

居家和社区医养结合服务指南发布

新华社北京11月10日电(记者李恒)为进一步规范居家和社区医养结合服务内容,提高服务质量,在深入调查研究、广泛征求意见的基础上,国家卫生健康委会同国家中医药局、国家疾控局研究制定了《居家和社区医养结合服务指南(试行)》,并于近日对外公布。指南参考相关部门标准规范,遵循全面性、准确性、时效性和实用性的原则,对医疗卫生机构在居家和社区环境下所提供的医养结合服务内容和要求作出了规范。

指南所称居家和社区医养结合服务是指有条件的医疗卫生机构通过多种方式,为居家养老和社区养老的老年人提供所需的医疗卫生服务,包括到老年人家中或社区养老服务设施或机构,为有需求的老年人提供医疗巡诊、家庭病床、居家医疗服务等医疗卫生服务。

指南对居家和社区医养结合服务的总体要求、基本要求、服务内容与要求、服务流程与要求等4方面作出了明确规范。其中明确,居家和社区医养结合服务的服务对象是辖区内医养结合服务需求的居家养老和社区养老的老年人,重点是失能(含失智)、慢性病、高龄、残疾、疾病康复或终末期、出院后仍需医疗服务的老年人。服务内容应包括健康教育、健康管理服务、医疗巡诊服务、家庭病床服务、居家医疗服务、中医药服务、心理精神支持服务、转诊服务等。

据了解,本指南适用于提供居家和社区医养结合服务的各级各类医疗卫生机构,对医疗卫生机构在居家和社区环境下所提供的医养结合服务内容和要求作出了规范,医疗卫生机构可以根据机构类型、执业范围、服务能力和老年人需求确定服务内容。相关机构提供的医疗卫生服务应用现行医疗卫生服务的规范、标准和管理规定。

据数据,本指南适用于提供居家和社区医养结合服务的各级各类医疗卫生机构,对医疗卫生机构在居家和社区环境下所提供的医养结合服务内容和要求作出了规范,医疗卫生机构可以根据机构类型、执业范围、服务能力和老年人需求确定服务内容。相关机构提供的医疗卫生服务应用现行医疗卫生服务的规范、标准和管理规定。

航天五院西安分院助力中星6E卫星成功发射

本报讯(记者李旭东)11月9日19时23分,由航天科技集团五院抓总研制的中星6E卫星在西昌卫星发射中心成功发射。航天五院西安分院承担了该卫星转发器分系统、天线分系统、跟踪子系统和中继子系统的研制任务。

据了解,中星6E卫星是一颗地球静止轨道广电专用传输卫星,在轨运行后,将作为主力星承担广电安播业务,并且为我国通信业务市场提供服务,满足政府专网、应急通信、企业专网的需求,为我国以及“一带一路”国家和地区提供优质服务。还凭借多项“新”能力拓展了卫星功能,增加了8K超高清业务,用户收视范围以及用户收视质量获得大幅提升。

8K分辨率相当于3300万像素,其显示细节是4K信号的4倍、高清信号的16倍。为了满足广播电视8K超高清信号传输,西安分院中星6E卫星研制团队为卫星配置了4路高频带宽通道,同时增大了载荷功率,使得数据传输速率得到显著提升,有效增强了C频段广播电视传输业务能力。

中星6E卫星在提升C频段广播电视传输能力的基础上,还建设了具备数字化处理能力的Ku频段、Ka频段高通量资源。为此,西安分院研制团队首次采用了Ku多波束天线和第四代数字透明处理器相融合的有效载荷配置,极大增强了Ku高通量载荷的灵活性,实现了宽带接入业务,为我国通信领域在轨灵活载荷技术的推广应用奠定了重要基础。

西安分院研制团队在中星6E卫星上首次应用了第四代数字透明处理器,带宽达到上代产品的4倍,使得高通量通信传输更加高效快捷,进一步推动我国数字透明处理技术取得长足进步。在研制过程中,为了满足卫星应用需求,西安分院积极推进星地同步建设应用,自主研发了地面数字透明处理控制站,实现了数字透明处理资源的管控和状态监视。

利君制药两款药品中标全国第九批药品集采

本报讯(王江黎)11月6日,备受国内医药行业和社会广泛关注的第九批国家药品集中带量采购在上海开标,共有262家企业角逐42个品种的中选资格。其中,陕西药企利君制药参与竞标的派奇(阿奇霉素干混悬剂)、利君定(盐酸乌拉地尔注射液)2个品种3个品规成功中标。

据了解,本次国采参与企业众多、竞争激烈,利君制药参与的两个品规组竞争企业超过十家。经过层层角逐,最终利君制药派奇(0.1g)以第五顺位中标,将供应山东、陕西、贵州3个省;利君定(5ml)(10ml)以第十顺位中标,将供应上海、内蒙古、西藏3个省、区。采购周期为4年,执行至2027年12月31日。

近年来,利君制药始终致力于为患者提供更安全、更有效的药物,积极推进仿制药质量和疗效一致性研究,经过不懈努力,以利君沙、派奇、利迈先等为主的大环内酯类药物先后过评。截至目前,利君制药已有8个品种10个品规的产品通过一致性评价,并有2个品种3个品规的产品成功中标国采。这些成果为企业进一步优化产品结构,加快转型升级步伐、赋能高质量发展奠定了坚实基础,同时对降低患者用药负担、切实保障人民健康发挥更大作用。

据了解,本次国采参与企业众多、竞争激烈,利君制药参与的两个品规组竞争企业超过十家。经过层层角逐,最终利君制药派奇(0.1g)以第五顺位中标,将供应山东、陕西、贵州3个省;利君定(5ml)(10ml)以第十顺位中标,将供应上海、内蒙古、西藏3个省、区。采购周期为4年,执行至2027年12月31日。

近年来,利君制药始终致力于为患者提供更安全、更有效的药物,积极推进仿制药质量和疗效一致性研究,经过不懈努力,以利君沙、派奇、利迈先等为主的大环内酯类药物先后过评。截至目前,利君制药已有8个品种10个品规的产品通过一致性评价,并有2个品种3个品规的产品成功中标国采。这些成果为企业进一步优化产品结构,加快转型升级步伐、赋能高质量发展奠定了坚实基础,同时对降低患者用药负担、切实保障人民健康发挥更大作用。

编者按

随着一年一度的“双十一”来临,各大平台、直播间相继推出各种各样的促销活动,吸引了大量消费者的目光。与此同时,这几年随着直播带货的兴起,人们的网购方式发生了变化,以前是缺什么买什么,现在经常跟着带货“网红”下单囤货,然而这样买真的靠谱吗?应该看到,面对商家那些天花乱坠的叫卖声,消费者逐渐清醒并拒绝沦为被流量操纵的“韭菜”,我们希望那些“网红”带货主播别沦为被流量支配的“工具人”。

人为控评、话术预设、流量收割

小心“双十一”直播间购物套路你

11月7日,在某电商平台直播间,主播在销售商品时声称所销售的护肤品“760元的价格,只有1000单,拍完就没有了。”不到1分钟后,主播激动地说,“还有最后100单”,营造出一种销量秒杀、尽快抢单的氛围。然而,在直播结束后点击进入商品链接可以看到,该套护肤品已销售2000多单,价格一直是760元。

近年来,直播购物已成为消费者购物的重要方式之一。最近,“双十一”大促上演,在各大电商平台上,直播带货成为最热门的营销方式,直播间专属、限量秒杀等促销活动令消费者眼花缭乱。诚然,直播带货能帮助商家在短时间内吸引粉丝、增加流量,提高品牌的销售量和知名度。但与直播带货有关的行业乱象也层出不穷,消费者的合法权益难以得到有效保障。

频带货直播间买一些过冬的衣服鞋子。她发现,有些粉丝数千或数万的博主,用一些带货话术,将自己带货的运动鞋称为“倒钩”,“这些鞋和某品牌运动鞋的外形高度相似,简直‘傻傻分不清’”。郑茜感到很无奈。

在一个短视频平台上,郑茜看到一些带货博主,对网友询价的评论,仅回复一个“加微信私聊”的表情。

郑茜添加对方微信询价得知,雪地靴100多元至400多元,三合一冲锋衣不到500元、羽绒服800多元。卖家在微信朋友圈发的服装鞋子样图,和一些品牌产品的外观高度相似,“比如,羽绒服只是品牌标志的字母间隔不同,普通消费者很难看出差别。这些主播所谓高仿货,就是知假售假。而且购买规则是‘只换不退、换货邮费自理’。”

她意识到,这些主播之所以不在直播间留言区直接回答网友问题,而是要求加微信私聊,就是为了尽量避开监管。如果消费者购买产品出现了问题,就只能自认倒霉。消费者的正当权益完全无法得到保障。

间进行“点评赞”等操作,这是一群专门提供虚假好评的“网络水军”。

抖音电商后台工作人员发现了这些异常数据,迅速做出了相应处置并将相关线索移交给警方。近日,山东平邑警方打掉了10个“网络水军”涉嫌犯罪团伙,以非法利用信息网络罪、非法经营罪立案,抓获犯罪嫌疑人12人,起获140余台服务器,相关团伙涉案金额达500余万元。平邑警方表示,这些网络水军使用群控软件控制大量机器人账号,在视频、直播、电商等服务下刷量、控评,不仅编造虚假信息、收割流量,危害网络生态,而且损害消费者权益。

首先应由平台加强监管

如何对直播行业乱象进行有效把控、监管,平台责任首当其冲。

抖音电商相关负责人表示,平台持续升级迭代治理模型和技术手段,密切关注直播过程中用户的评论互动,一旦发现主播违规行为,将实时发出提醒警告,对未及时整改或严重违规行为,会执行直播中断、主播追加扣分、取消带货资格等处罚措施。平台管控的违规行为,既包括违法违规、不良导向等社交平台常见的违规行为,也包括电商业务模式下特有的虚假宣传、违规营销等影响用户购物体验的行为。

10月30日,浙江省杭州市司法局发布《直播电商产业合规指引(征求意见稿)》,其中合规指引包括主体合规、直播账号合规、商品及服务合规、直播营销合规等方面内容。

针对网络直播带货乱象,合规指引中均有涉及的规范性条款。如第二章“直播电商从业者”的合规规定里,除了要取得行政许可和备案,直播从业者不得要求商家签订“最低价协议”,或采取其他排除、限制竞争的协议、决议或协同行为;此外,关于价格合法的内容,提示直播电商从业者不得通过低价倾销、价格串通、哄抬价格、价格欺诈等方式擅自自主定价权。合规指引中还对依法纳税、谨慎对待代言人责任、个人信息保护、消费者权益保护等方面做了明确。

电商平台销售乱象频发

多位业内人士称,电商主播的话术都是有套路的。某文化公司MCN负责人吴秋璐透露说,所谓“9块9限量50单”“19块9限时1秒钟”的推销,实则是经过培训的话术,这些骗互动、骗流量、骗用户、骗消费的“剧本直播”、特定人设的直播套路,严重侵害了消费者的知情权。

进入多家电商平台直播间可以看到,很多鞋帽服饰、食品等商品没有产地及生产合格证。一些商家主播使用例如“一抹就能白”“三天就见效”等话术,过分夸大商品功效。在价格方面,很多商品所谓的直播间专属价格和平时的活动价基本保持一致。上海市松江区法院法官谢铭提示说,“由于主播水准、与货主关系、对货品了解程度不一,在直播间从心动到行动之间,建议要求销售客服全面披露产品信息、货主名称、地址等信息。”

中国消费者协会发布的《2022年“双十一”消费维权舆情分析报告》显示,直播销售乱象成为消费者维权焦点之一。今年4月24日,北京阳光消费大数据研究院联合对外经济贸易大学消费者保护法研究中心、消费者网等机构发布的《直播销售消费维权舆情分析报告》显示,2022年直播销售消费维权舆情主要反映了产品质量、虚假宣传、不文明带货、价格误导、发货、退换货、销售违禁商品以及诱导场外交易等8方面问题。其中产品质量和虚假宣传仍是直播销售的主要问题,有关产品质量问题的维权位居首位。

谢铭指出,直播销售是一种新颖、便利的网络营销业态,主播如桥梁般连接起商家与不特定的潜在客户,同时也造就了更多销售层级与信息差。他指出,网络直播销售同样适用广告法、电子商务法、产品质量法、消费者权益保护法等相关法律法规。如果存在虚假宣传等消费欺诈行为,销售方可能要承担退一赔三等惩罚性法律责任,故参与各方均应守法合规,谨慎对待直播销售行为。

《2020年中国直播电商行业研究报告》指出,直播电商平均退货率为30%-50%,远高于传统电商退货率的10%-15%。黄明经营一家女装网店,据他了解,“一些电商直播售出的服装,退货率甚至高达70%。”而消费者在主播们营造的“限量销售、不买就亏”的气氛中,易于冲动消费,当购买后反悔,以商家7天无理由退货为由选择退货时,双方常常就退货是否符合退货条件、货品是否相符、运输费用等产生争议。

虚假刷单等行为同样有可能损害消费者权益。数百台手机排列成一排排方阵,屏幕上闪烁着各色电商直播的画面。在一款“群控软件”的统一发号施令下,百台手机就能齐刷刷地对直播

品进行比价,甚至还列了excel表格对比数据。“主打一个按需购买,不花冤枉钱。”许凯向记者展示了他的表格清单,各类商品价格、优惠活动等信息一目了然。

因此,更趋于理性务实,追求高性价比,成为不少年轻消费者的选择。本报记者 宁紫艳

电商平台销售乱象频发

多位业内人士称,电商主播的话术都是有套路的。某文化公司MCN负责人吴秋璐透露说,所谓“9块9限量50单”“19块9限时1秒钟”的推销,实则是经过培训的话术,这些骗互动、骗流量、骗用户、骗消费的“剧本直播”、特定人设的直播套路,严重侵害了消费者的知情权。

进入多家电商平台直播间可以看到,很多鞋帽服饰、食品等商品没有产地及生产合格证。一些商家主播使用例如“一抹就能白”“三天就见效”等话术,过分夸大商品功效。在价格方面,很多商品所谓的直播间专属价格和平时的活动价基本保持一致。上海市松江区法院法官谢铭提示说,“由于主播水准、与货主关系、对货品了解程度不一,在直播间从心动到行动之间,建议要求销售客服全面披露产品信息、货主名称、地址等信息。”

中国消费者协会发布的《2022年“双十一”消费维权舆情分析报告》显示,直播销售乱象成为消费者维权焦点之一。今年4月24日,北京阳光消费大数据研究院联合对外经济贸易大学消费者保护法研究中心、消费者网等机构发布的《直播销售消费维权舆情分析报告》显示,2022年直播销售消费维权舆情主要反映了产品质量、虚假宣传、不文明带货、价格误导、发货、退换货、销售违禁商品以及诱导场外交易等8方面问题。其中产品质量和虚假宣传仍是直播销售的主要问题,有关产品质量问题的维权位居首位。

谢铭指出,直播销售是一种新颖、便利的网络营销业态,主播如桥梁般连接起商家与不特定的潜在客户,同时也造就了更多销售层级与信息差。他指出,网络直播销售同样适用广告法、电子商务法、产品质量法、消费者权益保护法等相关法律法规。如果存在虚假宣传等消费欺诈行为,销售方可能要承担退一赔三等惩罚性法律责任,故参与各方均应守法合规,谨慎对待直播销售行为。

《2020年中国直播电商行业研究报告》指出,直播电商平均退货率为30%-50%,远高于传统电商退货率的10%-15%。黄明经营一家女装网店,据他了解,“一些电商直播售出的服装,退货率甚至高达70%。”而消费者在主播们营造的“限量销售、不买就亏”的气氛中,易于冲动消费,当购买后反悔,以商家7天无理由退货为由选择退货时,双方常常就退货是否符合退货条件、货品是否相符、运输费用等产生争议。

虚假刷单等行为同样有可能损害消费者权益。数百台手机排列成一排排方阵,屏幕上闪烁着各色电商直播的画面。在一款“群控软件”的统一发号施令下,百台手机就能齐刷刷地对直播

这个“双十一”,你“买买买”了吗

年轻消费者更趋于理性务实

“双十一必囤好物清单”“满减活动盘点”“红包领用指南”……10月下旬至今,随着各大电商平台铺天盖地的活动宣传,一年一度的“双十一”大促又拉开了帷幕。记者观察发现,面对各平台卖力吆喝的“全网最低价”折扣促销,不少年轻消费者表示不再盲目跟风囤货,消费热情不高,“双十一买不动了”更是一度登上微博热搜话题榜。

“现在全年的‘消费’实在太多了,‘双十一’不是唯一选择。”95后消费者汪玲告诉记者,她已经几年都没有特别关注过“双十一”了。“平时需要用到的东西实时就可以下单,没必要都等到双十一再买。而且除了‘双十一’,年中618以及中秋、国庆等各种节点,网上都有促销活动。”在她看来,全年各类促销活动让人应接不暇,多数商品的优惠力度差别并不显著。“之前有一次我加购的商品,临近‘双十一’反而还涨了价,先涨价再减券,活动满减还有什么意义呢?”汪玲对于电商平台部分商

品的低价噱头持怀疑态度。

刷到必囤好物的“种草”视频,00后消费者陈嘉直接长按点了“不感兴趣”。“我前几年囤的面膜还没有用完,今年说什么都不囤了。”陈嘉对记者说,与其禁不住美妆博主的“倾情安利”跟风下单,不如干脆屏蔽掉这些信息。“趁低价的时候买看似是优惠,但有的护肤品过期了还没用完,实际上还是浪费。”陈嘉说,今年“双十一”她仅下单了纸巾、洗脸巾等日常消耗品,没有再盲目跟风囤货。

“10月底第一波预售我已经消费近一万元了,主要是一些家具家电。”下班地铁上,正在用手机观看某家具直播专场的许凯说,他近期刚装修完新房,正好在“双十一”促销期间购置家具家电。“前期我也做了攻略,平台满减加上品牌活动,到手还是比平时划算的。”许凯告诉记者,在确定所购品牌和型号后,他会在淘宝、京东、抖音商城



等各平台进行比价,甚至还列了excel表格对比数据。“主打一个按需购买,不花冤枉钱。”许凯向记者展示了他的表格清单,各类商品价格、优惠活动等信息一目了然。

因此,更趋于理性务实,追求高性价比,成为不少年轻消费者的选择。本报记者 宁紫艳



少些套路多些实惠 让购物节回归本质

今年,“双十一”迎来了它的第15个年头。2009年天猫发起第一场“双十一”促销活动,交易额远超预期,此后,随着越来越多的商家和平台的加入,“双十一”逐渐成了影响中国电子商务业的年度盛事。

在那个没有直播带货,没有预售定金的年代,一句“全场五折”的口号,让消费者纷纷“剁手”。随着时间的推移,各平台“双十一”的玩法越来越丰富,从“叠猫猫”到“分现金”玩法越来越花,套路也越来越深,纷繁芜杂的规则背后到底有没有为消费者带来切实的优惠?

购物节的优势在于为消费者带来更多的实惠和服务,一味地玩弄数字游戏、文字游戏只会“搬起石头砸自己的脚”。直播间里“为家人谋福利”,实则“先涨价后促销”等种种套路,损害的是平台的声誉,伤害的是消费者的心。因此,只有设身处地地为消费者考虑,不断提供优质的产品和服务,“双十一”购物节才能永不落幕。

今年是全网寻“最低价”的一年,各大直播间纷纷打出“最低价”的标签,平台甚至不惜自掏腰包进行补贴,吸引消费者购物。是“控价”还是“低价”,我们不得而知。但是,一味地沉迷于低价竞争并非长远之计。目前“最低价”的竞争大多建立在商家让利的基

础上,商家的利润空间是有限的,当价格已经“无利可让”,品牌又该如何吸引消费者并保持竞争力呢?

“全网最低价”比的不仅是价格,更是商品与服务。“低价”固然重要,但是保证产品质量与服务也同样不可忽视。对于低价竞争中出现的“质量次”“售后差”“残次品”等问题,不仅损害了消费者的合法权益,也不利于行业的长远发展。随着购物节的日益繁多,网友的消费日趋理性,对于产品的质量和使用体验有了更高的追求。作为品牌方,只有不断为消费者提供优质的产品,满足消费者的需求,才能在激烈的行业竞争中脱颖而出。

对于消费者而言,面对日益变化的营销手段,层出不穷的产品,我们应保持理性的态度。在“限时秒杀”“福利商品”的营销套路面前,不妨三思,不为消费主义所裹挟,选购自己真正需要的产品。面对“双十一”期间频发的“提货卡”“快递丢失”等为名义的骗局,广大消费者更应擦亮自己的双眼,注意保护个人信息,不轻信、不转账、不汇款,以免造成经济损失。

总而言之,少些套路,多些优惠,让消费者买得放心,用得安心,真诚地为消费者提供优质产品与服务,“双十一”购物节才能行稳致远。(孙嘉良)

企业快讯

国网省电力公司:举办机械化施工及运检装备展览会

本报讯(记者钟洁)“现在使用配网钻杆立杆一体机,适应丘陵、水田、平原等各类环境下的自主作业,立杆从2-3名工人作业2至3天,到现在的仅需7分钟,施工效率大幅提升。”11月9日,在陕西配电网机械化施工及运检装备展览会上,咸亨国际科技股份有限公司销售工程师金猛介绍说。

据了解,为推动公司配网工程项目部向标准化、施工单位向专业化、作业方式向机械化、管理手段向数字化“四个转型升级”,国网陕西省电力有限公司举办陕西配电网机械化施工及运检装备展览会。本次展览会重点围绕配网工程高空作业、设备安装、挖坑立杆、电缆敷设等场景机械以及部分配网检修、抢修、应急、带电装备展示。有26家国内行业领先的企业参加展览,观展人数达2800余人,将大力提高配网检修、抢修、应急等作业效率。

据了解,为推动公司配网工程项目部向标准化、施工单位向专业化、作业方式向机械化、管理手段向数字化“四个转型升级”,国网陕西省电力有限公司举办陕西配电网机械化施工及运检装备展览会。本次展览会重点围绕配网工程高空作业、设备安装、挖坑立杆、电缆敷设等场景机械以及部分配网检修、抢修、应急、带电装备展示。有26家国内行业领先的企业参加展览,观展人数达2800余人,将大力提高配网检修、抢修、应急等作业效率。

西北一棉纺织股份有限公司:开展“119消防宣传月”活动

本报讯(汪鹏斌)11月9日,西北一棉纺织股份有限公司联合咸阳物产集团公司开展“119消防宣传月”启动活动,进一步增强居民的消防安全意识。

本次活动邀请渭城曙光救援队的专家

现场普及消防安全应急逃生知识,讲解灭火器的使用方法,现场部分人员还进行了实际模拟火场实操训练。同时,为公司消防志愿者服务队授旗,队员们进行了队列、灭火操作实战技能演练。



为进一步丰富员工企业文化生活,陕西交控集团西渭分公司工会联合华山景区开展“金秋好时节 赏少华红叶”主题活动,11月1日至12月31日期间,公司员工可领取专属定制优惠券游览少华山,每人可带5名亲朋好友,在规定时间内享受票价30%优惠政策。邵晓斌 摄

11月8日,西安高新区暨西安高科集团有限公司2023年“消防宣传月”启动会及消防安全观摩活动在陕建集团承建的秦瑞铭园项目举办,共计240余人参加。田宇 摄