

四问嘉宝米粉下架罗生门

问题1:谁在主导下架

针对中国商业经济学会母婴产业委员会发布《关于对嘉宝品牌婴幼儿米粉下架的通知》一事,2月9日,中国商业经济学会则发布声明称,中国商业经济学会并非食品安全与质量相关领域的研究单位,不会对“嘉宝产品安全与质量”相关问题发表任何看法与意见。报道中的“中国商业经济学会母婴产业委员会”并非我会相关机构,与我会无任何关系。

中国商业经济学会甚至表示,“针对冒用中国商业经济学会名义招摇撞骗,损害我会公信力的行为,我会将提交公安部门进行调查处理。我会保留对其法律诉讼的权利”。

不过,上述说法与中国商业经济学会母婴产业委员会的官网信息显示有所不同,根据中国商业经济学会母婴产业委员会官网信息,在国务院国资委监管下,以及相关部委支持下,由中国商业经济学会成立中国商业经济学会母婴产业委员会,并于2018年10月29日正式聘任蒋化书为中国商业经济学会母婴产业委员会主任。

而中国商业经济学会母婴产业委员会主任蒋化书在接受北京商报记者采访时却表示,中国商业经济学会母婴产业委员会是中国商业经济学会下属单位,在成立时有相关流程、章程、文件、合同以及银行转账记录等相关手续证明。

对此,北京商报记者联系采访了中商经济学会会长马龙,对方表示,以声明为准。

中国商业经济学会母婴产业委员会与中国商业经济学会的关系究竟如何尚未厘清,雀巢相关负责人告诉北京商报记者,针对中国商业经济学会母婴产业委员会要求会员下架雀巢旗下嘉宝品牌婴幼儿米粉产品一事,已向国家相关部门举报,并保留诉诸法律的权利。

问题2:母婴产业委员会是谁

值得关注的是,在蒋化书提供的两张文件中,中商【2018】第48号文《关于同意筹备成立中国商业经济学会母婴产业委员会的批复》中显示,福建省白马王子传媒有限公司等有关单位,其提交的筹备成立中国商业经济学会母婴产业委员会的申请书,我会已经收悉。经中国商业经济学会研究同意此申请。落款日期为2018年10月18日。

雀巢旗下嘉宝产品下架风波持续发酵。2月9日,雀巢、中国商业经济学会母婴产业委员会、中国商业经济学会涉事三方均发布声明。雀巢称旗下产品符合标准;中国商业经济学会否认与中国商业经济学会母婴产业委员会存在关系;而中国商业经济学会母婴产业委员会则表示有证据证明是中国商业经济学会下属单位,同时就下架嘉宝品牌米粉一事发布公告称系误解。如此,这场发酵几天的产品下架事件似乎有了结果,但背后却引发更多思考。中国商业经济学会母婴产业委员会是谁?是否有权力下架产品?



另一份落款为2018年11月19日的证书中显示:按照《中国商业经济学会章程》,经审核,同意设立中国商业经济学会母婴产业委员会。有效期3年。“两份文件的落款和公章均为中国商业经济学会秘书处”。

不过,2019年6月17日,中国商业经济学会发布了“中国商业经济学会母婴产业委员会”是未经中国商业经济学会会长办公会和理事会审议批准的违规组织的相关声明。

2019年8月28日,马龙作为甲方中国商业经济学会法人代表与作为乙方的福建省白马王子传媒有限公司法人代表蒋化书,签署了一份《关于中国商业经济学会母婴产业委员会相关运营事项的协议书》。该协议书显示,甲方为中国商业经济学会,乙方为福建省白马王子传媒有限公司。甲方聘请乙方公司法人代表蒋化书担任甲、乙双方共同设立的中国商业经济学会母婴产业委员会为会长,全权负责中国商业经济学会母婴产业委员会的相关事务。此外,乙方每年支付甲方15万元

赞助费。

上述文件签署或与中国商业经济学会秘书长尹传高有关。蒋化书告诉北京商报记者,此前并不认识马龙,很多事情都是秘书长尹传高经手办理。

而就在2019年10月15日,中国商业经济学会发布声明称,对尹传高使用来源不明公章,以欺骗行为产生的对外业务,一律无效。

蒋化书告诉北京商报记者,因为不能批复两次中国商业经济学会母婴产业委员会成立的相关文件,因此签署了该协议书。同时中国商业经济学会也已把2019年6月17日发布的“中国商业经济学会母婴产业委员会是未经中国商业经济学会会长办公会和理事会审议批准的违规组织”等相关内容删除。

问题3:是否有权下架产品

母婴产业委员会是否有权力下架产品

呢?中国食品产业分析师朱丹蓬表示,学会没有相关职能要求市场下架产品。

北京商报记者登录中国商业经济学会母婴产业委员会官网发现,中国商业经济学会母婴产业委员会已删除《关于对嘉宝品牌婴幼儿米粉下架的通知》。

与此同时,中国商业经济学会母婴产业委员会重新发布了《关于嘉宝米粉的最新通知》。该通知称,2月6日中国商业经济学会母婴产业委员会发布的《关于对嘉宝品牌米粉下架的通知》系被误解,是为了避免会员单位的母婴门店销售不合格产品被市场监督管理局处罚而下发的内部通知,至于嘉宝米粉中国市场监督管理部门并没有发出过下架通知,产品正常销售。

北京商报记者登录中华人民共和国民政部全国社会组织信用信息平台查询发现,中国商业经济学会母婴产业委员会并不存在,且中国商业经济学会被列入严重违法失信名单。

中医药将全面融入卫生应急预案

北京商报讯(记者 陶凤 常蕾)新冠疫情之下,中医药发挥了至关重要的作用。2月9日,国务院办公厅印发《关于加快中医药特色发展的若干政策措施》(以下简称《措施》)《措施》指出,中医药防治举措全面融入应急预案和技术方案。

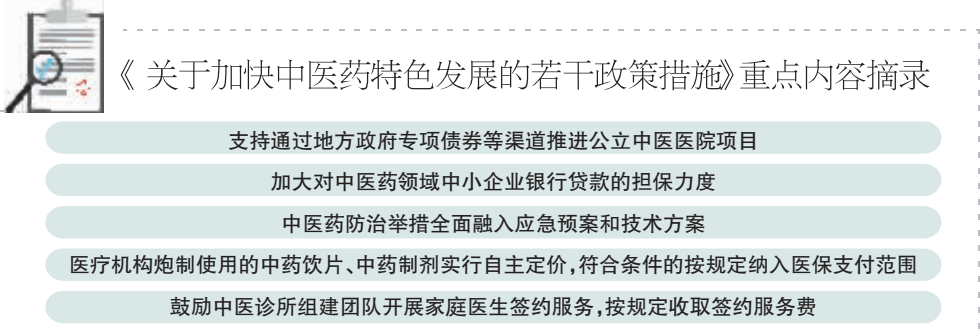
《措施》指出,健全中西医协同疫病防治机制,中医药系统人员第一时间全面参与公共卫生应急处置,中医药防治举措全面融入应急预案和技术方案。同时,建立国家中医药应对重大公共卫生事件和疫病防治骨干人才库,建设国家中医药防治和紧急医学救援队伍,探索疫病预防控制机构建立中医药部门和专家队伍。

对于中医药发展措施,资本市场闻风而动。2月9日,东阿阿胶尾盘封住涨停,云南白药继周一涨停之后,周二又大涨近8%,片仔癀在周一涨停之后,周二一度大涨超5%。

国家中医药管理局科技司司长李昱曾表示,连花清瘟胶囊(颗粒)、金花清感颗粒、血必净注射液在此次新冠疫情治疗中发挥了重要作用,并取得了良好的临床证据。国家药监局已经批准将治疗新冠肺炎纳入到“三药”的新的药品适应症中。

公开资料显示,在吉林,新冠肺炎确诊病例住院期间中药使用率达100%;在北京,新发地市场出现聚集性疫情,所有确诊病例中医参与救治率为100%,中医师上到救治第一线,全力救治患者;在青岛,集中使用了中药汤剂、中成药、中药制剂等在内的中医药技术,中医药参与治疗率100%。

中医药助力抗疫,但与此同时,新冠疫情使得部分中药材进口受阻,无形中推高



了相关中药材品种的价格。公开数据显示,2010-2019年,国内中药材进口量年均增长3.23%,但受疫情影响,2020年中药材预计进口量下降28.07%,为近15年来最低值。而仅在2021年1月,价格上涨的中药材就达128种。其中,涨幅较大的有王不留行,涨幅高达84.6%。

医药投资专家程宇指出,中药涨价有两大原因,一个是疫情使得部分药材进口受阻。此外,药材的种植受到天气影响较大。2020年普遍降水偏多,大量药材收成明显下降。药材收成不足,但因新冠疫情,药材需求又大幅上涨,因此很多中药材价格翻倍。

药材涨价,中药饮片、中药制剂价格是否可以随之变化呢?《措施》指出,医疗机构炮制使用的中药饮片、中药制剂实行自主定价,符合条件的按规定纳入医保支付范围。

尽管中药饮片纳入医保并非新鲜事,但医保目录中中成药的比例增加的趋势已逐渐显现。据国家医保局介绍,目前国家医保药品目录共收录药品2709个,其中西药1370种、中成药1339种(含民族药93个),中成药占比由2000年的40.52%提高到2019年的49.43%,中西药品种数基本持平。

实际上,近年来中药饮片因缺失统一行业标准,行业不乏乱象。鼓励中医药发展,但与此同时监管也要跟上。2019年国家基本医疗保障药品目录调整时,国家医保局将中药饮片由排除法改为更加严格的准入法管理,彼时,共892个有国家标准的中药饮片纳入了医保基金支付范围。

此外《措施》对于今后中医药服务的相关价格政策都有相关规划《措施》指出,建立以临床价值和技术劳务价值为主要依据的中医医疗服务卫生技术评估体系。落实医疗服务价格动态调整机制,每年开展调价评估,符合启动条件的及时调整价格,完善分级定价政策。

推动中医药发展,资金支持才是硬道理《措施》要求,各级政府落实对公立中医医院基本建设、设备购置、重点学科发展、人才培养等政府投入政策;支持通过地方政府专项债券等渠道,推进符合条件的公立中医医院建设项目;积极支持符合条件的中医药企业上市融资和发行公司信用类债券;鼓励各级政府依法依规支持融资担保机构加大对中医药领域中小企业银行贷款的担保力度。

车市高开“缺芯”难解

北京商报讯(记者 刘洋 刘晓梦)为实现全年4%的销量增速目标,中国车市开启狂奔模式。2月9日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布数据显示,今年1月国内汽车产销量分别同比增长34.6%和29.5%,迎来“开门红”。中汽协副总工程师许海东表示,今年1月汽车产销双增,一方面由于汽车产销形势延续总体较好势头,另一方面由于去年春节在1月,同时叠加突发疫情,造成基数较低。

继去年5月销量增速转正后,乘用车成为持续拉动整体车市增长的主引擎。今年1月,国内乘用车产销量分别为191万辆和204.5万辆,环比分别下降18.1%和13.9%,同比分别增长32.4%和26.8%。在乘用车主要品类中,交叉型乘用车产销量同比有所下降,其他乘用车品类产销量均呈增长态势,轿车和SUV增速则更为明显。

中汽协相关负责人表示,从市场情况看,车市总体需求稳定,乘用车销量增长贡献度保持在合理区间,豪华车保持增速领先;商用车销量受货车拉动,月度销量已连续10个月刷新当月历史纪录。

不过,去年1月产销基数较低也是今年开年汽车销量呈现大幅增长的原因之一。北京商报记者了解到,去年春节为1月25日,假期因素导致汽车销量下降。

车市整体增长中,新能源车表现依旧亮眼。数据显示,今年1月新能源汽车产销量分别为19.4万辆和17.9万辆,同比分别增长285.8%和238.5%,已实现月销七连涨。

中汽协副秘书长陈士华表示:通过国家对新能源汽车产业链的培育,新能源汽车各环节逐步成熟,同时丰富多元的新能源汽车产品不断满足市场需求,新能源汽车使用环境也

在逐步优化和改进。在上述因素综合作用下,新能源汽车越来越受到消费者的认可。”

此前,中汽协曾预测,今年新能源汽车销量预计将达到180万辆,同比增长40%。许海东表示,新能源车正逐步成为车市的有力贡献者之一,虽然目前整体体量不大,但随着新能源车产品逐渐成熟,市场接受度逐渐提高,未来新能源车将可能成为车市增量重点。

事实上,相比销量“开门红”,对一季度整体销量预期,中汽协方面则较为谨慎。

中汽协相关负责人表示,虽然我国经济发展形势总体向好,但疫情变化和外部环境仍存在诸多不确定性,尤其是自去年年底出现的芯片供应紧张问题,也将在一时间内对全球汽车生产造成一定影响,进而影响我国汽车产业运行稳定性。

北京商报记者了解到,因汽车芯片供需失衡导致整车企业减产、停产的风波仍在发酵。大众、福特、通用、奔驰、日产等车企近日纷纷表示,正在面临芯片短缺问题,其中部分企业已宣布短期减产计划。

同时,由于汽车芯片供应不足影响到企业生产节奏,今年1月国内汽车产销受到波及。数据显示,今年1月国内汽车产销环比分别下降15.9%和11.6%。此前,广汽集团相关负责人对北京商报记者表示,因疫情波及全球经济,广汽集团个别企业收到供应商关于部分车型零部件供应将受到影响的预警信息。

陈士华表示,去年12月开始,国内汽车芯片出现短缺将对今年一季度汽车生产造成影响,该情况将持续至二季度“芯片危机让全球受到波及,一部分原因是由于海外疫情影响,另一部分原因是消费电子的增长,导致产能不足。”