

药品不良反应 莫用“尚不明确”来遮羞

□罗志华

日前,国家药监局连发3则公告,要求修改一批中成药的说明书,增加不良反应、禁忌和注意事项。要修改的包括小儿肺咳颗粒、生血宝制剂、血塞通口服制剂、金莲清热制剂、九疳制剂等常用中成药,其中不乏大品种。(4月25日《广州日报》)

当前很多常用中成药的说明书上,在关于禁忌、不良反应、注意事项等内容中,都写着“尚不明确”字样,除此之外再无其他内容。出现这种现象有一定的历史原因,比如很多中成药都是使用多年的老方子,在过去上市之时,认为老方子经历了时间的检验,不良反应等临床试验数据缺乏也无关紧要。

由于中成药具有很强的特殊性,《药品说明书和标签管理规定》对于西药的不良反应等内容提出了严格的要求,但《规定》第二十九条则明确,中药材、中药饮片、中成药的说明书管理规定由国家食品药品监督管理局另行制定,此后对于中成药的说明书管理,也都考虑到了这些特殊性,“尚不明确”就一直沿用了下来。但长时间“尚不明确”就有不作为之嫌。因为当前关于药品不良反应的监测很到位,信息渠道十分通畅,比如当出现药品不良反应后,医务人员有责任在药品不良反应监测系统中进行填报,将这些数据进行收集整理,就能将相关药品不良反应掌握得十分清晰和具体,没有理由长期“尚不明确”。

无疑,药品说明书直接关系到患者的用药安全。在监管部门要求做出修改的基础上,我们每个人都应该成为消除不良反应“尚不明确”等模糊字眼的监督者,通过“用脚投票”等方式,对药企形成倒逼,从而促成药品说明书揭去“尚不明确”这块“遮羞布”。

“半年加班近500小时” 伤的不只是员工

□胡建兵

4月22日,上海某新能源汽车员工陈女士爆料,最近业务体量增大,近半年她已加班近500小时,此前自己不仅有急性肠胃炎,体检还发现21处异常,加班期间多次发烧,还因上吐下泻三次去过医院急诊。(4月26日 深圳新闻网)

虽然企业尚未作出回应。事实究竟如何,有待调查。但职场“连轴转”“被加班”的现象确实较为普遍。2022年前程无忧发布的《职场人加班现状调查报告2022》显示,超9成的职场人或多或少需要加班,近85%的职场人受到“隐形加班”的困扰。而长时间的加班,无形中伤害了劳动者的身体。世卫组织和国际劳工组织发布的一项分析报告显示,超时工作是最大的职业病风险之一,据估算,每周工作55个小时以上的人,患中风的风险会增加35%,死于缺血性心脏病的风险上升17%。仅一年中,全球有74.5万人死于长时间工作。平均每分钟,就有近1.5个人,因为加班而死亡。

以各种理由要求员工超过法律规定时间加班,并且未能足额支付加班薪酬,表面上看,企业投资人和管理层享受着员工加班带来的红利,但恐怕最后牺牲的不仅仅是员工的合法权益和身心健康,还有企业自身的长远发展。毕竟企业的前途最终取决于员工,只有为员工提供可持续的发展平台、合理的薪酬回报和可以保障身心健康的工作环境,员工才愿意真正与企业共成长,而不是只为打一份工。

当然,最关键的是有关部门必须建立严格的监督管理机制。作为劳动监察部门,要对企业依法加强检查巡视,发现有违法违规加班问题,要及时处罚,从而让《劳动法》真正落到实处。另外,必须明确不管是“自愿”还是“被迫”,只要加了班,就必须发“加班费”。唯有如此,才能减少“被加班”情况的发生,保障职工的合法权益。

同样复出 不同结果 关键问题别犯错

□用中

近日,安徽省黄山市歙县王村镇原副镇长洪升的职务变动情况受到关注。2016年,洪升因在上班时间开网约车而受到行政警告处分,引发舆论关注。歙县官方网近期公开的资料显示,洪升已于去年11月出任歙县城市管理行政执法局党组成员、副局长。

对于他的复出,舆论普遍持欢迎态度,有评论者指出,官员在犯错受到处理后能否复出,要看其犯什么样的错,错的性质是什么,对像洪升这样的不是利用职务之便贪污受贿的,没有严重侵占国家财产的,能认真悔改的,不能一棍子打死。与一些贪官相比,像洪升这种犯错的,普通民众还是可以原谅的,而且复出的信息是公开透明的,是经得起社会各界检验的。从洪升复出的社会舆论来看,社会各界对其没有多少质疑。

无独有偶,曾因歌词中隐含毒品、侮辱女性、拜金等内容而“凉凉”的嘻哈歌手PGONE,最近突然试图复出。然而,从“复出”到账号再被封不到24小时。平台给出的理由是:收到了大量网友的投诉和举报。

同是复出,不同结果,值得我们深思。这说明,人都有犯错的时候,关键在于犯错的性质。特别是对于公众人物来说,必须洁身自好,守好底线,不能在敏感问题上铸成大错,否则,一旦存在涉毒、涉贪等问题,就必然翻车,再想翻身可就难乎其难。

本版诚挚欢迎读者来稿,来稿邮箱为: qzwbpl@163.com

涸泽而渔式涨价不可取

□郑运钟



明天就是五一长假首日,作为国内热门的旅游目的地之一,泉州将迎来八方游客。为了让更多游客来泉州住得下、玩得好,泉州鲤城住宿产业协会及民宿分会相关负责人在五一前夕发出倡议,希望经营者尊重市场规律,合理定价,以温暖的服务,让游客们来了还想来,共同维护世遗之城的烟火气。

无独有偶。也是在近期,泉州市市场监管局与鲤城、丰泽、洛江三个区市场监管部门联合召开规范住宿业市场经营行为约谈会,星级酒店、宾馆、民宿在内的40家住宿经营主体受邀参会。会上,市场监管部门就如何规范经营行为进行行政指导与提醒告诫。

从行业协会的倡议书,到监管部门的约谈会,都在聚焦同一个问题:酒店定价。今年以来酒店价格的变动最真实地反映了泉州文旅市场快速复苏的势头,春节期间,外地游客纷沓而至,酒店价格也水涨船高。然而,

节假日期间价格大涨乃至“一房难求”的现象,也暴露出酒店住宿行业接待能力不足的短板,不利于文旅市场的长远健康发展。随着五一长假的到来,控制价格涨幅、提升游客的游玩体验,成为当务之急。

稳定价格,要靠行业自律。应该说,公众对旅游旺季涨价早已司空见惯。毕竟,供需决定价格,如果需求井喷,供应却不能及时跟上,涨价便是大概率事件,不仅在泉州,各地热门景区周边的酒店价格在五一前夕都大幅上涨。但这并不意味着可以随意乱涨价,经营者如果自恃“皇帝女儿不愁嫁”,想涨多少就涨多少,则无异于涸泽而渔的短视行为,不利于文旅市场的长远发展。而且,根据价格法,为了维护公共利益,价格涨幅过高时,政府部门有权进行临时干预。近期火遍全网的淄博就对五一期间的价格涨幅进行限制。当然,限价只是无奈之举,要保障市场的健康繁荣,则更需要酒店、民宿行业的经营者加强自律,合理定价。

相比涨价,还有一些行为对消费者的伤害更大,也更值得人们警惕。就在近期,多地文旅市场传出一些不和谐之音:有些游客预订后,酒店又临时加价;还有不少网友晒出了被酒店“退单”的情况,而酒店给出的退单理由也五花八门。或以五一已满房

为理由退单,或以“房间需要装修”“老板换人”等原因取消预订,但游客们后来发现,这些民宿并没有停止接待客人,而是以更高的价格继续出租。不难看出,一些商家为了追求更高收益,宁愿违反合同规定,认罚支付违约金,也要下达“逐客令”,不仅吃相难看,实质上,这还是涉嫌欺诈的违法行为。

值得注意的是,在近期召开的约谈会上,泉州市市场监管部门强调,将综合施策,严加监管,依法查处和公开曝光一批损害消费者权益的典型案件。言下之意,一旦出现破坏泉州旅游市场形象的“害群之马”,其违法行为必将受到严厉惩处。联想到多地文旅局长“谁砸旅游锅,就砸他饭碗”的强硬表态,经营者应当从中体会出监管部门对文旅复苏的细心呵护,更不应怀疑他们规范市场的决心与手段。

说到底,不管是行业自律的倡议,还是带着警示意味的约谈,其用意都不言自明,那就是:告诫商家,涸泽而渔式涨价并不可取,因为这给刚刚复苏的文旅市场带来损害,长远来看更是双输的行为。



保持平常心 做好分内事

□唐传艳(医生)

目前在对待疫情的态度上,两极分化的趋势比较明显。一方面,不少人认为新冠疫情属于“秋后的蚂蚱”,闹腾不了几天,因而时时处处表现得满不在乎。另一方面,有一部分人为之感到担心和焦虑,比如新版口罩指引推出后,一些人担心,很多公共场所戴口罩全凭个人自愿,是否会加剧外出感染的风险?

对待疫情,满不在乎和过度焦虑均不可取。首先应该认识到,“二阳”的出现不足为奇,学会与之共处,既不藐视,也不害怕,才是理性选择。新冠病毒的演变虽然存在不确定性,但毒力渐渐衰减等已得到确认,民众经历了“首阳”的考验,对于症状大概率会变得更加轻微的“二阳”,当然有做好应对的能力和底气。

对防疫保持定力,还须客观看待并严格遵守防疫新举措。比如对于新版口罩佩戴指引,个人应该根据自身情况,用最适合自己的方式来处理佩戴口罩事宜,有很多情形和场合可以不佩戴口罩,但患有基础性疾病尤其是呼吸慢病的人以及家有高龄老人和婴儿的年轻人等,外出时还是规范佩戴口罩为宜。公众在出入医院、幼儿园、托儿所、养老院等机构时,仍应该自觉规范佩戴口罩。

无论情势如何发展,该做的事始终应该做好。“阳过”之后一段时间再次接种疫苗,可以形成更强的更持久的免疫力,没有“阳过”的人、老年人、基础疾病患者等脆弱人群,更应积极接种疫苗,这样即使不可避免感染,也至少可以大幅减轻感染后的症状。除了按要求接种疫苗之外,防疫期间养成良好的个人防护习惯也应该保持下去。只要保持这样的防疫定力,“二阳”来与不来和何时到来,民众都能够做到泰然处之。

公共部门应做足准备

□宛平(职业撰稿人)

目前能够观察到的事实是,确实有少部分人感染了。此外可作参考的是,国外在感染高峰之后,病毒也都没有彻底消失,而是经过了多轮小规模感染。

基于这些事实,完全不当回事,显然也不是科学态度。从个人角度来说,适当做好防护,在人流密集的场所戴好口罩、做好个人卫生,应该成为基本操作。

当然更重要的层面,是医院等公共医疗体系须做足应对的准备。上一轮大感染最考验的其实是医院,如何在短时间内经受过大批量患者的冲击。即便今后的感染不会有去年那样的规模,但是只要病人增多,医院的人力和药物资源能否应对,就成为关键问题。

另外,上一轮大感染也暴露出,农村等基层医疗资源的紧张。这次五一假期的人员大流动,也可能给农村地区带来一定的感染隐患。在假期来临之前,检视理顺农村基层地区的药物储备、应急流程等,也是必要的。整个社会面的大感染,至少目前来看,可能性还是很低的,至于可能到来的感染小高峰,只要药店的药物充足、各层级医院能够有条不紊运转,那就不会出现失控的情况。在这个层面来说,只要医疗公共部门各方面工作做到位了,公众完全可以平常心面对“二阳”。

长效机制应对潜在风险

□允中(评论员)

应对“二阳”,公共服务部门应有长远的目光,建立常态化的应对机制。必须看到,新冠病毒并没有消失,仍在不同国家不同程度地流行,未来变化走向还有不确定性。就国际经验及病毒传播规律而言,在感染高峰之后,通常都会出现多轮小规模感染。而随着我国多数人感染后的时间延长,体内抗体水平也会有所下降。着眼于更多人更长久的安全健康,方方面面都要做好准备。

一是做好信息播报,让公众能够及时了解最新情况,避免产生误判或恐慌。二是做好科普,让人们对新冠及其发展变化有理性的认识。三是提高公共治理的水平,在总结过往经验的基础上,完善和提升公共服务体系应对潜在风险的能力,打造一只“召之能战、战之能胜”的危机应对团队,从而成为公众心里最托底的存在。

做到这些,我们就一定能正确应对“二阳”可能带来的波动,守护我们繁荣火热的生产生活。



国家中医药局等部委联合制定印发的《“十四五”中医药文化弘扬工程实施方案》近期公布。方案提出“加大中医药文化活动和产品供给”等12项重点任务,旨在大力弘扬中医药文化,更好满足人民群众对中医药的健康需求和精神需求。(新华社)

设“母婴车厢”非治本之策

□陆玄同



铁路客流高峰即将到来,届时列车车厢拥挤的公共空间内,陌生人之间产生各种摩擦在所难免。继一女子此前发帖吐槽软卧车厢分配3男1女,引发部分网友对“性别车厢”的争议后,近日一段高铁上两名女子因婴儿啼哭而争吵的视频,又引发网友呼吁设立“母婴车厢”。

公众的个性化需求能够理解,铁路部门也在精细化服务上下了功夫。但车厢是公共空间,不管是呼吁设立“女性车厢”还是“母婴车厢”,都只是治标不治本,除了人为“筑围墙”,破坏公共环境流动交流的生态平衡,于解决实际问题意义不大。

公共空间的自由和秩序,建立在大家对既有规则的遵从上。每个人都是独立个体,也都有各自不同的需求。但细细思量,求同存异无疑是众口难调的最优解。且不说在巨大差异化需求下,铁路部门实现这一呼吁有难度,即便按照网友呼吁设置相关车厢,也未必能取得让各方都满意的结果。

而且,这种动辄以设置各类车厢来化解分歧的提议,本身就是头痛医头,脚痛医脚,结果就是“按下葫芦起了瓢”,引起更大的分歧。比如,铁路部门曾试行“女性包厢”,但由于各种原因,匆匆退市了。这也说明,没有大量市场需求的支撑,网友的争议可以当做改进服务的一种参考,但更要以大量实际需求为准。毕竟,公共服务是联动的,铁路服务带有公益属性,考虑个性化需求,也要顾及群体性公平。

其实,设置五花八门的专属车厢,完全没有必要,很可能导致公共资源的浪费。比如针对“女性车厢”,有专家表达了疑问,“如果中途有人下车,车厢还剩下3个女孩子,剩下一个座位怎么合理售卖?如果遇到春运、小长假等车票紧张时间,已有三男或三女的车厢如何分配剩下一张票?”这都是现实问题。公共空间,本身是陌生人的集合体。真有特殊需要,联系列车员协调,恐怕是解决当下这一困扰的最佳办法,不仅成本小,还兼顾了效益与公平。

再比如针对小孩吵闹问题,如果是婴儿无意识的吵闹,大家还是多些理解,带小孩的家长也应向受影响者表达一下歉意。如果说是大一点的孩

子,家长要多些规劝,不能任由孩子肆意奔跑,大声喧哗,在教育引导下,培养孩子的公共意识。不只孩子,常坐高铁的都清楚,车厢里大声打电话的、影像设备外放的、高声聊天的,每节车厢几乎都有,铁路部门也为此设置了“静音车厢”。但更有效的做法是,遇到太过吵闹的旅客,不妨请列车工作人员提醒下。

公共服务需要兼顾均衡,毕竟列车空间就那么大,更需要大家秉持一颗平常心。其实很多地铁也设置了“女性车厢”,但效果并不明显。就像我们去任何公共场所一样,针对特殊困难群体的差异化服务不可缺,但对绝大多数人,一视同仁可能更有现实价值。

大家生活在一个与陌生人频繁接触的社会,列车上表现得更为明显。如何培养兼顾他人的公共空间意识,也是每个“人在旅途”者需要思考的问题。进一步说,促进个体自由与公共责任义务平衡的表达方式,更是公共议题需要跨过的门槛。当无限的需求遭遇有限的空间,宽容包容应当盖住自由,议事规则应当超越观点,公共理性应当屏蔽情绪。毕竟,铁路部门要保障公共利益最大化。

本版诚挚欢迎读者来稿,来稿邮箱为: qzwbpl@163.com