

# 消费日报

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第 0054 号

## 越来越多企业将享受 RCEP 红利

日前,2023年RCEP经贸合作高层论坛在山东省青岛市举办。本次论坛由中国贸促会、山东省人民政府主办,中国国际商会、青岛市人民政府和山东省贸促会承办。《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)成员国有关政府部门官员、驻华使节、贸促机构和商协会代表、专家学者、企业代表等400余人出席论坛,各方深入交流研讨,共同推动区域经贸合作高质量发展。

中国贸促会会长鸿斌表示,在中国贸促会的助力下,中国同RCEP成员国之间经济贸易联系更加紧密。2022年,中国与RCEP其他成员国进出口总额达到12.95万亿元人民币,占中国外贸进出口总额的30.8%。中国对RCEP其他成员国非金融类投资达到179.6亿美元,同比增长18.9%。中国实际利用RCEP其他成员国的投资达到235.3亿美元,同比增长23.1%。今年前5个月,中国与RCEP其他成员国进出口总额达到5.11万亿元人民币,同比增

长4.5%。在全球贸易投资增速下滑的大背景下,取得这样的成绩实属难能可贵。

### 利用率有提升空间

与会代表表示,企业是RCEP条款的直接应用者和受益者,相关各方应加强交流合作,共同探索提高企业的参与度,使RCEP更好地发挥作用。

中国(海南)改革发展研究院副院长、RCEP研究所所长匡贤明表示,RCEP正式生效第一年,企业RCEP规则利用率的表现可圈可点。当然,与其他多边自贸协定相比,RCEP规则利用率还有很大提升空间。这有多方面因素。首先,RCEP落地生效第一年并没有全面实施,直到今年6月2日菲律宾正式生效后才进入全面实施阶段,这在很大程度上影响了企业对RCEP规则的利用率。其次,企业了解RCEP还需要一个过程。随着时间推移,会有越来越多的企业理解并享受到RCEP的红利。

最后,企业同时面临多个自贸协定的选择,会根据不同自贸协定的优惠程度选择不同规则。

匡贤明指出,要进一步提升企业对RCEP规则的利用率,首先要加大对RCEP政策的宣传解读,让更多的企业了解RCEP,同时,要想方设法增强RCEP对企业的吸引力。其中最重要的就是推动RCEP的规则升级,为企业创造更大的区域市场。此外,中日韩等区域大国也要在保障RCEP区域供应链稳定方面发挥重要作用。

### 推动形成一体化大市场

本届论坛发布了《中国工商界关于推进RCEP机制建设共享区域合作成果青岛倡议》,以促进各成员国更大范围、更高水平、更深层次的开放合作,推动RCEP区域逐步形成更加繁荣的一体化大市场。

与会代表表示,各国工商界应同心协力,加强合作,共同推动RCEP更好惠

2023年7月6日  
星期四  
总第8484期  
第5543期  
今日4版

## 我国确定电子商务示范企业132家

**本报讯** 近日,商务部公示电子商务示范企业名单,全国共确定示范企业132家。电商示范企业创建工作意在引导电商企业合法合规经营,更好发挥电子商务在转方式、调结构、稳增长、促就业等方面的重要作用。

(宗禾)

### 亚运会中的轻工身影

## 纳爱斯正式驻“村”为亚运会增添一抹“绿”



□ 本报实习记者 刘元

亚运会日益临近,作为赛会期间承担运动员、技术官员和媒体记者等

许多设计中,杭州亚运会官方独家供应商纳爱斯为本届亚运会精心设计的亚运洗漱包也不例外。

7月4日,纳爱斯集团相关负责人

亚运会日益临近,即日起,本报开设“亚运会中的轻工身影”栏目,聚焦服务亚运会的轻工力量,反映轻工业蓬勃发展的新面貌。

客户群食住行功能的重要空间,杭州亚运村的保障设施和服务备受关注。绿色办赛理念体现在亚运村的

在接受本报记者采访时说:“洗漱包内的产品都是经过亚组委验收的绿色产品,原料以天然植物为主,而像牙膏管,我们在行业率先采用了环保可回收的材料,取代了铝塑复合材料,不会对环境产生影响。同时,洗漱包中的洗衣产品应用了‘洗涤剂高效节水技术’‘洗涤剂复合除菌技术’等纳爱斯自主研发的关键节水技术,能在有效除菌的同时减少漂洗次数,最高可实现同比节水率50%,节水性能较为突出。”

该负责人介绍:“洗漱包结合亚

运吉祥物的配色精心设计了四种颜色款式,包装便携精巧,产品一应俱全,覆盖了运动员、媒体记者、技术官员等亚运会参与人员衣物清洁、口腔清洁、个人护理等方面,既是纳爱斯参与和服务家门盛事不遗余力的表现,也是中国品牌发展强劲实力的印证。”

“纳爱斯集团优中选优,从一众科技创新好物中精选绿色产品,让运动员们在使用纳爱斯产品的同时享受到更加健康舒适的美好体验,助力他们在赛场上更好地展现风采。”上述负责人告诉记者。

据了解,目前,纳爱斯集团供首批测试赛运动员使用的洗漱包已全部就位,其余洗漱包也将根据亚组委统一安排陆续到位。除运动员村、媒体村、技术官员村等区域的居住场所外,纳爱斯产品的身影还遍布在亚运村内的各大生活超市,以满足“村”里人各种场景的生活需求。

## 医保支持创新须以保障基本为前提

国家医保局近日公布了2023年国家医保目录调整方案。国家医保局相关人士指出,医保支持创新必须以保障基本为前提,在历次目录调整中都把握“保基本”的定位,把药品保障水平的提升建立在经济和财力可持续的基础之上,绝不超越阶段、脱离实际。

上述相关人士还表示,国家医保支持创新必须以“患者受益”为前提,坚持“价值购买”,紧紧围绕药品给患者带来的受益确定价格水平,使新准入药品的性价比显著提高。同时,以科学、客观、规范的评估评价为前提,研究建立了一套符合我国实际的指标体系,对创新的

衡量更加精准、科学。

据介绍,医保目录是全国参保人员报销医药费用的标准。按规定全国参保人员在定点医疗机构发生的符合医保目录的药品费用,由医保基金按比例支付。每年医保目录主要调整的是增加创新药、药品新适应症进入目录。

2018年国家医保局成立后,341个新药以适宜的价格纳入医保目录,不少获批新药当年就能进入医保目录。医保基金购买创新药,一方面体现了政府将最新医疗技术惠及患者的意愿,另一方面也表现出了政策鼓励和支持医药创新产业发展。

北京大学医学部卫生政策与技术评估中心研究员陶立波指出,国家医保是我国民众医疗保障的基本,为促进社会的稳定与进步发挥着重要作用。每年我国医保的资金收入金额接近3万亿元人民币,面向的是14亿国民在数万家医疗机构中的诊疗活动。其规模庞大、错综复杂,资金也常常会成为各方争夺的“唐僧肉”,要做好管理工作殊为不易。经过多年探索和实践,我国医保对于医药技术的采购价格形成机制已有了比较完整的方法和思路。对于独家创新型技术,医保主要采用循证谈判的方法来形成价格;对于多家生产同类产品的情况,

则采用竞价优选的方法即基于厂商间价格竞争来形成采购价格。这有效规范了医药价格体系,挤压了价格水分,提高了医保资金的使用效率。

“无论谈判还是竞价,医保方作为购买者、医药厂商作为提供者就定价展开博弈。对于我国医药市场上过于重复供应的品种,医保采购时有望获得较低价格,这是对医药厂商缺乏创新的惩罚;如果是独家新品则有望获得较好的定价,形成对创新的褒奖。这合乎市场逻辑,有利于提高我国医药产业的技术含量,也能帮助医保基金实现有价值的购买。”陶立波说。

(经参)

作为市人民政府主要负责同志和领导班子政绩考核的内容之一。

《通知》要求,各城市要精心组织部署考核工作,按时据实报送材料,认真查找问题,全力抓好问题整改。下一步,农业农村部将同有关单位严格开展考核,用好考核“指挥棒”,以考促建、以评促用,压紧压实“菜篮子”市长负责制,保障“菜篮子”产品稳定安全供给。

(人民日报)

## 多部门开展“菜篮子”市长负责制考核

近日,农业农村部、国家发展改革委、财政部、自然资源部、生态环境部、交通运输部、商务部、国家卫生健康委、市场监管总局、金融监管总局、中国证监会等“菜篮子”食品管理部际联席会议成员单位联合印发《关于认真开展2021—2022年度“菜篮子”市长负责制考核工作的通知》(以下简称《通知》),对直辖市、计划单列市和省会城市等36个大中城市2021—2022年度“菜篮子”市长负责制落实情况进行考核。

开展“菜篮子”市长负责制考核是检验城市“菜篮子”产品稳产保供稳价能力的重要举措,是督促市长切实承

牙膏监督管理办法》年底实施 牙膏功效宣称应有充分科学依据

□ 本报记者 史晓菲

国家市场监督管理总局令第71号公布的《牙膏监督管理办法》(以下简称《办法》)将于2023年12月1日实施,记者日前从中国口腔清洁护理用品工业协会了解到,不少企业在有序推进《办法》实施前的备案准备工作,而行业中的变化也必然在消费品市场上有所体现,对于消费者来说,他们更关心《办法》的实施将对牙膏的选购有何影响。

中国口腔清洁护理用品工业协会向记者介绍,根据《办法》的新内容、新变化,企业采取了多项举措,如上海美加净日化有限公司对现有上市销售的牙膏产品形成目录,针对相关产品准备备案资料;做好牙膏用原料的报送码、产品安全性评估资料的收集工作;对牙膏配方、产品执行标准、安全评价报告、功效验证报告等备案资料进行整理;准备牙膏产品包装升级改版;完善质保体系备案项目等工作。

同时,牙膏生产企业也在密切关注《牙膏监督管理办法》相关的二级法规的发布,以便充分做好牙膏产品备案前的准备工作,确保各项备案资料符合新法规的要求。

实际上,由于《办法》涉及企业备案、牙膏的定义、功效宣传、标注内容等规定,因此,除了生产企业需要进行相关的工作外,其影响也必然辐射到市场终端,体现在产品的变化上。如《牙膏监督管理办法》第十三条规定,牙膏的功效宣称应当有充分的科学依据,牙膏备案人应当在备案信息服务平台公布功效宣称所依据的文献资料、研究数据或者产品功效评价资料的摘要,接受社会监督。这也意味着,消费者在市场上买牙膏就可以查得到牙膏到底有没有所宣称的效果,不会再“雾里看花”。

另外,消费者今后在挑选牙膏时还可根据标签进行参考。根据《办法》第十七条规定,牙膏标签应当标注产品名称、生产企业的名称、地址;国产牙膏应当同时标注生产企业生产许可证编号,产品执行的标准编号,全成分、净含量,使用期限等。

值得注意的是,根据《办法》第三条规定,牙膏是指以摩擦的方式,施用于人体牙齿表面,以清洁为主要目的的膏状产品。该定义重申了牙膏的作用方式是辅助摩擦,作用部位为牙膏表面,使用目的主要是清洁,与人们日常对牙膏产品的认识基本保持一致。“从该定义可以看出,《办法》中对于牙膏产品的物质性状进行了限定,须是‘膏状’,牙粉、洁牙凝胶、漱口水以及其他口腔护理产品等不属于牙膏。”北京市化妆品评审检查中心在其编写的“一问一答(牙膏专刊)”中特别指出。

## 2022年度媒体社会责任报告发布

本报讯 2022年度媒体社会责任报告近日发布。这是媒体社会责任报告工作开展以来,连续第十次发布有关报告。今年,从中央新闻单位到县级融媒体中心超500家媒体发布报告,发布媒体数量比去年增加百余,部分省区市和新疆生产建设兵团进一步扩大报告范围,黑龙江、陕西、湖南等15个省份实现市县三级媒体全覆盖。

2022年,新闻战线坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深刻领悟“两个确立”的决定性意义,增强“四个意识”,坚定“四个自信”,做到“两个维护”,充分发挥主力军主阵地主导作用,大力宣传党的理论和路线方针政策,为以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴凝聚奋进力量。特别是在宣传贯彻党的二十大精神、北京冬奥会冬残奥会、统筹疫情防控与经济社会发展等重大主题报道中,广大新闻工作者强化责任意识、践行忠诚担当,自觉承担“举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象”的使命任务,不断巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论,以生动实践展现了新闻战线的好形象、新作为,为全面建设社会主义现代化国家开好局起好步提供坚强思想保证和强大精神力量。

各报告媒体按照中宣部、中国记

协印发的《媒体社会责任报告制度实施办法》要求,从政治责任、阵地建设责任、服务责任、人文关怀责任、文化责任、安全责任、道德责任、保障权益责任、合法经营责任等方面,对2022年履行社会责任情况进行报告。其中,200多家媒体还制作了形式多样、传播广泛的多媒体版报告,多家媒体制作发布展示海报,召开报告发布会、座谈会。报告可读性、生动性明显增强,传播力、影响力得到较大提升。

中国记协新闻道德委员会、产业报行业报新闻道德委员会和各省区市新闻道德委员会将对媒体发布的报告开展评议打分。

媒体社会责任报告工作开展10年来,媒体社会责任报告制度建设不断完善,各级各类新闻媒体社会责任意识不断强化,参与报告的媒体越来越多,有力推进了新时代新闻事业发展和新闻队伍建设。(综文)

### 本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237

邮箱:xfrbjw@163.com



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”  
步骤二:打开应用点击上方“订阅” 步骤四:点击右上角“+关注”即可