

# 修订后的《行政法规制定程序条例》公布

新华社电 国务院总理李强日前签署国务院令,公布修订后的《行政法规制定程序条例》(以下简称《条例》),自2026年7月1日起施行。

《条例》旨在贯彻落实党中央关于立法工作的重大决策部署,细化立法法有关规定,总结行政法规制定实践经验,规范行政法规制定程序,保证行政法规质量,推进国家治理体系和治理能力现代化。《条例》共8章48条,修订的主要内容如下:

一是完善总体要求。明确制定行政法规应当坚持中国共产党的领导,完整准确全面贯彻新发展理念,注重立法与改革、发展、稳定相协同,注重保障和促进社会公平正义,坚持科学立法、民主立法、依法立法。规定对党和国家工作大局急需、人民群众迫切期盼,调整范围单一、有关方面没有较大争议的行政法规,应当快速响应,加快相关立法工作。

二是加强立法统筹。要求有关部

门贯彻落实党中央、国务院决策部署,报送实践所需、立法时机成熟的立项申请;国务院法治部门结合立法项目的成熟程度、紧迫程度,突出重点领域、新兴领域、涉外领域,统筹兼顾拟订国务院年度立法工作计划;起草部门严格执行立法工作计划,落实前置评估机制,国务院法治部门加强组织协调和督促指导。

三是健全工作机制。明确起草行政法规应当坚持问题导向,遵循经济社会发展规律,坚持和发展全过程人民

主,拓展人民群众有序参与立法途径,加强立法时机、立法预期实施效果等的评估。要求国务院法治部门完善政府立法审查制度,提高审查质效。

四是适应改革需要。规定制定行政法规应当引导、推动、规范、保障相关改革;暂时调整或者暂时停止适用行政法规部分规定的,要及时评估论证,并根据情况修改或者恢复施行有关规定。明确国务院法治部门经报国务院同意组织开展行政法规清理工作。

## 医保个账支付将建“白名单”

米面油、化妆品、保健品及各类“马甲产品”严禁个账支付

昨天上午,国家医保局、财政部发布通知,我国将建立定点零售药店个人账户支付白名单制度。米面油食品、化妆品、保健品等非医药类商品,以及隐形眼镜、按摩设备等产品,不得使用医保个人账户支付。根据通知,各省级医保部门原则上须于9月底前出台统一的定点零售药店职工医保个人账户支付白名单。



主、医疗功能为辅的器械耗材,不符合基本医保“保基本”功能定位。

### 再扩容

#### 可支付流感疫苗

国家高度重视流感等急性呼吸道传染病防控工作,接种疫苗是预防流感的重要手段,可降低重症和死亡风险,减轻疾病和社会负担,具有较好的综合效益。

国家医保局表示,为加强流感防控,将允许地方探索使用职工医保个人账户,支付在定点医疗机构发生的流感疫苗费用。

### 强监管

#### 违规将被解除协议

医保部门将持续加强定点零售药店基金监管力度,重点查处个人账户支付食品、日用品、化妆品等非医疗产品和白名单之外的医疗产品以及空刷套刷、倒卖串换、伪造处方,或通过虚假宣传、诱导消费等方式违规使用医保基金的行为。

同时医保部门提醒,将米面油、化妆品等非医药类商品串换为医保药品并使用个人账户支付,违反规定将依规被解除医保定点服务协议。

(北晚 柴嵘)

### 白名单

#### 主要包括三大类

列入名单的产品,必须是经药监部门批准、与治疗密切相关、医疗属性强、价格适宜的药品、医疗器械和医用耗材。原则上,符合条件的主要包含:

**药品** 在我国正式批准上市的化学药、生物制品、中成药、中药饮片,包括国产、进口、港澳台地区生产的药品。

**医疗器械** 体温计、血压计、血糖检测仪、康复辅助器械等医疗器械。

**医用耗材** 医用口罩、棉签(棉球)、纱布绷带、创可贴、退热贴等医用耗材,

病原检测试剂、早孕试纸等体外诊断试剂,一次性末梢采血针、笔式注射器及针头、碘伏帽、造口护理袋等长期使用耗材。

各地制定白名单时要充分听取意见,并根据群众需求和医药技术发展进行动态调整。

### 禁支付

#### 非医药类商品坚决不纳入

以下产品种类不能使用医保个人账户支付:

一是米面油食品、化妆品、保健品、日常生活用品等非医药类商品坚决不

得纳入白名单。前段时间,媒体报道的湖南部分定点零售药店使用个人账户支付食品、化妆品、保健品等非医药类商品,此种行为一直都是基金监管坚决打击的违规行为。

二是类似此前媒体报道的“牙膏牙刷牙线、面膜、防晒用品、女性护理垫”等械字号产品。包括一些仅为适配医保支付、无实际医疗价值或实际医疗价值较低的“马甲产品”,不得纳入白名单。这类产品虽然有“械字号”身份,实际主要用于生活功能。

三是部分不符合基本医保“保基本”功能定位的医疗器械。例如隐形眼镜、按摩设备、智能通信计时设备以及用于体育健身、养生保健等生活功能为



## 产品自封“第一”玩的是障眼法

### ■ 辛音

在电商平台搜索牙膏关键词,映入眼帘的是满天飞的“第一”:有的称霸“烟酰胺美白牙膏去黄去牙渍热销榜”,有的登顶“12岁至18岁成人防蛀金榜”,有的拿下“抑菌清新口气成人金榜”,有的荣膺“清新口气品牌金榜”。据央视报道,电商平台充斥自封“第一”的把戏,拆解这些“第一”背后,均有各自的限定条件。

如果赛道上只有一个选手,不是第

一个冲线才怪。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”。部分商家正是通过增加限定词前缀、不断缩减商品赛道,给自己的商品定制一个个“冠军”称号。“第一”本该是赛场竞技的结果,凭实力获得的荣誉,在电商眼里却变成了可以随意定制的标签。

自封“第一”根本证明不了产品质量有多过硬,只能说明前缀创作有多鸡贼。大搞文字游戏,为的是混淆视听;吹成销冠,无非是忽悠消费者下单。在

呈现方式上用小字免责、大字吸睛,将适用条件、数据、前提等关键信息隐藏起来,则是利用大多数人的阅读习惯,刻意制造认知盲区,从而提升产品销量。

虽然不是编造数据,但是通过修饰词的堆砌包装与视觉设计的信息不对称,诱导消费者落入定义陷阱,扰乱市场秩序,性质同样恶劣。“萝卜坑式”宣传,涉嫌违反广告法中关于绝对化用语的禁止性规定。据报道,北京市市场监管部门主动出击,对“萝卜坑式”绝对化用语广告等宣传违规问题开展

专项清理整治,有力维护了消费者权益。各大电商平台也应承担责任,加强对商品广告话术的审核,铲除在宣传语中嵌入文字套路的生存土壤。

宣传语大要花招,最终折扣的是品牌信誉。在消费者闻所未闻的狭窄细分领域自封冠军,最终经不起市场和口碑的真实检验。与其在“第一”定语上想破脑袋,不如在产品质量上花点心思。摒弃量身造榜的营销歪路,坚守广告宣传的诚信底线,打磨品质、精进服务,才可能赢得市场的长久认可。