



国家组织冠脉支架接续采购落地

新华社天津5月20日电 “国家组织冠脉支架集中带量采购”第二轮接续采购20日在天津开标。共15家企业的30个产品参与投标,投标企业全部中选,27个产品获拟中选资格,临床在用的国内外企业主流产品普遍中选。

冠脉支架是首个纳入国家组织高值医用耗材集中带量采购的品种。此次共4468家医疗机构填报需求量,较首次集采的2408家增加86%,较上一轮接续采购的3626家增加23%,更多医疗机构开展支架植入术,将为急性心梗患者就近治疗、挽救生命赢得更多宝贵时间。

据悉,医疗机构年度采购需求量约273万个,较首次集采的107万个增加155%,较上一轮接续采购的186万个增加47%,集采中选产品越来越被临床所认可。

记者在招标现场看到,此次接续采购原中选的14个支架产品继续中选,包括美敦力、雅培、波士顿科学等外资企业产品,以及上海微创、北京乐普、山东吉威

等国内企业产品。同时新增中选多款升级版产品,包括美敦力近年获批上市的“Resolute Onyx”支架、上海微创的“火鹰”支架等,让临床和患者的选择更加丰富。

中国药科大学医药价格研究中心主任路云说,经过此前的集采,冠脉支架已经形成了以市场为主导的合理价格。本次接续采购着眼于稳临床、稳供应、稳价格,通过询价方式产生中选结果,企业预期更加明确,报价达到一定水平即可中选,不同价格水平对应不同“带量”比例,体现以量换价、量价挂钩,国内外企业主流产品普遍中选。同时明确在采购周期内,新获批产品可按规则申请增补中选,给了企业“定心丸”。

国家组织冠脉支架集中带量采购2021年初落地实施以来,累计超1000万个集中中选支架得到临床使用,约700万人次患者受益。据介绍,下一步,国家组织高值医用耗材联合采购办公室和各联盟地区将做好采购协议签订、企业供应配送等工作,保障中选结果平稳实施。

三部门开展2026年“数贸汇英才” 面向高校毕业生招聘活动

新华社北京5月20日电 商务部20日发布通知,商务部、教育部、人力资源社会保障部将于5月至12月联合举办2026年“数贸汇英才”数字贸易和服务外包企业面向高校毕业生招聘系列活动。

根据通知,活动期间,商务部、教育部、人力资源社会保障部在国家大学生就业服务平台、高校毕业生就业服务平台、“就业在线”平台举办“数贸汇英才”数字贸易和服务外包企业面向高校毕业生线上专场招聘活动,开设专题页面免费发布数字贸易和服务外包企业招聘信息。

通知就组织校园线下招聘、开展校企供需对接等提出系列要求。各地商务、人力资源社会保障主管部

门要积极引导本地区数字贸易和服务外包园区和企业走进行政区域内高校,开展就业公共服务进校园百日行动,因地制宜组织“小而精、专而优”的线下招聘活动。深化校企合作,建设一批数字贸易和服务外包就业实习基地。

通知还提出,用好就业创业支持政策。积极引导服务外包企业为毕业生提供见习岗位,按规定给予见习补贴支持。对符合条件的吸纳高校毕业生就业的数字贸易和服务外包企业,按规定给予职业培训补贴,社会保险补贴等政策支持。对在数字贸易和服务外包领域创业、灵活就业的高校毕业生,按规定落实税收优惠、创业担保贷款及灵活就业社会保险补贴等政策。

我市省级以上产业计量测试中心、 社会公用计量标准数量均居全省第一

本报讯(记者 肖雪) 5月20日,市政府新闻办在东方大酒店召开新闻发布会,围绕第27个“世界计量日”主题“计量:建立信任的基础”,介绍我市计量能力提升服务高质量发展思路举措及取得成效。

记者在发布会上了解到,近年来我市将计量作为现代化产业体系建设关键支撑,着力为地区经济和产业发展提供强有力的计量技术支撑。目前,全市获批省级以上产业计量测试中心6家,建立社会公用计量标准652项,数量均居全省第一;建有总面积1.5万平方米的产业计量中心园区,拥有国内第一个三维大空间实验室、省内第一条室外1200米基线

场;建设的国家大口径水流量标准装置远程实验室填补了国内空白,相关工作走在了全省甚至全国前列。

今年3月,我市的国家地理信息专用仪器计量站顺利通过市场监管总局考核验收,取得计量授权证书,标志着全国唯一一家地理信息专用仪器计量站全面建成并正式投入运行,填补了全国计量领域空白。同时,国家热水流量计量站筹建有序推进,拟于2026年底全面建成,将填补国内400毫米以上口径热水实流检定能力空白,为“双碳”工作提供技术支撑。

抵制“萝卜坑式引证” 破除营销文字游戏

□本报评论员 孙瑞荣



“全网最低”“销量第一”“效果惊人”,如今刷手机网购,这类夺人眼球的宣传语随处可见。记者调查发现,不少商家在“第一”“TOP1”等荣誉上玩起了文字游戏,只要把修饰词加得足够多,谁都能给自己定制一个“冠军奖杯”。这种“先射箭再画靶子”的引证方式,被监管部门称为“萝卜坑式引证”。(据央视新闻)

炮制的营销骗局。

深究这些网购宣传乱象的本质,无非是流量至上时代的逐利投机之举。在电商竞争日趋白热化的当下,很多商家陷入“重宣传、轻产品,重噱头、轻口碑”的经营怪圈。实打实提升产品质量、优化服务体验周期长、见效慢,而玩文字游戏、造虚假排名、编夸张话术,只需简单修改页面文案、花钱刷取虚假数据,就能快速博取消费者眼球,瞬间提升商品点击率和下单量。

所谓的“TOP1王牌好物”,不是行业权威机构公正评选的优质产品,而是商家自行划定统计范围、自我加冕的虚假头衔;那些号称“全网性价比之最”的商品,往往暗藏隐形套路,低价引流高配缩水,用信息差收割普通消费者。

虚假营销话术泛滥、注水排名大行其道,受伤最深的永远是普通消费者,长远来看更会重创整个电商行业生态。普通网购者大多缺乏专业辨别能

力,选购商品时大都依托商家宣传、榜单排名作为参考依据。商家刻意营造的虚假优势,极易误导消费者冲动消费、盲目下单。等到消费者收货验货,发现产品效果与宣传天差地别,才发觉上当受骗。更恶劣的是,劣币驱逐良币的效应在电商市场持续发酵,踏实做产品、诚信做宣传的正规商家没有花哨噱头加持反倒无人问津,靠造假营销牟利的不良商家赚得盆满钵满。

根治网购虚假宣传顽疾,绝不能仅靠商家自觉,必须多管齐下。监管部门要加大常态化巡查和抽查力度,对屡教不改的商家从严处罚、公开曝光。各大电商平台必须压实主体管理责任,摒弃纵容流量乱象的短视思维,完善宣传内容审核机制,严查商家文字套路和虚假排名,及时清理违规营销话术和不实榜单。与此同时,消费者也要擦亮双眼,摒弃盲从“第一”“爆款”的消费心理,理性购物、按需消费,遭遇虚假宣传时主动维权。

刷短视频、逛电商商城时,满眼皆是“全网最低”“销量第一”“效果惊人”等夸张宣传话术。如今网购消费场景中,直白浮夸的营销标语早已成为标配,可光鲜亮丽的宣传外衣之下,是商家精心