,考虑到父母平常吃穿都不缺,她挑选了可实时监测心率健康的智能手环和最新款电动牙刷,作为送给父母的新年礼物。

规模越来越大:孕育巨大消费新动力

专家分析认为,年货消费发生在一年伊始,具有风向标特征,年货经济繁荣会带旺全年消费基调,形成良好消费氛围,为全年的消费增长创造便利条件。

中国贸促会研究院国际贸易研究部主任赵萍说,近年来,年货经济规模越来越大,每年都有新亮点、新趋势,孕育巨大消费新动力。新消费时尚会传导到上游供给端,促进供给结构优化,实现产业和消费双升级,有利于经济高质量发展。

“品质消费更突出,进口年货占比越来越高,休闲类、体验类产品越来越受欢迎,创意类年货走俏。”赵萍说,这是今年年货经济鲜明特点,体现国人对美好生活的追求。

在不乏亮点的同时,年货经济还有很多潜力有待发掘。专家认为,从未来品质消费升级需求来看,进口商品占比仍有待提高。此外,服务消费占比偏低。因此,年货经济不能忽视服务的供给能力。文化、娱乐、休闲、体育、健康等多个领域增加供给,是繁荣年货经济的重要抓手。

“当前供给端对消费时尚的引领作用,还有待进一步提升。”赵萍等专家建议,年货市场供给端应通过引进或创造更多新产品、新服务,打造新消费亮点,挖掘新消费需求,使年货市场更繁荣。

据新华社