



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

社委会
江 单 陶 沙 尹万塘
李增勇 张华勇

编委会
江 单 尹万塘 张华勇
黄 浩 李增勇 龚德贤
张邦毛 许平安 董 哲
梅任重

顾问 | 方智平 邓飞 李凌
名誉社长 | 李克炎
社长、总编辑 | 江 单
常务副社长 | 陶 沙
常务副总编辑 | 尹万塘
执行社长 | 黄 浩
副社长 | 李增勇 钱正云
龚德贤
执行总编辑 | 张华勇
副总编辑 | 朱文强 张存猛 周应文 董哲

采访中心
主任 | 董 哲 (兼)
编辑中心
主任 | 罗 阳
评论新闻中心
主任 | 张 颖
经济新闻中心
主任 | 龙 腾
区域新闻中心
主任 | 潘利求
文旅新闻中心
主任 | 许平安 (兼)
群众工作中心 (内参部)
主任 | 张学江
国际新闻中心
主任 | 黄 浩 (兼)
融媒体中心
主任 | 罗明荣
新闻影像中心
主任 | 古 风
经营中心
副总监 | 严明川
品牌战略中心
主任 | 骆 闻
先锋文化出版中心
总编辑 | 唐吉民
营商环境研究中心
主任 | 黄开堂
副刊编辑中心 / 《思想者》编辑部
主任 | 艾华林
思想者电台
主编 | 郭园

驻境外记者
驻澳门记者 | 王 强
驻台北记者 | 黄昭蓉
驻东京记者 | 向建国
驻新加坡记者 | 毛周
驻新德里记者 | 黄朝
驻阿拉木图记者 | 周璐
驻耶路撒冷记者 | 贺友
驻加州记者 | 黄 浩
驻开罗记者 | 吴志刚
驻莫斯科记者 | 朱可夫
驻奥斯陆记者 | 向建军
驻伦敦记者 | 邓联辉
驻巴黎记者 | 卢伟平
驻巴西利亚记者 | 尹志强
驻堪培拉记者 | 欧阳子

医院“庆贺”病人多，“贺”从何来？

近日，网传一则“喜报”受到关注，该“喜报”的左上角写有“兰州兰石医院”的字样，内容为：热烈祝贺兰石医院“再创佳绩”，9月份门诊人数7577人、住院及门诊手术台数426台，10月份开诊第一天门诊人数451人、手术25台。（10月15日《中国新闻周刊》）

兰州兰石医院将9月、10月就诊人数和手术台数作为“佳绩”发布，将患者数量增多视为值得庆贺的成果。这一做法引起舆论界轩然大波，主要在于医院

对“业绩”的认知与公众对医疗行业期待的严重错位。对于一般民众而言，就诊人数少、手术台数少，这才意味着疾病发生率低、身边人基本健康，值得庆幸，而该医院反其道而行之，将患者数量增长当作“佳绩”，难脱把医疗服务等同于普通商品交易、将患者流量视为盈利指标的嫌疑，此种“贺”的逻辑，完全忽略了医疗行业的公益属性，会让人产生“医院盼着人生病”的消极联想，严重侵蚀着医疗行业的社会公信力。

屡见医院发布此类信息，背后有着多重原因。部分医院党政领导人在市场化运营压力下，逐渐迷失了初心，往往将门诊人数、手术台数等与科室绩效、医生考核挂钩，过度追求经济利益，忽视了医疗服务的本质。另外，医疗行业评价体系的错位，也是发生这种现象的重要因素。在有些医院的考核中，门诊量、手术人次、床位使用率等“规模型”指标占比偏高，为了得到这些“亮眼数据”，部分医院通过发布就诊人数的“喜

报”来证明自身“成果”也就不足为奇。此外，部分群众将“人多的医院”等同于“好医院”的认知的偏差，也间接助长了此种风气。

“但愿世间人无病，何惜架上药生尘”，为医疗机构的“喜报”纠偏，需要让医院回归守护健康的本质。一方面医疗行业要重塑以患者为中心的价值导向，明确自身公益普利的基本属性，将工作重心放在提升诊疗技术、优化服务流程、降低患者就医成本上，让医疗服务切实为民。另一方面，相

关部门要建立医院评价体系，将疾病治愈率、患者满意度、公共卫生服务贡献度等作为核心评价指标，再加强对医院运营的监管，杜绝各种以“流量”为噱头的宣传行为。最后，公众也要改变对医疗行业的错误认知，要明白“好医院”的核心标准是医疗质量与服务水平，而不是简单的就诊人数的多寡，避免陷入“人多即好”的认知误区。

■李发治

300万预算 1000元中标，采购怎能如此儿戏？

近日，江西一则中标结果公示引发关注。据《北京青年报》报道，江西中医药大学附属医院全自动生化免疫分析流水线设备采购项目，中标单位系江西某医药贸易有限公司，中标产品系迈瑞MT8000等，数量1，中标价1000元。该项目预算金额为300万元人民币，最高限价160万元人民币。江西中医药大学发布相关情况通报表示，暂停了该项目采购活动。已会同相关部门开展调查，并将根据调查情况依法依规进行处理。

300万预算的项目，

中标价只有1000元，预算价与中标价出现如此大的悬殊，暴露该校政府采购环节的严重漏洞，也折射出部分单位在公共资源管理上不够严肃。

政府采购法第六条规定，政府采购应当严格按照批准的预算执行。这就要求政府采购预算编制必须科学合理，招标过程应公平透明，中标结果要经得起推敲。然而，涉事单位的采购，预算与中标价巨大落差明显超出合理范围。这到底是预算离谱还是中标价存在猫腻？这种近乎儿戏的采

购结果，严重损害了政府采购公信力。

如此采购乱象，究其根源往往存在三种可能。一是预算编制“拍脑袋”。预算编制没有经过科学论证，脱离市场实际，导致预算价格畸高或畸低，失真失准。二是高额预算“藏猫腻”。不排除特意将特定中标方留下巨大利润操作空间的可能。三是中标过程“玩手段”。恶意或被指使故意低价竞标，中标后再通过配套耗材、售后服务等手段牟取高额利润。无论是哪种情况，都暴露出涉事单位的采购从预算

审批监管到中标监督的失守。倘若预算中的数百万元的医疗设备真能以千元价格成交，要么说明预算严重注水，浪费公共资金；要么意味着中标结果存在猫腻，故意留下不法操作的空间。

政府采购不是“过家家”，其严肃性与公信力不容挑战。政府采购法规定，采购活动应当符合价格合理、质量保证等要求。值得深思的是，此次披露的采购，预算与中标价格相差过大，已经明显违法违规。对这样的异常采购，无论是涉事医院和校方，

还是公共资源交易平台，都没有人发现存在问题，竟能一路过关并进入公示阶段，足以看出采购监管把关形同虚设。

对如此采购闹剧必须一查到底。有关部门应尽快查明是预算虚高、程序违规还是利益输送，并依法追责。更重要的是，有关单位须以此为契机，依法规范采购行为。毕竟公共资源管理，容不得半点轻慢。

■王麓民

药价“剪刀差”，同店不同价刺痛了谁？

“同样的药，同一家店，线上买只要20元，线下却要60多元。”北京某高校学生张云（化名）近日在某药店亲历了“一店两价”的怪象。类似现象并不鲜见。记者近日走访北京市多家药店发现，同一家药店、同一款药品，部分线下门店售价普遍高于其自身在线上平台的售价，有的价差甚至高达两三倍。（10月13日《法治日报》）

这道横亘在消费者面前的药价“剪刀差”，刺痛的不仅是钱包，更是对市场公平的信任。当同一家药店的同款药

品在不同渠道呈现两三倍的价差，“平台补贴”四个字的解释显然难以抚平消费者的疑惑——为何同为正规渠道，价格却判若云泥？

药价悬殊的背后，首先是渠道成本的真实差异。线下药店不得不承载房租、水电、人工等刚性支出，这些成本最终难免转嫁到药价中，尤其在核心商圈，高昂租金更是直接推高售价。而线上渠道省去了实体店面的大额开支，部分药品采取厂商直发模式，流通成本显著降低。但成本差异绝非价差悬殊的全部原

因，线上市场的激烈竞争倒逼商家压低价格，消费者轻点屏幕即可全网比价，让价格成为重要竞争筹码；线下则受地域限制，竞争压力较小，价格调整缺乏动力，这种市场格局的差异进一步拉大了价差。

更值得警惕的是价差背后的信息不对称陷阱。不少消费者在线下购药时，并不知晓同店线上还有低价选项，药店工作人员往往仅以“平台补贴”含糊回应，却回避告知线上具体价格。药品作为特殊民生商品，消费者难以自主判断价格合理性，经营

者本应承担更高的信息披露义务，这种选择性沉默实质是对消费者知情权的侵害。

或许有人会将这种现象归结为市场选择的结果，认为消费者可自主在线上下单。但现实中，很多急需用药的患者、不熟悉线上操作的老年人，只能被动接受线下高价，这无形中造成了消费群体的“价格歧视”。更令人担忧的是，线上低价竞争已出现畸形苗头：部分药品线上售价接近甚至低于成本，沦为吸引流量的“引流款”，而平台高额抽佣又让药店陷入

“不做线上丢客户、做了线上亏毛利”的困境，甚至有中小药店因此被迫关门。这种内卷式竞争不仅可能削弱线下药店的专业服务能力，更潜藏着因成本压缩导致的用药安全风险。

药价“剪刀差”的存在，本质是数字经济与传统零售碰撞下的价格失衡。市场竞争的活力不应以牺牲消费者公平交易权为代价，渠道成本的差异更不应成为信息遮蔽的借口。唯有让价格在阳光下运行，才能让这道刺痛人心的“剪刀差”真正消弭。

■许海龙

