

主编:贺艳峰
电话:010-87664252
邮箱:xfrbzgms601@163.com
总第7586期 第4645期
2019年10月28日 星期一 第19期



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

进口、绿色、下沉： 2019“双十一”迎来三大新关键词

——进口：从6天到365天

上海白领刘娜发现，自己爱吃的车厘子现在几乎一年四季“不断档”了，曾经动辄百元一斤的价格也显得平易近人不少。选择越来越多的背后，是全年加速的“进口商品热”。

6天的进口博览会，全年的进口商品热，在电商购物节中也有了越来越多进口商品的身影。盒马相关负责人告诉记者，从去年进博会到现在，马来西亚猫山王榴莲、意大利血橙等生鲜产品首次进入中国，这一年盒马新增了50%的进口商品。

以中国消费者热爱的车厘子为例，产自大连、山东等地国产大樱桃上市一般为每年4月至6月，接下来，美国、加拿大车厘子恰好接上档期，而智利、澳大利亚和新西兰车厘子成熟期从11月开始，填补冬季市场的缺口。得益于进博会，盒马今年冬季还将引进阿根廷车厘子，让车厘子实现全年不断档。

“进口热”更体现在电商购物节的新面孔里。奢侈品牌香奈儿、奢侈品电商Net-A-Porter等首次亮相参加“双十一”，不少品牌为了赶上“双十一”还加快了开店脚步。事实上，在今年的“双十一”期间，仅淘宝就有200多个国家和地区的22000个进口品牌参与到了这一全球规模领先的电商购物节中。

——下沉：“小镇青年”爱购物

天猫总裁蒋凡在上海接受采访时预测，今年11月11日当天，超过5亿用户参与天猫“双十一”，访问手机淘宝和手机天猫的用户将增长1亿。

“在过去的两年多时间里，淘宝天猫每年都实现了超1亿的消费者增长，高达70%的新用户来自于下沉市场。”蒋凡说，来自下沉市场的新消费者在登陆淘宝天猫的第一年就会产生超过2000元的消费额，充分说明四五线城市的消费者同样注重品质消费。年轻、敢买的“小镇青年剁手党”，

甚至让不少品牌专门根据他们的需求定制商品。欧莱雅中国首席执行官费博瑞介绍，今年9月，巴黎欧莱雅品牌通过聆听在互联网上的消费者心声，推出了“零点霜”，这款专门为“小镇青年”C2B“反向定制”的商品上市当天就售出了10万多件。

——绿色：“买买买”也要减量化

提高电子运单使用率、通过胶带“瘦身”等减少电商快件二次包装、增加快递循环中转袋使用率、在家门口设置快递外包装的回收箱……越来越多的电商企业和快递企业正在将“绿色理念”注入工作流程中，在“双十一”前后，4万个菜鸟驿站和3.5万个快递公司网点将接受来自居民的纸箱和包装物的回收。预计今年“双十一”期间，线上线下将号召至少5000万人次参与和支持物流绿色行动。

中国快递协会预测，2019年中国快递业务量将完成600亿件，有报告显示，快递废弃包装占全国城市生活垃圾总



量的0.85%。在部分大中城市，快递包装垃圾已占到生活垃圾增量的80%，快递包装减量化、绿色化、可循环利用势在必行。

上海市邮政管理局副局长余洪伟表示，今年上海将在2500个邮政快递网点设立包装废弃物回收装置，目前正在

制定上海市快递包装物分类指引。

11月20日，菜鸟还将联合圆通、中通、申通、韵达、百世等快递公司，共同发起“全国纸箱回收日”，在北上广深杭等城市的部分社区设立快递包装集中回收点。

(新华网)

国管公积金简化提取申请材料 不再提交纸质申请书

笔者从中央国家机关住房资金管理中心了解到，自23日起，职工办理住房公积金提取业务时，不再提交纸质申请书。这是继2017年推出“不再提供购房合同原件及复印件”、2018年推出“不再需要提供身份证明材料复印件”等举措后，又一项简化住房公积金提取业务申请材料的举措。

中央国家机关住房资金管理中心相关负责人表示，简化住房公积金提取业务申请材料，是为进一步减证便民、优化服务。同时，职工应按照中央国家机关住房公积金提取告知承诺制有关规定，承诺申报的信息准确、完整、有效，对提取适用事项真实性负责。

近年来，中央国家机关住房资金管理中心持续简化住房公积金提取手续。特别是2018年5月，简化住房公积金业务部分申请材料的举措出台。职工办理住房公积金归集业务(包括开户、提取、转移、封存、销户等)时，不再需要提供身份证明材料复印件。在办理住房公积金个人贷款(含住房公积金贷款、组合贷款中的住房公积金贷款部分、住房公积金政策性贴息贷款)申请和贷后业务时，不再需要提供身份证明、婚姻证明、离退休证明和购房付款证明的复印件。

肺癌等5种癌症早诊早治纳入医保报销

济南出台医保新政 惠及85万高危人群 3家医院首批试点



癌症早期筛查、早诊早治是国际公认对抗癌症的最有效手段，癌症发现越早，患者的治愈率和生存率越高。为有效遏制癌症高发趋势，济南在全国率先将部分癌症早诊早治项目纳入基本医保

支付范围，为减轻群众看病负担进行一次有益的探索。

据悉，此次将肺癌、胃癌等5种癌症早诊早治纳入职工医保，职工医保统筹基金支付检查项目不设起付线，支付比

例为85%。

发病率最高的5种癌症早诊早治
《基本医疗保险癌症早诊早治项目实施办法》规定，自今年10月1日起，在济南市职工医保参保人中首先开展癌症早诊早治试点。

综合考虑癌症发病率、诊断方式、确诊难度等多方面因素，济南市将肺癌、食管癌、胃癌、结肠癌和直肠癌作为试点病种，并根据项目实施效果，逐步扩大病种范围。“这五种癌是目前发病率最高的癌症，且病死率较高。”济南市消化内镜早诊早治中心主任朱靖宇介绍。

“我国诸多癌症中，肺癌发病率和死亡率均排在第一位，被称为‘第一大癌’，但是早期肺癌往往没有症状，需要依靠查体或者高危人群筛查发现。”济南市中心医院胸外科主任朱良明说，原1A期肺癌5年内的治愈率超过90%，但总体来看，5年内肺癌的治愈率却仅有20%，这是由于晚期肺癌治愈率拉低了平均值。

据介绍，如果能早发现一个早期肺癌，经过治疗后，患者还能正常工作生活，就能挽救一个家庭。但如果确诊为晚期

肺癌，花费50万元以上也不一定治好，拖累家庭的同时也增加社会医疗负担。

早诊早治报销比例达85%

“据世界卫生组织国际癌症署预测，中国恶性肿瘤的发病率和死亡率在未来20-30年内会持续增长，尤其是城市人群，癌症的早诊早治已被公认为癌症防治的最有效途径。”济南市医疗保障局党组书记、局长李文秀表示，“早诊”的目的是“早治”，要把该项目政策与基本医保、大病保险、医疗救助等政策有效衔接，一旦确诊，确保能得到及时救治、及时报销。

据悉，部分癌症项目纳入职工医保报销，在全省尚属首家，在全国也是率先。此次开展的早诊早治项目涉及职工医保参保人约135万人，预计将惠及高危人群85万人次。

本着先行先试的原则，参加早诊早治项目应同时符合以下条件：参加济南市职工基本医疗保险并按规定正常享受待遇；年龄在45至70周岁之间；之前未被确诊患有相关疾病；经筛查属于患试点病种的高危人群。

在检查项目的选择上，根据疾病临床诊疗规范，确定肺癌的筛查项目为肺部低剂量螺旋CT，食管癌和胃癌的筛查项目为内镜(包括筛查前必要的检查检验项目，不含病理检查)，结肠癌和直肠癌的筛查项目为肠镜(包括筛查前必要的检查检验项目，不含病理检查)。

职工医保统筹基金支付检查项目不设起付线，支付比例为85%，其余部分由个人负担。同一检查项目的检查周期为每两年一次，参保人自愿增加的其他检查项目，费用全部由个人负担。

济南选择3家医疗机构作为首批试点

济南市选择3家医疗机构作为首批试点机构，分别是山东省肿瘤医院、济南市中心医院和历下区人民医院。经过多方共同努力，3个试点检查项目的价格最大降幅达到27%，在减轻参保人个人负担的同时，也进一步提高了医保基金的使用效率。

符合条件的参保人可向试点机构提出申请，试点机构负责通过问卷等方式对参保人是否符合早诊早治项目条件筛查，建立筛查工作规范，明确筛查方式、内

容及程序，并对筛查结果负责。经筛查属于试点病种高危人群的，可参加早诊早治项目，享受相应的癌症筛查项目医保支付待遇。

参加早诊早治项目的参保人，经确诊确诊患相应疾病的，需尽早开始临床治疗。经确诊未患相应疾病的，可在医生指导下进行健康干预和随访。

济南首批公益医保宣传大使获聘书

10月18日，济南首批“幸福医保”宣传大使获得由市医疗保障局颁发的聘书，其中有市民代表、社区医保工作人员、媒体代表等，他们将在各自岗位上，积极引导自身实际情况合理参与癌症早诊早治。

“当前，人民群众更加重视生命质量和健康安全，不但要求看得上病、看得好病，更期盼少得病、不得病。”济南市医疗保障局党组书记、局长李文秀表示，“我们将以癌症早诊早治项目启动为契机，加强对健康知识的科普宣传，积极引导健康文明的生活方式，引导大家不仅关注治病，更关注治未病。”(生活日报)

消费短评：

别让互联网电视“开机广告”任性太久

近日，江苏省消保委结合智能电视开机广告消费调查情况，依法约谈海信、创维、夏普、长虹、小米、海尔、乐视7家电视企业，并要求各企业在10个工作日内(10月24日)提交书面整改方案。据问卷调查统计，消费投诉主要集中于开机广告强行植入、时间过长、无法关闭、内容单调重复、降低消费者电视观看体验等方面。

对于互联网电视开、关机时强制推送的广告，消费者不胜其烦。有

网友将这种硬性的商业信息植入称为网络“牛皮癣”。随着互联网技术的应用和普及，类似现象还有不断扩大的趋势。

“开机广告”现象并不是个新问题，几年前就有消费者在反映问题，相关行业组织也在不断呼吁整改。“开机广告”任性太久，问题究竟出在哪儿？

在生产厂家看来，“开机广告”有其存在的合理性，一方面开机广告弥补了开机黑屏枯燥等待的时

间，如不喜欢用户可以拨打客服电话，有些产品也可取消开机广告；另一方面，通过向广告主收取开机广告等费用，也降低了消费者购买电视的成本。

但显然，消费者并不认可。有网友说，“智能手机、电脑开机也有几秒钟的时间，是不是也要强制植入广告呢？”“既能通过电话申请在后台关闭，为何不默认成关闭有需要再开通呢？”“产品的成本是市场竞争的结果，让消费者分担未必公平”。

广告泛滥或是利益作祟。伴随以智能电视为代表的OTT(通过互联网向用户提供各种应用服务)设备高速普及，有报告预计2019年OTT广告规模将达到109亿元，形成新的产业风口。前期靠低价抢占市场，后续靠广告等补贴利润的商业模式，正成为厂商营收增长的新来源。

规范企业行为，需要行业自律，更需要监管单位的整改引导，正如江苏省消保委给企业的告知书中提出的整改要求，要售前告知保障消

费者知情权，提供“一键关闭”功能保障消费者选择权，自主关闭开机广告保障消费者公平交易权，健全投诉处理机制正视消费者诉求。此次，江苏省消保委对被约谈企业提出了“在10个工作日内提交书面整改方案”的要求，效果如何社会各界都在关注。

有趣的是，也有一些厂商抓住了市场痛点，将“秒开秒关”作为产品新卖点，吸引了不少消费者的青睐。在消费需求多元化的背景下，

企业的致命伤是对用户反馈的冷漠，从未有大到不能倒的企业。只有那些抓住消费大市场优势，洞悉用户需求不断创新的企业，才能在市场竞争中一路领先。

10月24日，也就是今天，是江苏省消保委要求被约谈企业海信、创维、夏普、长虹、小米、海尔、乐视提交书面整改方案的时间节点，在“用脚投票”的市场里，这又何尝不是对企业的一次考验？

(人民网)