

读懂“每一个小群体都不该被放弃”的坚守与权衡

本报评论员 李丹青



如何充分利用有限的基金，更好满足百姓日益增长的医疗健康需求，在“保基本”，优先考虑患病群体大、使用量多的药品的同时，满足那些患者人数少、病种庞杂、药价高的小群体的用药需求，保障药企的合理利润空间，考验着医保管理部门在平衡患者需求和基金承受能力方面的智慧。

“希望企业拿出更有诚意的报价，每一个小群体都不该被放弃”——近日，随着2021年国家医保药品目录正式公布，一段医保谈判专家与药企代表谈判的视频刷屏网络。“灵魂砍价”再现，引来不少点赞。

用于治疗脊髓性肌萎缩症(SAM)的“诺

西那生纳注射液”曾因“70万元一针”的天价引发热议。一段时间以来，罕见病患者的经济负担沉重，其用药保障问题备受社会关注。视频中，双方谈的正是这一药物，若干回合后，双方达成了最终的价格。

此次调整，新入医保的74种药品中，7种是罕见病用药。公众明显感觉到医保不放弃每一个小群体的决心和努力，同时不免担心，将小众却昂贵的罕见病用药纳入医保，会不会对医保基金产生冲击，挤占大多数慢性病、常见病用药的医保费用？

这其中确实有医保基金的权衡的学问。一方面，这些原本高价的药品，只有开出平民价，方可获得谈判资格，并在价格谈妥后进入医保。纵观近4年开展的医保药品目录准入谈判，谈判新增药品价格的平均降幅分别为56.7%、60.7、53.8%和61.71%。

另一方面，国家医保局自2018年成立以来，在医保控费方面打出改革组合拳：组织国家药品集中带量采购，动态调整医保药品目录、将一批“神药”“僵尸药”调出目录或目录内药品再降价，持续推进支付方式改革，等等。前不久，中国药学会发布的《医保药品管理改革进展与成效蓝皮书》显示，仅集中带量采购一项改革，从施行起至今年9月，累计节约费用约2500亿元。

这些举措节省了医保支出，为罕见病用药、肿瘤用药等临床急需的药品进入医保提供了资金空间，有助于扩大患者受益面，提升用药保障水平。

当然，将更多救命救急药纳入医保，前提是坚守基金可承受的底线。一个不容忽视的现实是，我国已经建立起覆盖全民的基本医疗保障制度，医保承担着保障13.6亿人身体的健康的重要职责，每年为药品支出约8000亿元基金。同时，我国还是发展中国家，医保基金筹资水平和保障能力还十分有限，因此要坚持“保基本”的功能定位，找到一个绝大部分患者都能用得起的价格，满足广大参保人的基本用药需求。

而要实现“保基本”，必须做好基金测算，坚持总量控制，严格预算管理，综合考虑参保人合理的用药需求、药品临床价值、创新程度、市场竞争等因素，对药品进行全方位、多角度的科学评估，充分评估基金和患者的负担水平。

同时，还要杜绝天价药进医保。天价药只有降为平民价，才有机会进入医保。在今年医保药品目录调整过程中，媒体热议的120万元一针的天价抗癌药，由于远超基金承受能力和百姓负担水平，未能通过评审，未获得谈判资格。目前，国家医保目录内所有药品年治疗费用均未超过30万元。这些都

政务新媒体完全可以有趣有料又有品

罗筱晓

据12月6日《北京青年报》报道，近日，有网友在人民网的领导留言板给广东深圳市相关领导留言，称某些政务部门和医疗机构的微信公众号使用低俗标题吸引眼球博流量，建议整改，并附图举例，直指“深圳卫健委”“北京大学深圳医院”。12月5日，深圳市卫生健康委员会回复表示后续会适当收缩推文尺度，保持专业、中性、客观的风格，在宣传上做到雅俗共赏、老少皆宜，使卫生健康传播为更多的用户所接受。同时，深圳卫健委也表示会沟通北京大学深圳医院，切实做好宣传工作。

“深圳卫健委”因为擅于借鉴大众传播中的新玩法，敢于探索市民喜闻乐见的宣传手段，积累了上千万的粉丝。此次遭到投诉，也引发了广泛讨论，网友的态度明显分为两类。

有人觉得文中有“情景小剧场”、有统计数字、有用通俗易懂的语言解释的医学专业知识，不仅吸引人看，而且看过之后能学到东西，达到了宣传目的。也有人认为，标题和部分配图欠妥，而且在该公号过往的文章中，也常有用谐音、网络缩写或“内涵图”打擦边球的现象。

跳出事件本身，此番针对“深圳卫健委”的争论，反映的其实是诸多政务新媒体工作者可能处于的两种现状。其一，有的政务部门对新媒体账号“开而不管”，长期不发言、不更新；有的账号只是复制粘贴官方文件、通知，缺乏互动性、服务性；有的发布的内容虽好，但因为缺乏“网感”或过于端着架子，

难以吸引网友注意。其二，一批政务新媒体账号因懂人心、说人话，又有真材实料，成功出圈。

作为涉及面极广的官方发声渠道，一方面，政务号应该尽可能把不同年龄、不同身份的群体都视为潜在受众，进而确定自己的风格和“人设”；另一方面，应时刻注意在接地气和不“三俗”之间找到更好的平衡，同时不被网络上存在的一些不良之风带偏方向。

今年11月底，国务院办公厅发布了《国务院办公厅关于全面加强新时代语言文字工作的意见》，其中专门提到要强化对互联网等各类新媒体语言文字使用的规范和管理，坚决遏阻庸俗暴戾网络语言传播。在这方面，政务新媒体账号更应带头示范。

政务宣传进军新媒体只有几年时间，什么样的宣传方式能被更多人接受、起到最好的效果，需要不断探索。从这个角度看，“深圳卫健委”公号风格引发的热议其实是一件好事。

去年丁真走红，各地文旅官方账号纷纷下场“抢人”并借机推介本地旅游资源；在短视频平台，吉林四平市公安局将真实案例适度艺术加工后，自导自演的一系列警方与犯罪嫌疑人“斗智斗勇”的短剧，在轻松普法的同时收获了上亿次点赞；四川一医院结合当地方言，配上自制的熊猫表情包和漫画推出的系列医学科普文章广受欢迎；不少博物馆以拟人身份相互“串门”、相互捧场为文博热又加了一把火……

这些成功案例都说明，不擦边球、不要小聪明、不在危险的边缘试探，以干实事的劲头动脑筋、花功夫、想办法，政务新媒体账号完全可以有趣、有料又有品。



据媒体报道，近日，四川泸州某小区，一个未熄灭的烟头从天而降，掉落在一婴儿车上并将车顶顶穿，所幸婴儿家人发现及时，未造成伤害。事后因无人承认，民警表示可能会采集每个业主的DNA。随后，一男子向警方自首，经审讯和DNA比对，该男子正是扔烟头者。目前，因该男子诚恳道歉，已获得婴儿家人谅解。

高空抛物，堪称“悬在城市上空的痛”，由此导致的悲剧不少。今年3月1日，最新刑法修正案生效，“高空抛物”正式入刑，至今已有100余人因高空抛物罪被提起公诉。事实上，有法可依之后，取证难仍是绕不开的坎儿，也是高空抛物行为仍多发的原因之一。上述警方一查到底的死磕精神值得点赞，这也再次证明了升级技术手段、高效取证的重要性。用更短时间、以更小成本锁定责任人，才能让法律长出“牙齿”，更好地维护“头顶上的安全”，也才能倒逼、震慑更多人，讲文明、守法律，不要随意“以身试法”。赵春青/图 温超/文



“好人条款”可以降低人们处于困境中的弱者施以援手时的信息甄别成本，让人们没有后顾之忧，也不必担心被讹诈。这对维护社会和谐、弘扬中华民族传统美德、增强社会个体间的黏合度具有重要的价值。

窦海阳

据《每日经济新闻》报道，近日，“做心肺复苏压断老人12根肋骨遭索赔”一案的二审维持了原判，救助人不应对被压断肋骨的老人承担民事责任。该判决所依据的主要条款就是我国《民法典》中被称为“好人条款”的第184条，即“因自愿实施紧急救助行为造成受助人损害的，救助人不承担民事责任”。

在原来的《民法通则》中，仅有见义勇为造成行为人自身损害时如何对损害进行补偿的规定。而现在的《民法典》第184条主要是针对行为人造成损害时免于责任的规定。此条款的目的在于实现对见义勇为行为的倡导和保护。

近年来，社会上出现了一些让“英雄流血又流泪”的事件，并引发广泛关注，法律对于见义勇为者缺乏足够保护是其中重要的原因。如果放任类似事件不断重演，无

疑会影响社会风气和道德水平。对见义勇为者予以保护和鼓励，匡正社会风气，维护我国优良传统的合理性及必要性已经成为共识。由《民法典》对相关问题的明确规定，有利于进一步发挥民法所倡导的公平精神，使见义勇为者在“路见不平拔刀相助”之后能够得到应有的公平对待。

这条“好人条款”还可以在在一定程度上对“职业碰瓷”现象形成约束。现实中，有部分人专门以“碰瓷”受伤、讹诈钱财为业。而“好人条款”明确了“因实施见义勇为行为造成助人损害的，无须承担民事责任”，这可以降低人们对处于困境中的弱者施以援手时的信息甄别成本，让人们没有后顾之忧，也不必担心被讹诈。因此，“好人条款”对维护社会和谐、弘扬中华民族传统美德、增强社会个体间的黏合度具有重要的价值。

见义勇为是一个具有浓厚伦道德色彩的概念。从民法的视角来看，其属于广义的无因管理行为。社科院版的《民法典评注》指出，见义勇为行为，无论是挺身而出制止正在发生的犯罪或侵权活动，还是在灾情、险情等紧迫情境下保护、挽救遇到危险的人，抑或是抢救国家、集体和他人的财产，都符合无因管理的构成要件，即属于在没有约定或法定义务的情况下，为他人之利益所进行的管理他人事务的行为。只不过这种无因管理行为因其发生的场合具有一定的特殊性，需要以特殊的规范进行调整。

对于这种行为，各国民法典多将其规定于“无因管理”一章。如《意大利民法典》第

2030条规定，“管理人负有与受托人相同的义务；但是，鉴于导致管理人进行管理的情况，法官得降低管理人因其过失所承担的损害赔偿责任”。这正是针对特殊情况下的无因管理行为所设置的条款。《法国民法典》第1374条亦规定，“管理人应当对该事务之管理给予善良管理人应有的注意。但对因管理人的过错或懈怠所引起的损害赔偿，法官得视致使管理人负责管理事务的具体情形，酌情减轻之”。《德国民法典》第680条则将此种行为称为“为避开危险而管理事务”，从而进行特殊的调整。与之类似的还有《日本民法典》第698条中的“紧急无因管理”概念。

我国《民法典》第184条用“紧急救助行为”来表达见义勇为行为。一方面，以“紧急”一词作为修饰，能够突显此类行为通常具有的特点；另一方面，紧急救助行为的概念更着重于突出此类行为在私法视角上所具有的意义以及其中含有的权利义务关系，是更为严谨的法律概念。但是，紧急救助行为与见义勇为的概念一样，都难以涵盖该条所要针对的行为的前提要件，即实施该行为的人首先必须是并不负有法定或约定的实施救助义务的人。也就是说，履行法定或者约定的救助义务不应构成该条所称的“紧急救助行为”。如《人民警察法》规定“人民警察遇到公民人身、财产安全受到侵犯或者处于其他危险情形，应当立即救助”。由于人民警察等具有特殊技能，负有相关职责，当然要承担对相关人士提供救助的义务。而且在履行此种义务的过程中，应当符合该行业领域职责要求的注

体现了医保基金“保基本”的原则。

天价罕见病用药降价进医保，极大减轻了患者及其家庭的就医负担。由于罕见病患者人数少、市场需求小、药品研发成本高，因此，相关治疗药物被称为“孤儿药”。从70万元砍到3万元左右，有业内人士担心，这是否会打击药企的研发积极性，一旦药企缺少自主创新的积极性，最终吃亏的还是患者。

对此，医保基金也有充分的预判。医保药品准入谈判前，都会有基金测算。在基金测算基础上，谈判追求的不是最低价，而是合理价。让药企有合理的利润区间，避免挫伤其创新药物的积极性，同样是医保药品准入谈判中的重要考虑因素。

如何充分利用有限的基金，更好地满足百姓日益增长的医疗健康需求，在“保基本”，优先考虑患病群体大、使用量多的药品的同时，满足那些患者人数少、病种庞杂、药价高的小群体的用药需求，保障药企的合理利润空间，考验着医保管理部门在平衡患者需求和基金承受能力方面的智慧。要尽力而为，也要量力而行。

“每一个小群体都不该被放弃”，是对人民至上、生命至上理念的生动诠释。今后，期待医保在“保基本”的功能定位上，不断释放改革红利，提升用药保障水平，让医保惠民之光为更多百姓带来生活的希望。



吴迪

近日，某知名网红书店因深陷“关店潮”受到关注。其在关停北京、成都、西安的部分门店后，又相继关闭了深圳、广州的多家门店。目前，不少网红书店纷纷着手战略调整，他们或许已认识到，光靠形式上的“颜值”救不了实体书店，还得找到真正可持续的盈利模式。

近年来，有不少网红书店都曾迎来高光时刻。有的因独特的装修设计、消费体验，成为一些网红的打卡地、摆拍取景地，吸引了一批批粉丝前去“拔草”。

几年前，我曾慕名光顾北京一家新开业的网红书店。与传统书店相比，这里与其说是有阅读气氛，不如说更有消费人气。店内的灯饰、卡座吧台，以及内嵌的茶餐厅等设置，让这里更像是个盛放“小资情调”的盒子，一些顾客或倚在落地窗前拍几张“慵懒午后阅读时光”的照片，或端一盏咖啡边品鉴边翻书……

从当时的热度看，“传统书店网红出路”的形势似乎一片大好。可没想到短短几年间，大部分网红书店就经历了资本青睐—注资—扩张—撤资—萎缩的过程。

从顾客角度看，真正阅读的人未必喜欢热闹，而光顾网红书店的更多是追求新奇消费点、蹭热度的人。特别是，当前不少社交平台上点赞、评论等功能的激励和关注效应，让人们更愿意到网红打卡地“到此一游”，至于是网红书店还是网红饭店，并不重要。就像去奥运冠军、各路网红家门口打卡的人一样，当收获过点赞和流量后，热情渐渐就退了。

从资本的角度看，其向来是利聚而来利尽而散——网红书店有流量时便是投资风口，资本可以加速布局，而当人气带不动流量时，便是撤资之时。书店被卷入其中，扩张、萎缩，似乎多少有些身不由己。加之，运营管理上缺乏契合实际的长远规划、市场研究、读者群分析，一哄而上、一哄而散也在意料之中。

书是一样的书，但不同的书店聚合着不同的“读书人”。为了某种气氛和人设而光临书店，本身就大概率与读书无关。阅读是精神上汲取、交流、碰撞的过程，读者需要时间来体会、积淀，这必然要心无旁骛。假如书籍从书店里的主角变成了某些人“凹造型”的道具，书店的性质与发展必然也会相应地发生改变。此时，何必给一个普通消费场所冠以“书店”的名号，又何必强求一个流量变现项目走书店之路呢？

这不是说书店就应该老气横秋、循规蹈矩，也不是说传统书店不能网红化。问题的关键在于，既然定位是书店，那么落脚点自然还应该是在“书店”二字上。如何不偏不废、把握阅读的灵魂，放大阅读的魅力和吸引力，是书店经营的根本。

海子有一句诗：“今夜我不关心人类，我只想你。”而我想说：今天我不关心网红书店如何扩张，只想知道未来书店应该是什么样、读书究竟该是什么氛围——这其实也是传统书店获客、网红书店转型应思考的，到底要“因网红而人气”还是要“因人气而网红”？

网红景点“天空之境”就是很好的例子。位于青海省的茶卡盐湖在短视频时代知名度越来越大，这让不少地方看到商机，湖南某地用几间镜子搭建的山寨版“天空之境”，被游客骂上热搜，几天一夜间“凉凉”。

业内正在寻找网红书店变革之道，而资本在此时退潮、冷静，某种程度上有利于行业更加理性、谋定而动。让实体书店“长红”，未来市场的变数或许不会少，但愿不要忘记阅读和书店最初的样子——读书本该心无旁骛，书店从来不是“情调气氛组”。

让读书这件雅事更高级些、更有“门槛”，未必不好……

用数字手段管理员工须以尊重人、不违法为前提

付彪

打卡签到、管理上网行为、追踪员工的沟通记录、视频监控办公场所……如今，不少企业通过各种数字化手段对员工进行行为约束与管理，这种“数字化监控”的方式引发热议。日前就有一家公司通过统计排查非工作流量信息，对员工在办公区域内看视频、听音乐等“摸鱼”行为通报处罚。（见12月6日《工人日报》）

“互联网+”时代，职场运用数字化方式开展管理的情况越来越普遍。比如，企业通过数据的定位、记录、存储，掌握员工考勤、绩效表现和工作量等情况。这可以弥补传统管理方式的不足，一定程度上提升管理效果，但也引发了诸多争议。不少人认为，此举涉嫌侵犯隐私，是对劳动者的不尊重，还可能损害员工工作热情。比如，2019年，某企业把具有定位功能的智能手环用于监控环卫工的“上班状态”，引起舆论热议。有网友调侃：耕地的牛一旦不出力，后面的农夫就会啪啪地甩鞭子，这个智能手表与鞭子有异曲同工之妙。

职场“数字化监控”须有正确打开方式。首先，数字化监管不是把人装进无缝隙监管的数据里，而是要尊重人性和尊严，将数字化管理的精度和管理的温度结合起来，以科技向善来促进劳动关系和谐，促进企业和员工的共同发展。真正的数字化管理，核心是服务于人、裨益于人，进而让工作更高效、企业运行更有序。

其次，要厘清法律的边界，不能侵犯员工的权益。我国个人信息保护法明确，“按照依法制定的劳动规章制度和依法签订的集体合同实施人力资源管理所必需”，个人信息处理者方可处理个人信息。比如，企业出于管理需要，在办公场所安装摄像头，须告知所有员工。在收集、处理员工信息的过程中，必须控制个人信息管理人的范围，建立严格的保密制度，保护员工的隐私权。

数据是冰冷的，但使用数据可以有温度。职场“数字化监控”不能滥用，否则不仅容易引发、激化一些矛盾，而且会影响企业的整体利益和长远发展。严格遵守法律法规，尊重员工的尊严、权益，促进和保障体面劳动，是企业管业应恪守的底线。

（作者单位：中国社会科学院法学所）