

“网络小广告”泛滥 线上违规销售频现

# 药品非法流通已形成暴利产业链

生活观察

药品非法流通,关系到百姓身体健康和生命安全。笔者在多地调查了解到,这一现象依然存在,给群众用药安全带来严重威胁,对药品市场秩序造成不良影响。

业内人士呼吁,要进一步健全药品监管长效机制,开发推广应用先进技术,完善对医疗机构和线上药品销售平台的监管力度,同时加强相关宣传培训,提升社会安全用药意识。

## 药品非法流通隐蔽性强形成暴利产业链

笔者采访了解到,当前药品非法流通的主要形式有串货、从医疗机构套购药品进行销售、国外走私进口药品等,一些案件查处难度不断加大。

熟人团伙作案,隐蔽性强。江西省南昌市公安局东湖分局治安大队四中队队长周俊义介绍,2021年10月,民警查处一起非法倒卖药品案件,犯罪嫌疑人苏某通过中铁快运发送物品至湖北张某。经查,这一非法倒卖药品案涉案人员众多,犯罪网络复杂,共查获利用医保骗保出来的药品200多个品种、5万余盒,抓获犯罪嫌疑人15人,查获储值金8个,冻结用于交易的银行卡16张,涉案资金近300万元,涉案价值2亿多元,涉及湖北、四川、福建、上海等14个省市区。

受访人士指出,这一案件非常典型,呈现出家族化、地域化、网络化等特点,多为亲属关系,家庭成员、亲属之间相对信任,对外隐蔽性强,分布全国各地极易集结。

非法销售形成黑色产业链,性质恶劣。知情人士透露,一些犯罪团伙从医院及周边药店零散收购药品,将药品集中整理打包,通过物流收发货,再进行倒卖,形成完整的犯罪产业链条。

一般来说,犯罪嫌疑人是“一对多”从参保人手中收购药品,医保骗保人员涉案金额小、立案难、数量多,需要从是否为医保药、是否为骗保获取的药品等多方面收集证据,增加了侦查难度。

值得关注的是,在一些特殊时期,在上级“药贩子”掌握市场或药店需求后,由下级“药贩子”教唆参保人开出处方所需药品,这种行为可能造成药品暂时短缺、价格抬高、扰乱市场的现象。

业内人士指出,此类“代购”多为个人销售,既没有经营许可,也没有依据使用者的处方售药,不符合相关规定。

《药品网络销售监督管理办法》提出,通过网络向个人销售处方药的,应当确保处方来源真实、可靠,实行实名制,并严格按照有关规定进行处方审核调配。然而,一些药品网购平台同样存在涉嫌违法违规的情况。

笔者采访了解到,按照一些药品网购平台指引,包括小分子抗病毒药物阿兹夫定等在内的处方药可在线上经问诊、开方、查验后购药。有业内人士指出,“这些渠道在操作上可能存在越线情况,即代购方或平台方并没有严格审核购买者的处方。”

与此同时,一些“抢手药”私下交易溢价高,“网络小广告”泛滥、快递运输安全难保障等情况突出。例如,一些药品说明书明确在未开封前需要在2到8摄氏度环境下保存。然而,不少私下流通的药品在实际运输时难

以保证全程监管,在冷链运输以外的储存环节存在很大安全风险,甚至有的快递仅使用“普通快递加冰袋”的方式运输。

## 规范药品市场 整治非法流通

基层干群指出,基层药品监管机构普遍存在人手不足、专业人才短缺等问题,面临资金投入不足、执法装备落后、缺乏先进技术手段等实际困难,相关工作亟待加强。

健全药品监管长效机制,形成监管合力。受访人士建议,可由医保、卫健、药监、市场监管、邮政管理等有关方面组成联动机制,加强对医保基金运行、医院药品管理、药品市场流通等多环节的联合监管。有条件的地区可探索建立药品监督协管员、信息员制度,及时掌握就医用药情况。针对医疗机构和药品网购平台,开展联合检查和突击检查相结合的专项行动,严格执行药品经营质量管理规范,加大对违法行为的打击力度。

加大宣传培训教育力度,提升全社会用药安全意识。对医疗机构、药品经营从业人员加强业务和法律培训。对药品非法流通案件,定期向社会公开。引导老年人等参保人不贪小利,保证药品流通渠道合法合规,自觉抵制非法流通药品。

(杨思琪 闵尊涛 黄凯莹 王昆)

「无理由退货」不应被钻空子

近日,一网店商家被大学生“占便宜”到崩溃的新闻上了热搜。事情原委是山西某大学的学生在一家网店购买了一批表演服,活动结束后以“七天无理由退货”为由集体退货。退回来的衣服明显有穿过的痕迹,混杂着汗水的味道,已经无法二次销售。店家气愤地把这件事发到社交网站,怒斥学校:“这就是你们教出来的当代大学生吗?”一时引发网友热议。

无独有偶,刚过去的“六一”儿童节,一些网店卖家也爆料遭遇退货大军。情形差不多,都是为了表演节目购买衣物,表演结束后家长就以“七天无理由退货”为由退货。面对这类退货行为,哪个商家都气愤。之前媒体还曾曝光过,某平台上有一个群体,她们专门研究怎样才能成功地穿过礼服退给商家,还把“成功的案例”发到网络上炫耀。

退货可以无理由,做人岂能无底线?权利的行使有边界,“无理由”并不等于“无条件”,无论法律还是道德都不支持这种“鸡贼”的行为。从法律规定来看,“七天无理由退货”的规定是为了保障消费者的合法权益。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》规定,消费者在购买商品后七天内可以无理由要求退货。但同时,该法也规定,如果消费者退货的商品已经使用或者影响二次销售,商家可以拒绝退货。在这次事件中,学生们购买的表演服已经使用并影响二次销售,商家完全有权拒绝退货。之前,杭州互联网法院判过一起网购退货引发的纠纷案件,一家婚庆公司网购60只花瓶,使用后要求“七天无理由退货”被拒,该婚庆公司起诉网店,最终被法院驳回。

从市场行为来说,买与卖是市场行为的两端,一端不欺,一端不滥,买卖双方诚实守信才能营造良好的消费环境。网购因为消费者不能亲眼见到商品,存在信息不对称问题,“七天无理由退货”是给予消费者合法的后悔权,保障消费者的利益不受损害,进而倒逼商家重视商品质量和服务,这本是双赢的举措。而任性滥用规则,却淋漓尽致地展现了所谓的“聪明”和“精致的利己”,最终伤人伤己。任何保护机制都必须建立在公平合理的基础上,保护买家权益并非要让卖家吃哑巴亏。有些买家看似“聪明”的行为,却违背了诚实守信的基本原则,如果放任这类行为泛滥,最终损害的是消费者的整体权益,增加的是整个社会的运行成本。

再说到个人,把占便宜看成“小聪明”,把奸猾看成“大能力”,真是典型的价值观错位。一个诚信的人未必富有,但一定是文明人。钻规则空子,即使占了点便宜,也是把自己活成了“聪明的野蛮人”,何以心安?何以理得?要知道,契约精神和诚实守信是文明社会的基石,是文明人的基本素质,做人不能没有底线。(陈进红)

## 榆林推行“大厅之外无审批” 群众办事“只进一扇门”

本报讯(张乐佳 周锦鹏)近日,笔者从榆林市行政审批服务局获悉:今年,榆林市积极开展“大厅之外无审批”专项行动,着力打造好“榆快办、零烦恼”城市服务品牌。截至目前,可在榆林市政务服务大厅办理的行政审批和便民服务等事项已达1090项。

据介绍,今年以来,针对未进驻的行政许可、便民服务等事项,榆林市政务服务大厅线上线下全面实现“应进必进”,夯实“综窗改革”工作基础,形成“前台综合受理、后台限时办结、统一窗口出件”的服务模式,通过厘清638项市级政府部门行政审批事项,最终确定榆林市财政局等22个部门的203项行政审批事项全部进驻榆林市政务服务中心,实现群众办事“只进一扇门”。

## 首届西安国际美食博览会6月15日开幕

本报讯(轩轶杨)6月15日-18日,首届西安国际美食博览会将在西安国际会展中心开幕。本届美食博览会以“国际美食之都·中华美食之源”为主题,旨在通过系列活动,打造一个“国际性、文化性、融合性”盛会。

本次博览会由三大展会+六大论坛+一场西安美食产业探秘之旅组成。其中,六大论坛将围绕西安美食国际之都建设、餐饮品牌发展、陕派团餐、陕西食材、陕西预制菜等方面展开全面对话。三场展会包括第八届西安餐饮供应链博览会暨第二届陕菜供应链大会、国际美食嘉年华、陕西名宴展,希望能让世界了解陕西美食、了解陕菜企业,让企业有更多机会交流,向外界发声。

## 企业快讯

### 西北工业集团:开展专项劳动竞赛活动

本报讯(李艳)近日,中国兵器西北工业集团结合公司经营目标和重点工作,开展了“比贡献、赛业绩”“比干劲、赛速度”“比措施、赛成果”“比责任、赛实绩”“比践行、赛风貌”“比作风、赛效率”的“六比六赛”专项劳动竞赛活动,推动主题教育走深走实。

劳动竞赛活动的开展,充分调动了职工的干劲儿,极大提升了工作效率,引导职工将主题教育的成效转化为攻坚克难、干事创业的实际行动,高质量完成生产经营任务。

### 陕煤运销榆中公司:举办职工健步走活动

本报讯(王典政)近日,陕煤运销榆中公司组建职工“健步团”开展健步走活动,旨在倡导快乐工作、健康生活理念,充分调动职工奋勇争先、展现自我的竞争氛围。

后续,该公司还将开展职工羽毛球训练、瑜伽班等活动,持续活跃职工的文化体育生活,激发全体职工干事创业的热情,增强职工对企业的认同感、归属感,为企业高质量发展凝聚合力。

### 安康农商银行:去年末资产总额达264.72亿元

本报讯(赖家斌)5月30日,安康市召开五一劳动奖和工人先锋号暨金州工匠颁奖大会,表彰一批在全市经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态文明建设和党的建设中涌现出的先进集体和优秀职工。安康农商银行名列其中,获得安康市“五一劳动奖状”殊荣。截至2022年末,该行资产总额达264.72亿元,存、贷款市场份额稳居辖内金融机构首位,为助力乡村振兴、服务区域经济社会发展作出了突出贡献。

### 陕西应用物理化学研究所:召开安全生产专题会

本报讯(范新尧)近日,陕西应用物理化学研究所召开安全生产专题会暨“安全生产月”活动启动会,全面部署安排“安全生产月”活动。

会议强调,要提高政治站位,扎实开展“安全生产月”活动;持续深入开展风险辨识和隐患排查治理;强化火灾、洪涝等灾害应急响应;统筹好科研生产任务保障和安全生产,确保“安全生产月”各项活动落到实处、取得实效,为研究所高质量发展夯实安全基础。

6月8日起 端午小长假 火车票正式开售

星期三 6月7日	星期三 6月21日
星期四 6月8日	星期四 6月22日(端午假期)
星期五 6月9日	星期五 6月23日(端午假期)
星期六 6月10日	星期六 6月24日(端午假期)

来源:中国铁路

6月6日,银西高铁在西安国际港务区城市林带中飞驰而过,绘就了一幅“绿”韵流淌的美丽画卷。近年来,随着铁路沿线环境整治、绿色生态长廊建设,铁路沿线变得绿意盎然,为旅客的旅游增添了更好的视觉体验。曹欣 摄



## 我国外贸连续4个月保持正增长

新华社北京6月7日电(记者 邹多)面对外需走弱带来的挑战,我国外贸韧性持续显现。海关总署7日发布的数据显示,今年前5个月,我国货物贸易进出口总值16.77万亿元,同比增长4.7%。其中5月单月进出口3.45万亿元,增长0.5%,月度进出口连续4个月保持正增长。

具体来看,前5个月,出口9.62万亿元,同比增长8.1%;进口7.15万亿元,增长0.5%;5月当月,出口1.95万亿元,下降0.8%;进口1.5万亿元,增长2.3%。

海关总署统计分析司司长吕大良表示,今年以来,我国经济发展呈现回升向好态势,为外贸稳增长提供了有力支撑。此外,陆续出台的外贸稳增长举措,帮助外贸经营主体积极应对外需走弱带来的挑战,有效捕捉市场机遇,推动我国外贸持续保持正增长。

今年以来,我国文旅市场复苏势头强劲。随着2023年全国高考昨日开启,即将到期的以毕业旅行开场的“暑期档”或将再次掀起一波文旅消费热潮。

北京社科院研究员王鹏表示,即将到期的文旅市场“暑期档”或将再次迎来爆发期,随着暑假到来创造的“天时”,叠加青年人出于增加见识等考量,其或成为“暑期档”出行的“主力军”。基于此情况,各地也适时上新旅游产品和服务,以满足青年人的消费习惯。

### 亲子游或成暑期档“主力军”

随着天气渐热、暑假临近等因素影响日益明显,文旅市场将迎来2023“暑期档”,出行需求再掀新高潮。据木鸟民宿CEO黄越表示,自5月中旬以来,平台民宿预订便开始呈现增长势头,截至6月2日,木鸟民宿暑期订单量已是2019年同期的3.3倍。

据同程研究院与腾讯TIM联合发布的文旅消费洞察数据显示,18岁至25岁和45岁至55岁这两个年龄段的消费者未来出游意愿均超90%,26岁至44岁消费主力人群的出游意愿也超80%。

同时,同程研究院首席研究员程超功表示,按照往年规律,暑期前半段将主要以18岁至25岁的青年假期出行、毕业旅行等需求为主导,7月中下旬至8月上旬将是亲子游的高峰时段。

笔者随机采访了几位北京的学生和家长,受访者均表达了暑期出行意愿,一方面是为了劳逸结合,非劳孩子一学期的辛苦学

习,另一方面是为了增长孩子的眼界,所谓“读万卷书行万里路”。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇表示,随着中高考的结束,青年人将有更多的时间和机会进行暑期旅行,他们对个性化、多样化的旅游产品和体验将有更高需求。

### 多景区推“沉浸式”迎年轻群体

“结合暑期机票及度假线路的预售情况来看,文旅市场暑期旺季将有不俗表现。从结构上看,亲子游需求会非常强劲,整个暑

进河北省文化和旅游市场恢复振兴。在相关政策指引下,多地景区景点积极创造新的消费场景,提升服务质量和游客消费体验。例如,围绕暑期出行青年占主体的趋势,多景区推出“沉浸式”,以迎合消费需求,提振文旅市场新动能:重庆璧山区秀湖公园推出古风沉浸式剧本体验项目,游客以“剧中人”完成任务的方式在景区游览;陕西华清宫景区举办花神海选等活动,营造沉浸式唐宫节庆氛围……

王鹏表示,出于年轻人个性十足、社交需求强等特征,对深度文化、体验游的需求

更为旺盛,例如,主题市集、进行角色扮演、数字技术等是其较为感兴趣的形式。为此,各地不断上新消费新场景,推出各种专题性质、主题性质的活动也是为了更好迎合该消费群体的诉求,类似的形式或消费场景也会越来越多。

### 多方参与支持文旅市场持续复苏

“今年以来,国内文旅消费复苏进度超预期,并呈现出出行距离增加,各年龄段消费意愿旺盛等特征。”程超功介绍,首先,平均出行距离增长了30%左右;其次,不同年龄层人群的消费意愿都很强,特别是一老一小

期旺季的人群结构、消费结构等将回归正常。”诚如程超功所言,今年暑期文旅市场火爆程度可期。

在此背景之下,全国多地纷纷围绕暑期文旅市场特征做好相应准备,出台暑期促消费政策措施,进一步提振消费信心。

例如,河南于近日印发《进一步促进文化和旅游消费若干政策措施的通知》,明确八项措施大力激发文旅消费活力,进一步擦亮“行走河南·读懂中国”品牌。河北印发的《关于推动文化和旅游市场恢复振兴的若干措施》提出,从优化旅游产品结构布局、促进文化和旅游消费等多方面加快促

伙伴关系协定》(RCEP)其他成员进出口稳定增长。前5个月,RCEP占我国外贸比重超过30%。其中,东盟继续为我国第一大贸易伙伴,进出口2.59万亿元,同比增长9.9%。欧盟为我国第二大贸易伙伴,进出口2.28万亿元,增长3.6%。美国和日本分别为第三和第四大贸易伙伴,同比分别下降5.5%和下降3.5%。

同期,我国对“一带一路”沿线国家合计进出口5.78万亿元,同比增长13.2%,其中对哈萨克斯坦等中亚五国增长44%。

此外,受“新三样”产品出口快速增长拉动,前5个月,我国出口机电产品同比增长9.5%,占出口总值的57.9%,出口劳动密集型产品1.65万亿元,增长5.4%。

“今年暑期,亲子游需求会非常强劲,整个暑期出游基本恢复,周末亲子游特别是学龄前儿童的周末亲子游消费需求旺盛,一些优质亲子游产品预订火爆。另外,50岁以上中老年群体的出游意愿最为强烈,直接带动了传统跟团游市场的强劲复苏。”

面对文旅市场消费快速复苏,程超功建议,住宿、文旅接待单位、目的地需要互相协同,加速供给端的恢复,确保服务能力跟得上需求恢复的节奏,在出游旺季继续做好预约、疏导等前置工作,为人们良好的出游体验保驾护航,为消费恢复增加信心。

“文旅市场持续复苏离不开各方共同努力。”安光勇则表示,首先,政府应持续加大对旅游行业的支持力度,推出促进旅游消费的政策和措施,鼓励人们积极参与旅游活动;其次,旅游从业者应提供优质的旅游产品和服务,关注客户需求的变化,创新旅游产品和线路,提高用户体验和满意度;同时,线下旅游平台和在线旅游平台应提供全面的旅游信息、预订服务和个性化推荐,增强用户对旅游的信任感和满意度。

另外,在王鹏看来,除了上述举措外,文旅市场产品和服务还应顺应市场变化,利用好融媒体等多元化技术手段,进行有效宣传,打造文旅资源的厚重感,以便提供更好更优质的服务。(田鹏)

## 文旅市场“暑期档”即将开启

### 亲子游或成出行“主力军”

亲子游或成出行“主力军”。随着天气渐热、暑假临近等因素影响日益明显,文旅市场将迎来2023“暑期档”,出行需求再掀新高潮。据木鸟民宿CEO黄越表示,自5月中旬以来,平台民宿预订便开始呈现增长势头,截至6月2日,木鸟民宿暑期订单量已是2019年同期的3.3倍。

同时,同程研究院首席研究员程超功表示,按照往年规律,暑期前半段将主要以18岁至25岁的青年假期出行、毕业旅行等需求为主导,7月中下旬至8月上旬将是亲子游的高峰时段。

笔者随机采访了几位北京的学生和家长,受访者均表达了暑期出行意愿,一方面是为了劳逸结合,非劳孩子一学期的辛苦学

习,另一方面是为了增长孩子的眼界,所谓“读万卷书行万里路”。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇表示,随着中高考的结束,青年人将有更多的时间和机会进行暑期旅行,他们对个性化、多样化的旅游产品和体验将有更高需求。

北京社科院研究员王鹏表示,即将到期的文旅市场“暑期档”或将再次迎来爆发期,随着暑假到来创造的“天时”,叠加青年人出于增加见识等考量,其或成为“暑期档”出行的“主力军”。基于此情况,各地也适时上新旅游产品和服务,以满足青年人的消费习惯。