

在有效保障患者用得起优质药的同时,一些难点、堵点问题也随之出现

# “灵魂砍价”之后,药品耗材集采下一步如何推进?

本报记者 王维琨 杨召奎

近日,一场事关种植牙价格的集采备受关注。

1月11日,口腔种植体集采在成都开标,拟中选产品平均中选价格降至900余元,与集采前中选采购价相比,平均降幅55%,这给很多需要种植牙的患者带来了大大的实惠。目前,种植牙耗材并未被纳入医保报销范围,本次集采也是高值耗材集采从医保领域扩围到非医保领域的首次尝试。

集采,即集中带量采购,通过量价挂钩、以量换价,不断挤出虚高价格水分,引导药品、耗材价格回归合理区间,破解群众看病贵难题。国家医保局最新发布的数据显示,目前,7批药品集采、3批耗材集采,叠加地方联盟集采,累计降低药耗费用超4000亿元。

随着集采常态化推进,在有效保障患者用得起、用得上优质药的同时,一些难点、堵点问题也随之出现。日前,在中新社举办的“国是论坛:集采常态化与医疗高质量发展”研讨会上,专家们纷纷建言,为更好推进集采支招。

## 摒弃“唯低价”,提升集采质量

药品、耗材集采“灵魂砍价”后,患者就医负担持续降低。

在药品集采方面,2018年以来,以常见病、慢性病用药为重点,国家组织开展了7批药品集采,涉及294种药品,1135个中选产品平均降价超50%。集采品种中使用高质量药品的患者比例从50%提高至90%以上。

在耗材集采方面,国家在心内科和骨科两个最受关注的耗材价格虚高领域开展了3批集采,其中,心脏支架集采已于2022年11

## 阅读提示

随着药品耗材集采常态化推进,在有效保障患者用得起、用得上优质药的同时,一些难点、堵点问题也随之出现。专家指出,进一步提升集采质量,中选价格不仅要覆盖生产成本,也要覆盖合理的流通成本和耗材伴随服务成本。

月成功续接,平均中选支架价格在770元左右;人工关节类和骨科脊柱类高值医用耗材集采中选产品平均降价超80%。

专家表示,通过集采把价格“打下来”,并非“唯低价论”,而是要在多元目标中找到平衡。在挤掉价格水分的前提下,也要让企业获得合理利润,同时不影响相关药品和耗材可及性,不加剧医保和患者负担水平。

如何进一步提升集采质量?在北京大学公共卫生学院教授吴明看来,下一步,应根据临床需求进一步完善集采规则,以质量为核心、以临床价值为导向,同时中选价格不仅要覆盖生产成本,也要覆盖合理的流通成本和耗材伴随服务成本。

吴明指出,目前有部分药品和耗材虽然通过了一致性评价,但实际使用过程中效果参差不齐,因此要建立起临床耗材信息化管理系统以及产品和服务质量评价系统,避免“劣币驱逐良币”。

## 完善物流配送和配送商遴选

流通和配送是完成集采的重要环节,讨论中,专家不约而同地提到了集采后的物流运输和服务问题。

吴明在调研中发现,过去,由第三方管理医院的耗材库存,包括点货、备货、及时补货等,相当于提供“保姆式服务”;而集采后流通

环节大幅压缩,很多代理商退出,为医院提供的物资管理服务显著减少,而配送企业没有经验和能力,只送货不提供其他服务,这就出现了供需双方的不匹配——医院内部需求没有及时传导到供货企业,短期内出现管理空白。吴明建议,有必要尽快界定各方责任,建立相应的激励和监督机制,疏通集采流通环节的堵点。

国药集团中国医疗器械有限公司副总经理张威也表示,想要更好地服务集采,需要重视发挥大型流通与配送企业的作用。

据张威介绍,通常全国性医疗器械流通和配送企业为实现集采产品落地,会在各地设立经营网络企业并开展医疗器械三方物流业务,但跨区域开展仓储、代运需要单独申报,监管方需按照各自审批权限进行审批,这在一定程度上制约了集采产品在流通和配送环节的畅通流转。他建议,建立集中带量采购流通和配送企业多仓协同制度,在全国试点探索大型企业内三方物流多仓协同机制。

张威还建议,完善对配送商的遴选机制,包括仓储面积、人员资质、覆盖面积、注册资金等都需要重点考虑,以保证集采成果安全高效地配送到各级医疗机构。

## 激励企业走创新之路

医疗产业高质量发展离不开创新,而创

新药品耗材具有高投入、长周期、高风险等特点,企业必然对高回报率抱有期待。

“今后新技术、新耗材不进医保?在什么时机、什么条件下进医保能实现社会价值和经济效益的最大化?这些都需要考虑。”中国医学装备协会副秘书长杨建龙表示,一些国产器械、耗材企业研发投入非常大,如果产品上市后很快进入集采,而集采长期以“低价”作为标准,企业回收成本和创造利润都会受影响,长此以往不利于医药创新。

杨建龙直言:“希望有灵活、精准的政策,作为新技术可以暂时不集采、不进医保,至少等足够成熟之后或者是有很好的卫生经济价值时再进医保,给予新技术一定的自由市场。”

“如何保证企业进行高投入后能获得应有回报,应交给市场机制去解决。”在北京大学国民经济研究中心主任苏剑看来,还应进一步完善对医院和医生的评价机制,在评价体系中更注重医生的专业和创新力,而非论文数量。

不过,在吴明看来,高回报率并不代表企业一定会有创新动力。

“过去我国药品耗材价格很高、利润很高,但企业并没有积极性创新,因为只要给‘回扣’就可以躺着赚钱,为什么要走风险高的创新之路?”吴明认为,要激励创新,首先要通过改革为医药创新创造良好市场环境,而集采就通过极大压缩“回扣”空间,纠正了市场失灵,形成了有效的创新激励,集采腾出的空间可以用来研发创新产品;集采产品薄利多销,企业若要获得更高利润,只能创新。

记者注意到,目前我国头部医药企业正在加大研发费用投入,创新药研发上市进程不断加快。



## “多肉经济”产销两旺

新春伊始,山东省青岛市即墨区鳌山卫街道多肉植物大棚里一片繁忙,种植户忙着管理和销售多肉植物。

近年来,当地大力发展多肉植物特色种植,结合市场需求积极推行线上和线下相结合的销售模式,带动农民增收,助力乡村振兴。新华社发(梁孝鹏摄)

## 北京城乡居民医保集中参保即将截止

本报北京1月29日电(记者甘智)记者从北京市医保局获悉,2023年度北京市城乡居民基本医疗保险集中参保将于1月31日截止。北京市医保局提醒,请参保人员尽早办理参保缴费。因自身原因,未在规定时间内办理参保缴费手续的人员,缴费成功后,需等待满3个月才可享受城乡居民医保待遇。

北京市医保局表示,医保部门依据个人账户备案情况,自2022年12月起,每月底可使用医保个人账户(含共济账户)缴纳。集中参保期参加2023年城乡居民医保的人员,在规定时间内(三个月)完成缴费的,享受待遇时间为2023年1月1日至12月31日。

本报记者 彭冰 柳姗姗  
本报通讯员 李志宇

“老李,今天正月初七,车站加开春运临客31列,站前要重点组织,重点时间段要组织‘联劳’,看好扶梯口和站台两端……”

“王力,今天车票预售已经超过5.1万张,刚才计划室给我打电话,车站发送旅客很可能超过7.5万人,检票一定要提前,防止旅客赶不上车,我现在就到B区看一下客流组织情况……”

1月28日早上,记者见到于明时,他正忙得不可开交。自1月7日春运开始以来,长春站客流量逐步攀升,作为长春站客运车间客

## “万能替补队员”于明的第一个春运

运三班的值班站长,于明身上的担子更重了。

“我负责整个班组的客运日常工作——大到突发事件的应急处置,小到门锁卡卡顿不上,都是我的职责范围。”于明告诉记者,从候车室到站台,从进站口到出站口,从检票、接车到上车,他永远是“替补队员”,每天走上两三步是家常便饭。

今年是于明担任值班站长以来的第一个春运,身兼数职的他压力倍增。

车闸早交班会后,于明开始安排班组一天的工作,为确保各项任务落实到位,他必须在场区内逐个岗位走一遍,与各岗位职工单独面对传达交接。

“于站长,于站长,K336次旅客突发疾病,请速到1站台支援。”9时20分左右,对讲机里突然传来1站台值班员曹民的紧急呼叫,闻讯,于明火速赶往长春站1站台参与救援。

“于站长,北进站大厅暖气管爆裂,就在实名制验票闸机上方,你快来看看!”对讲机那端,客运员褚桂志语气焦急。

“我马上带人过去,老褚,你先找一块塑料布把实名制验票闸机遮盖好,闸机可千万不能进水……”于明马不停蹄,一边跑一边打电话联系设备维修人员。

一天下来,尽管疲惫不堪,但于明却面带笑容:“我最大的心愿就是保障每一名旅客安全、顺利乘车,要胜利完成春运这场‘战斗’,我准备好了。”

## 春运写真

# 春节消费火热强劲,消费市场复苏可期

## 经济观察

本报记者 北梦原

兔年春节,火热强劲且亮点纷呈的消费市场,再次彰显出中国经济的潜力与韧性。零售、餐饮、电影、旅游等主要消费板块齐齐发力,消费复苏与提振迎来了一个暖意融融的“开门红”。

疫情防控放开后的第一个春节里,线下消费快速复苏。全国各地热点商圈迎来大量客流,开启“人从众”模式,摩肩接踵的场景又回来了。

在北京,全市60个重点商圈客流量超1412.7万人次,重点百货、超市、餐饮、电商等企业销售额较疫情前同比增长13.7%;在湖南,仅长沙五一广场、黄兴南路步行街两大商圈客

流量就超过575万人次,全省376家重点零售、餐饮企业春节假期销售增长13.8%;在海南,12家离岛免税店总销售额25.72亿元,日均超3.6亿元,比2022年春节假期增长20.69%……

“网红餐厅排到4538桌”“海底捞菜品售光只剩火锅面”等登上热搜,为餐饮业复苏提供了生动的注脚。从春节前年夜饭预订的火爆,到春节期间热门餐饮大排长龙,压抑已久的餐饮消费今年迎来反弹。

中国烹饪协会调研数据显示,春节7天假期里,受访餐饮企业营业收入与去年春节相比上涨24.7%,客流量与去年春节相比上涨26%。美团数据显示,春节假期前6天,全国多人堂食套餐订单量同比增长53%。

“买买买”活力加速释放,餐饮业“烟火气”加速升温,电影行业春节档也一扫阴霾,交出了一份亮眼的成绩单。据国家电影局统计数据,春节档(1月21日至1月27日)电影

票房约为67.58亿元,同比增长11.89%;观影人次为1.29亿,同比增长13.16%。

今年春节档上座率明显提升,截至1月27日15时,2023年春节档场均人次达47.1人次,较2022年春节档每场提升了10人次以上。《满江红》《流浪地球2》等国产佳作,叫好又叫座,成功掀起一波观影热潮,有力提振电影市场复苏的信心。

旅游方面,文旅部发布统计数据,今年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%;实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%。家电方面,苏宁易购春节家电同比旧换新同比增长3倍,健康除菌家电销售增长154%。

今年春节恰逢疫情防控转段,消费市场表现出的火热与强劲,无疑会受到“节日消费”“补偿消费”等因素的影响,但复苏的信号已愈加明确。零售、餐饮、电影、旅游、家电等

各个板块同频共振,消费需求多层次释放,市场活力全方位展现,再次印证消费市场长期向好的基本面没有改变。

春节是我国重要的传统节日,是全年中最独特的消费窗口,春节消费市场各项数据指标的回暖,不仅具有现实意义,同时也具有一定的象征意义。在这个包含着对新一年美好向往的消费季中,消费市场的人潮涌动、烟火蒸腾,传递出各界对生活回归常态的渴望、对经济回暖复苏的信心。

消费跑起来,经济活起来。着力扩大国内需求是今年经济工作重点任务,恢复和扩大消费窗口,春节消费市场各项数据指标的复苏,为全年消费复苏与提振注入了定力。随着疫情形势的进一步稳定,经济运行回稳向好的势头进一步巩固,以及一系列促消费政策的细化落地,从新春“开门红”到“长红”,消费市场复苏可期。



## 漠新高速公路宁沈段施工现场一派繁忙

1月27日,春节的喜悦气氛还未消散,由中铁上海工程局承建的漠新高速公路宁沈段Ⅱ标项目已全面恢复生产工作,施工现场一派繁忙景象。

据了解,春节期间为保障项目进度,项目部有30余名工人和管理人员选择坚守岗位,在漠新高速公路周堂枢纽互通立交商登高速跨F匝道桥进行湿接钢筋焊接工作,为接下来路改桥北半幅通车及交通调流做准备。

胡育松 王东梅摄

## 上海推出32条措施稳增长促发展

据新华社上海1月29日电(记者秦彤)上海市人民政府29日正式发布《上海市提信心扩需求稳增长促发展行动方案》,推出十项行动32条政策措施。

行动方案中,助企纾困行动方面,上海全面落实各项税费优惠政策,包括减免小规模纳税人增值税、按月全额退还增值税增量留抵税额、免征新能源汽车车辆购置税、减免“六税两费”、减半收取非居民用户超定额累进加价水费等;开展延期还本付息和续贷服务;实施中小微企业贷款贴息贴费,鼓励区级政府性融资担保机构担保费率继续减半收取。

援企稳岗扩岗行动方面,降低企业用工成本,包括缓缴社会保险费的用人单位可在今年年底前采取分期或逐月等方式补缴,阶段性降低失业、工伤等社会保险费率等;对招录登记失业3个月以上人员或上海市2023届高校毕业生且符合相关条件的用人单位,按每人2000元给予一次性吸纳就业补贴。

恢复和提振消费行动方面,促进汽车、家电等大宗消费,对个人消费者今年6月底前置换购买纯电动汽车的给予每辆车1万元财政补贴,对消费者购买绿色智能家电给予支付额10%、最高1000元一次性补贴;市区联动发放文旅、体育、餐饮、零售等专项消费券等。

上海市发展改革委副主任阮青表示,2023年,上海将全年固定资产投资目标设定为增长5%左右,总规模迈上1万亿元新台阶。其中,重大项目进一步发挥牵引作用,全年安排正式项目191项、预备项目48项,计划总投资2150亿元。

## 增值税发票数据显示

## 春节假期消费平稳增长

本报讯(记者周烽)国家税务总局日前发布的增值税发票数据显示,今年春节假期,全国消费相关行业销售收入较上年春节假期同比增长12.2%,比2019年春节假期年均增长12.4%,总体保持平稳增长态势。其中,商品消费和服务消费同比分别增长10%和13.5%,比2019年春节假期年均分别增长13.1%和8.1%,生活必需品、家居升级类商品等消费增长较快,返乡过节带动务工大省消费增幅较高。

春节假期,粮油食品等基本生活类商品销售收入同比增长31.5%,其中,果品蔬菜、肉禽蛋奶同比分别增长39%、28.6%,比2019年春节假期年均分别增长17.2%、13.2%。酒水饮料等商品需求旺盛,酒、饮料及茶叶销售收入同比增长18.7%,比2019年春节假期年均增长16.4%。

旅行社及相关服务业销售收入同比增长1.3倍,已恢复至2019年春节假期的80.7%。旅游饭店、经济型连锁酒店销售收入同比分别增长16.4%、30.6%,分别恢复至2019年春节假期73.4%、79.9%。民宿服务提供个性化服务受到游客欢迎,销售收入同比增长74.2%,比2019年春节假期年均增长13.3%。

部分外来务工人员返乡过节,受此带动,安徽、江西、河南、广西等劳动力输出大省销售收入同比分别增长10.3%、22.3%、16.1%和23.9%。海南、云南等冬季传统旅游旺地的增幅较高,同比分别增长1.8倍和30%。

## 走得更远、住得更久、玩得更有文化

## 春节假期旅游市场升温又升级

本报讯(记者杨召奎)作为疫情防控放开后的首个长假,今年春节期间,旅游行业率先恢复。记者综合马蜂窝、去哪儿、同程、途牛、途家等在线旅游平台的数据发现,今年春节假期,旅游市场升温又升级,游客走得更远了、住得更久了、玩得更有文化了。

同程数据显示,今年春节假期,该平台机票、火车票、汽车票订单量反超2019年同期。途家民宿数据显示,今年春节假期民宿预订量已达2022年春节6倍,大众旅游信心增强。

出游距离方面,马蜂窝大数据显示,春节假期期间,“长途游”持续升温,同比增长超285%。途牛数据显示,今年春节假期跨省出游人次占比达到了68%,是近年来为数不多的跨省游占据消费主导的假期。

刚刚重启的出境游同样显示出巨大的潜力。马蜂窝数据显示,泰国稳居订单量最高的海外目的地榜首,新西兰、日本、马来西亚、菲律宾紧随其后。

游客走得更远,旅游时长、在目的地待的时间也更长了。去哪儿国内酒店预订间夜量达到历史新高,其中连住3天以上的预订更创历史新高,平均入住时长同比增长3.6小时,相当于三分之一的游客选择比去年多住一晚。

今年春节期间,“年味儿”成为人们旅行中最关注的关键词。同程数据显示,各地不同的春节民俗、节事活动和沉浸式的传统文化体验,备受人们喜爱。其中,特色民俗体验、非遗文化表演、庙会灯会、创意市集、新年祈福等民俗活动,吸引不少年轻人参与。