

# 百姓“药篮子”怎样升级? 国家医保局权威解读

新华社记者 徐鸣航

近日公布的新版医保药品目录新增91种药品,目录内药品总数增至3159种,参保人的“药篮子”再次升级。医保目录是如何诞生的?哪些药能进医保?谈判“信封底价”怎么定?国家医保局及有关专家进行解读。

## 医保“药篮子”怎么选? 支持新药、重点药

医保药品目录调整为准备,申报,专家评审,谈判、竞价,公布结果五个阶段。

哪些药品可以申报进入国家医保药品目录?国家医保局医药管理司司长黄心宇表示,国家医保药品目录的调整,一是面向新药,即五年内经国家药监部门批准上市的新通用名药品、或经国家药监部门批准,适应症或功能主治发生重大变化的药品;二是面向重点药,即纳入《国家基本药物目录(2018年版)》、鼓励仿制药品目录或鼓励研发申报儿童药品清单的药品,以及罕见病治疗药品。

据悉,今年共有249种目录外药品通过形式审查,进入专家评审阶段,其中

121种药品通过评审,通过率近50%。

黄心宇介绍,未通过的药品中,有的属于“打擦边球”,比如一些老药通过减少说明书上的适应症、或对适应症做一些描述上的改变,从而以“适应症发生变化”为由进行申报;有的属于“新瓶装旧酒”,比如将老药微调一下成分配比,或者变化剂型,并没有改变临床价值,就作为新药进行申报;还有一些药价格过高,超出了基本医保的支付范围。

“我们支持合理的改良型新药,但成分不改、适应症不改、给药途径不改、临床价值不改的药品,在评审中很难得到青睐。”黄心宇说,国家医保药品目录调整,是要支持有临床价值的“真创新”。

数据显示,此次医保药品目录调整新增的91种药品中,90种为5年内新上市品种。其中,38种是“全球新”的创新药,无论比例还是绝对数量,都创历年新高。

## 医保谈判怎么“讲价”? “信封底价”是标尺

在医保谈判桌上,医保方手中的一个

信封,往往成为关注的焦点。这个信封里放着专家通过测算,给出的药品底价,而企业方最终的报价,必须要小于等于“信封底价”,才能谈判成功。

这个神秘底价是如何算出的?复旦大学教授、2024年国家医保药品目录调整药物经济学专家组组长陈文介绍,药物经济学专家组通过药物经济学评价证据、国内挂网价格、国际价格、同类竞品价格比较等多种方法,综合测算确定基准支付标准。基金测算则更加关注对基金支出的影响,进一步强化了基金影响的刚性约束。

此外,今年的测算中还特别考虑了传统中药的特点与优势,有针对性地优化了评价维度和测算指标。

曾担任药物经济学测算组组长的天津大学药物科学与技术学院副书记吴晶说,底价测算的基石是坚持以价值为基础定价。对于创新价值高、能填补空白的药品,会高度重视企业递交的药物经济学评价证据,合理确定溢价。

## 医保药品怎么落地? 加强监测、确保供应

药品进了目录并非终点,能够真正进入医院、药店,让参保人买得到、能报销,才是最终目的。

今年,国家医保局、人力资源社会保障部提出新要求:定点医疗机构原则上应于2025年2月底前召开药事会,根据新版国家医保药品目录及时调整本机构用药目录,保障临床诊疗需求和参保患者合理用药权益。不得以医保总额限制、医疗机构用药目录数量、药占比为由影响药品进院。

此外,各省份要及时更新纳入“双通道”和单独支付的药品范围,与新版目录同步实施,并借助国家医保信息平台、药品追溯码、医保药品云平台等渠道,收集、完善、维护本行政区域内医保药品配备、流通、使用信息,加强对辖区内医保药品配备使用情况的精细化管理。

“落地是决定目录调整工作成效的‘最后一公里’。让医保药品真正惠及群众、惠及患者,需要医保部门、医疗机构、医药企业的共同努力。”黄心宇说。

(新华社北京12月11日电)

# 京津冀将联动推出 迎新春系列文旅“盛宴”

新华社天津12月11日电(记者王宁)记者从11日在天津召开的2024年京津冀宣传思想文化工作联席会议上获悉,京津冀三地将以“瓣瓣同心京津冀 欢欢喜喜过大年”为主题,在元旦、春节期间联动推出系列文旅活动,充分挖掘地方特色,促进文旅资源流通,相互引流赋能,拉动节日文化消费,形成“1+1+1>3”的叠加效应。

为进一步落实京津冀协同发展重大国家战略,丰富元旦、春节期间人民群众多样化文旅消费内容供给,北京市、天津市、河北省党委宣传部决定建立常态化合作机制,成立京津冀两节文旅活动工作专班,协调三地同步开展迎新春系列活动和宣传推介。

据介绍,本次系列活动将坚持应融尽融的原则,实现演员互邀、资源互派、节目互播,主动输送本方并欢迎对方的优质资源,精心策划组织融合京津冀特色元素的系列活动,丰富内容场景,创新呈现方式,形成优势互补,体现协同成果,满足群众多样化的文化需求。

三地还将树立打造精品长远目标,在以往合作的基础上,不断总结提炼可复制、可推广的成功经验,将京津冀元旦、春节系列文旅活动打造成我国区域联动的典范和品牌,并向全年重要时间节点及更多领域拓展,推动京津冀宣传思想文化工作协同发展不断迈上新台阶。

会议宣读了《“瓣瓣同心京津冀 欢欢喜喜过大年”合作备忘录》,京津冀三地党委宣传部就系列活动的举办及宣传等工作达成了共识。

# 经营性文化事业单位 转制为企业可享过渡期税收优惠

新华社北京12月11日电 为进一步支持转制文化企业发展,财政部、国家税务总局、中央宣传部11日对外发布公告,经营性文化事业单位转制为企业,可以享受过渡期税收优惠政策。

公告明确,经营性文化事业单位于2022年12月31日前转制为企业的,自转制注册之日起至2027年12月31日免征企业所得税。由财政部门拨付事业经费的文化单位于2022年12月31日前转制为企业的,自转制注册之日起至2027年12月31日对其自用房产免征房产税。

根据公告,经营性文化事业单位是指从事新闻出版、广播影视和文化艺术的事业单位。转制包括整体转制和剥离转制。

公告称,对已转制企业按照公告规定应予减免的税款,在公告下发以前已经征收入库的,可抵减以后纳税期应缴税款或办理退库。

# 世界经济论坛专家 中国为推动全球清洁能源转型作出贡献

新华社日内瓦12月11日电(记者陈斌杰)世界经济论坛先进制造业和供应链中心主任奥尔古德日前接受新华社记者书面采访时表示,中国在太阳能、风能、电动汽车和电池技术领域取得重大进展,为降低对化石燃料依赖并推动全球清洁能源转型作出贡献。

10日,世界经济论坛发布关于制造业和供应链未来的报告。奥尔古德是该报告的负责人之一。

报告指出,地缘政治、技术和环境等因素正在推动全球制造业和供应链重构。除成本外,外国投资者越来越青睐在基础设施、能源资源、劳动力、财政和监管政策、社会治理等领域积极投资且政策得力的国家。报告认为,中国在基础设施投资领域脱颖而出,成为全球领导者。

报告说,超过90%的企业负责人将区域性化作为供应链重构的首要策略,成本因素在企业决策中的重要性在下降,韧性、绩效和持续性等因素的重要性则有所上升。

# 《自然》揭晓2024年度十大人物 两名中国科学家入选

据新华社伦敦12月9日电(记者郭爽)英国《自然》杂志网站9日发布2024年度十大推动科学发展人物榜单。其中,两名中国科学家入选。

该榜单由《自然》杂志的编辑们编撰,旨在记录今年重要科学进展、事件以及其中一些关键人物。其中,两名入选十大人物的中国科研人员分别为“无畏的医者”中国人民解放军海军军医大学风湿病专家徐沪济,以及“月岩守护者”嫦娥六号任务副总设计师、中国科学院国家天文台研究员李春来。徐沪济医生勇敢尝试了用CAR-T细胞疗法治疗自身免疫性疾病,为CAR-T细胞疗法的批量生产带来了希望。李春来是决定嫦娥六号探测器在月球着陆点的关键人物,也是首批对返回样品着手分析的科学家之一。

# 国产大飞机C919 首次搭载旅客飞抵海南

12月11日,在海口美兰国际机场,旅客走下由C919执飞的中国南航CZ6786航班。

12月11日12时57分,由C919执飞的中国南航CZ6786航班从广州飞抵海口,国产大飞机C919在海南的商业飞行“首秀”顺利完成。据悉,这是中国南航首次使用C919飞机执行广州-海口“南航快线”航班,也是中国南航使用国产大飞机执飞的第4条航线,海口成为中国南航C919飞机继广州、上海虹桥、杭州、成都天府后执飞的第5个航点。(新华社记者 杨冠宇 摄)



# 我国消费市场呈现哪些新趋势? 还将有哪些惠民举措? 商务部回应

新华社北京12月9日电(记者韩佳诺 谢希瑶)我国消费市场呈现哪些新趋势?还将采取哪些惠民利民的消费新举措?围绕社会关切的社会热点问题,商务部消费促进司副司长杨桢在新华社12月9日推出的“中国经济圆桌会”大型全媒体访谈节目上作出回应。

11月3日在上海、北京、广州、天津、重庆等5个城市启动的中国国际消费中心城市精品消费月活动日前收官。这是商务部首次举办该活动,是实施“提振消费行动”的标志性活动和“消费促进年”的重头戏。

杨桢说,5个城市聚焦精品首发、精品购物、精品美食、精品旅游、精品展演,举办了一系列丰富多彩的活动,推出

了发放消费券等惠民举措,让老百姓得到实实在在的实惠。相关机构数据显示,11月上中旬,活动举办地5个城市商品消费额同比增长6%左右,餐饮消费额增长10%以上。

杨桢介绍,这5个城市的社会消费品零售总额合计占全国的比重超过了1/8,老字号的数量占全国接近1/3,消费品进口额占全国比重超过了一半,离境退税商品销售额占全国的80%,选择在这5个城市举办精品消费月活动,就是要发挥示范引领和辐射带动作用,更好推动全国整体消费提质升级。

近年来,随着居民生活水平的稳步提高,消费需求也在不断升级,消费市场出现了不少新的变化、新的趋势。

“人们更加追求品质潮流,更加关注品质好物、国货潮品,更愿意为绿色、智能、时尚的产品买单。”杨桢举例说,在刚刚过去的“双十一”,智能家电、智能门锁、扫地机器人等智能产品持续热销,一些平台相关产品的销量增长了一倍以上。

杨桢还提到,服务消费备受消费者青睐。过去消费主要以购物、餐饮等商品消费为主,近些年来以旅游文娱为主的服务消费快速发展。今年1至10月,我国服务零售额同比增长6.5%,增速明显快于商品零售额。前三季度服务消费占整体居民消费支出的比重达到47%,未来还有很大的发展空间。

此外,消费者更加倾向于个性化、定制化,更加注重消费的体验感,比如不少

人为了一道美食、一个游戏、一场赛事、一部影视剧而奔赴一座城。绿色低碳成为人们的消费潮流,比如大家自带购物袋去超市,点外卖选择“不要餐具”;更偏重于选择绿色节能家电和新能源汽车,新能源乘用车市场占有率已经连续4个月突破了50%。

杨桢说,下一步,商务部将推动消费品以旧换新的政策落实落细;举办商旅文体健融合的各类活动,近期将围绕冬季冰雪、迎新贺岁开展系列活动;培育新的消费增长点,积极推进首发经济,大力发展数字消费、绿色消费、健康消费等;多措并举改善消费条件,在城市,深化国际消费中心城市培育建设,在乡村,深化县域商业建设三年行动。

# 发挥党建思想政治工作优势助力企业文化建设的探讨

封笑月

在新时代背景下,思想政治工作作为一切工作的生命线,为企业发展注入灵魂与保障。深入研究如何发挥党建思想政治工作优势助力企业文化建设,成为企业实现高质量发展的关键课题。

一、党建思想政治工作在企业文化建设中的着力点 (一)核心价值观塑造。党建思想政治工作能够引导企业确立符合社会主义核心价值观的企业核心价值观,使企业在加强自身经济建设的同时,能够坚守社会责任。以党建工作统领企业文化建设,将正确的价值观内化于全体员工的观念,能够升华企业文化建设。

(二)员工队伍建设。通过加强党员教育管理,发挥党员先锋模范作用,带动全体员工提升思想觉悟、业务能力和职业道德水平,培养出高素质员工队伍,为企业文化建设提供人才支撑。

(三)企业文化传播。党建思想政治工作拥有完善的宣传渠道和组织体系,能够借助党内宣传平台、思想政治教育等活动方式进行广泛传播,从而增强员工对企业文化的认同感和归属感,同时向社会展示企业良好形象。

二、发挥党建思想政治工作优势助力企业文化建设的路径 (一)强化党的领导和政治核心作用。国有企业需坚定落实党对企业的全面领导,将党的领导深度融入企业文化建设全过程。明确党组织在企业治理结构中的领导地位,确保党组织参与企业重大决策,从战略高度把握企业文化建设方向。与此同时,党组织定期开展思想政治教育,结合实际情况调整优化企业文化建设策略,以强大的政治核心作用

为企业文化建设提供坚实保障,推动企业持续健康发展。(二)构建协同建设发展的工作模式。日常工作中,需要秉持以人为本理念,着重提供员工成长性与成就感服务。比如,可以构建“思政工作+企业文化”模式,搭建员工施展才华、实现自我价值的平台,推动职工与企业共同成长、共同发展。同时,打造协同发展的新媒体服务模式,创新思政工作与企业文化建设方式,建立相关数据库,凭借“掌上党建阵地”引领政治方向,“线上正能量,线下创一流”塑造典型,激励员工争当主力军,助力企业在新时代实现协同发展新跨越。

(三)构建协同建设发展的共生机制。在制度层面,一方面,需建立健全两者协同推进的规章制度,明确责任分工与工作流程,保障各项工作有序衔接。在资源配置上,整合人力、物力与财力资源,实现共享共用。加强信息交流。另一方面,注重效果评估,设立科学合理的评价指标体系,对协同建设成效进行全面、客观评估,依据结果反馈及时调整优化机制,使党建思想政治工作与企业文化建设相互促进、相得益彰,形成强大合力。

结论 党建思想政治工作与企业文化建设相辅相成、相互促进的关系,在核心价值观塑造、员工队伍建设、企业文化传播等方面找准着力点,并采取科学有效的策略,可以实现党建思想政治工作与企业文化建设的同频共振、协同发展,助力企业在激烈的市场竞争中立于不败之地。(作者单位:新汶矿业集团有限责任公司洗煤分公司)

# 企业党建思政工作与企业文化建设的融合路径研究

陈延伟

本文旨在探讨企业党建思政工作与企业文化建设的融合路径。通过分析两者的内在联系与作用机制,提出企业在进行党建思政工作时,应注重文化的渗透与引导,推动党建与企业文化的深度融合,进而促进企业的可持续发展。

一、企业党建思政工作与企业文化建设的关系 企业党建思政工作与企业文化建设密切相关,二者在实践中相互促进、相互渗透。企业党建思政工作通过党组织建设、思想政治教育和道德建设等方式,增强员工的政治认同感、集体主义精神,并提升其思想觉悟和行为规范,从而为企业文化的良性发展提供理论支持。与此同时,企业文化作为企业内部的精神力量,能够通过影响员工的行为和团队氛围,强化党建思政工作的效果。良好的企业文化有助于党员和员工树立正确的价值观,提升员工的社会责任感和历史使命感,激发创造力和团队凝聚力,从而推动企业实现社会责任与市场竞争的双赢目标。

二、企业党建思政工作与企业文化建设融合的路径 1. 强化党建思政工作与企业文化建设的协同机制 要实现企业党建思政工作与企业文化建设的深度融合,一方面,要建立健全协同机制,明确党组织在企业文化建设中的主体责任。党组织要积极参与企业文化的设计与规划,在企业文化的核心价值观和行为准则中注入党的思想理论,形成具有时代性、先进性和包容性的文化氛围。另一方面,企业文化建设应当借助党组织的影响力和号召力,通过开展党性教育、思想政治工作和道德建设

等活动,引导员工在工作中践行党的理论和价值观。 2. 注重思想政治工作在企业文化建设中的渗透 企业党建思政工作应与企业文化建设有机融合,推动思政工作在文化建设中深度渗透。通过思想政治教育、主题党日、集体学习等形式,增强员工对企业文化的认同感。在这一过程中,党组织应主动向员工传递社会主义核心价值观,将其与企业文化中的企业使命、愿景、核心价值观有机对接,实现党的思想与企业文化的同步推进。 3. 培养党员在企业文化建设中的先锋模范作用 在企业文化建设的过程中,党员应当发挥先锋模范作用。党组织要通过组织党员深入参与企业文化建设,结合实际情况开展特色文化活动,将党建思政工作与员工日常工作和生活紧密结合。党员通过率先垂范,为非党员员工树立榜样,推动企业文化建设的深入开展。同时,党员应当积极参与企业的公益活动、志愿服务和社会责任实践,通过实践活动向员工传播积极向上的企业文化。这样不仅增强了党组织的凝聚力,也促进了企业文化建设与发展。

三、结语 企业党建思政工作与企业文化建设的融合,是企业可持续发展的关键途径。明确两者的相互关系,建立有效的融合路径,可以推动企业党建工作与企业文化的协调发展,促进员工的全面发展和企业的长期稳定。因此,企业应积极探索符合自身特色的党建思政工作与企业文化建设融合模式,为推动企业高质量发展提供强有力的文化支持。(作者单位:新汶矿业集团有限责任公司洗煤分公司)