

我国4个新冠疫苗进入临床Ⅲ期

# 6万人接种无严重不良反应

新华社消息 科技部社会发展科技司副司长田保国在20日举行的国务院联防联控机制新闻发布会上表示,我国4个进入Ⅲ期临床试验阶段的新冠病毒疫苗,截至目前共计接种了约6万名受试者,未收到严重不良反应的报告。

Ⅲ期临床试验结果是验证疫苗保护力国际公认的有效性指标。田保国介绍,任何一种疫苗,不管是在临床试验阶段,还是上市后的大规模使用阶段,都有可能发生不良反应。目前进入Ⅲ期临床试验的新冠病毒疫苗,发生的不良反应基本为轻度不良反应,比如接种部位局部疼痛、红肿,以及一过性的低烧、发热等。

国药集团董事长刘敬桢表示,国药集团中国生物所属的北京生物制品研究所和武汉生物制品研究所两款灭活疫苗目前正在阿联酋等10个国家开展Ⅲ期临床试验,已经接种5万余人。截至目前,没有接到和观察到严重不良反应的报告。

刘敬桢介绍,2月1日,国药集团中国生物作为牵头单位获得了科技部



国家重点研发计划“公共安全风险防控与应急技术装备”重点专项灭活疫苗项目的紧急立项。4月12日,武汉生物制品研究所研发的新冠灭活疫苗获得了临床试验批件,并同步开展国内I/II期临床试验。4月27日北京生

物制品研究所研发的新冠灭活疫苗再次获得临床试验批件,为新冠疫苗的研发加上双保险。国内I/II期临床研究,各年龄段共计入组4064人,揭盲结果显示疫苗接种后,安全性好,不同年龄、不同程序、不同剂量疫苗接种后

均产生高滴度免疫应答,两支疫苗按照0,28天程序接种两剂后,中和抗体阳转率均达100%。

刘敬桢指出,当前新冠灭活疫苗正在全力冲刺阶段,国药集团中国生物疫苗研发是万里长征还剩最后一公里,在Ⅲ期临床试验取得安全性和保护力数据以后,疫苗经审评获批就可以上市。实际上,目前已经开始了紧急使用。国药集团中国生物的两支灭活疫苗,均纳入了紧急使用的范围。目前中国生物已做好大规模生产准备工作,北京生物制品研究所、武汉生物制品研究所两个新冠疫苗P3生产工厂已经建设完成,明年产能将达到10亿剂以上,能够保证安全充足的疫苗供应。

北京科兴中维生物技术有限公司总经理高强表示,该企业在巴西、印尼、土耳其的合作伙伴都按照国际通用的药物临床试验质量管理规范(GCP)要求,建立完善的不良反应监测体系。到目前为止,发现一些轻度不良反应,但所有合作伙伴没有反馈与疫苗相关的严重不良反应。

假折扣? 新套路?

## 解析网购“捡漏群”“羊毛群”

几十元的运动鞋、几元的微波炉、几毛几分的零食、化妆品,甚至还有0元购,不是山寨货,都是响当当的大牌!近段时间,各大社交网站、App上出现了一大批以超低折扣商品为卖点的“捡漏群”“羊毛群”等。这些真如他们所宣称的那么神奇吗?

折扣“诱人”:各种“捡漏群”新涌现

近日,不少消费者反映在各大社交网站、App上出现了一大批以超低折扣商品为卖点的“捡漏群”“羊毛群”等,群主、主播们无不宣称在群里能买到巨大优惠的名牌产品,比如几十元的运动鞋、几元的微波炉、几毛几分的零食、化妆品,甚至还有0元购物机会。宁夏银川市市民孙朋说:“类似内容看多了,还真蛮动心的。”

打开某知名问答论坛,在产品推荐等类似问题下,可以看到不少“捡漏群”“羊毛群”的回答,这些回答呈现模板化倾向。开头或亮明自己收入不高,通过捡漏买到优质产品,或斥责其他“垃圾”群;文章中会插入多张付款图片作为背书,末尾则会通过问答形式解答诸如群内为何禁言等问题。

短视频平台上也有类似推介。“进来的兄弟们可以看我的付款截图啊,你看点进去就是旗舰店,不是假冒产品,想学的扣6,人数够了我就教学”……在某知名短视频平台上,类似直播并不罕见,当人数达到一定热度后,主播们会神秘兮兮地放出二维码截图,“只有5秒,手慢无”。

一些人还被同事、朋友拉进类似“优惠群”里。“工作中认识的一个朋友将我们拉到一个群里,里面每天都会推荐某知名电商平台的产品。”北京市民周鼎说。

营销返利:想捡个漏不容易

通过多种方式,记者先后跟进了10余个类似“优惠组织”,发现这些群

一般呈现两大类形式,一种属于传统意义上的社交软件群,如QQ群、微信群,群里每天会发布多个优惠信息,有些还可以让群主帮助找心仪的优惠产品;另一种则是公众号、企业号或个人好友,通过搜索或互动查找优惠产品。

记者潜伏多个群近两周发现,这些群推介的多是高折扣不知名产品和折扣不高的品牌产品,尚未买到0元购和巨额优惠名牌产品,而对于手机充值卡等“硬通货”,记者咨询得到的答复都是没有优惠。

“买一些小物件时能帮上忙”“有优惠,但都不高”“开始还兴冲冲每天刷,现在没动力了”……孙朋等数十名受访者同样表示很少见到巨额优惠。

“这些优惠券群其实都是营销返利,即顾客购买了使用优惠券的商品后,发送优惠券者——群主可以获得佣金。”某电商平台营销经理赵学兵说,这是近段时间新兴起的一种网络营销方式,商家主打口碑传播、市场下沉,将营销经费让利给个人,但也不排除先涨价再打折等“假优惠”。

“在相关营销返利平台上,每个人都能找到优惠券,你也可以和他们一样拉个群、创建个公众号,其实就是全民带货。”在赵学兵指引下,记者注册了某知名电商平台返利账号,进入返利营销页面后,顶部有搜索栏可以搜索商品,推介商品下都标注着优惠金额和返利数目,点击商品图片上的“立即推广”按钮后,就会生成推广链接。

网名为“橙子”的优惠券群群主说,他们每天会花费大量时间在多个返利平台寻找合适商品,同时研究平台优惠规则,“很多人没时间也不愿意



研究这些,我们就挣个辛苦钱。你们得实惠,我们挣佣金,大家双赢。”

少点套路:网购能否别复杂

对于“捡漏群”“羊毛群”这一网购新生事物,有业内人士表示这是互联网零售的又一发展趋势,有其存在的合理性,但也有消费者表示类似事物让互联网购物越来越复杂,期盼少一些套路,多一些真诚。

“近年来下沉市场,挖掘更多用户资源已成为互联网零售业的发展趋势。这些应运而生的优惠券群其实就相当于短视频直播带货,带货质量肯定有好有坏,顾客是享受便捷优惠还是被宰,关键还要自己甄别。第三方软件也应加强监管,避免有些人借此搞欺诈。”赵学兵等业内人士认为,类似优惠券群只是一种销售形式,没有好坏对错之分。

也有人认为优惠券群等“全民带货”销售形式应适度。互联网招聘平台工作人员庄盛说:“近年来很多大学生简历会出现类似互联网实习、工作经历。门槛低的‘全民带货’一方面确实提供了就业机会,但也要警惕让年轻人产生赚快钱和远离实体业的想法。”

“大数据杀熟、价格歧视、越来越复杂的玩法……现在互联网购物真是套路满满,让网络购物从使人愉悦变成身心俱疲。”周鼎等消费者则对类似优惠券群不太满意,认为这是近年来互联网零售越来越套路的又一表现,期盼电商平台及相关部门能多一些真诚。“优惠有一说一,不要弄一些玄乎的概率抽奖或绕来绕去。”

高空安全不可忽视  
砸碎家中玻璃  
换来3年刑期

新华社消息 近年,高空坠物、抛物事件屡屡发生,给人民群众的人身及财产安全带来隐患,被称为“悬在城市上空的痛”。近日,广东省惠州市惠阳区人民检察院提起公诉的一宗高空坠物案获得有罪判决,实施高空坠物行为的李某构成以危险方法危害公共安全罪,被判处有期徒刑三年二个月。

2019年12月27日晚,李某因家庭纠纷问题而心情郁闷,为发泄情绪,他在家中喝酒后,拿起木质凳子砸向大厅围栏玻璃处,导致围栏玻璃损坏至一个大洞,又用海螺壳和石头砸碎厨房、房间的玻璃窗户,随后不管不顾,在房间睡觉。上述行为致使大量玻璃碎片坠落到四楼平台和一楼人行通道。该小区保安报警后,警察到来后将李某抓获。

检察官在办案中发现,李某从七楼家中砸烂玻璃窗户致玻璃碎片坠落到小区一楼的人行道,结合物品自身重量以及所坠落的高度,到达地面的冲击力足以给过往居民的生命财产造成损害,且该人行道是小区所有人和车辆进出的唯一通道,属于小区人员、车辆密集通道。

检察官认为,李某明知高空坠物行为极易造成人身伤亡和财产损失,依然故意砸烂窗户玻璃,导致大量玻璃碎渣从七楼跌落地面人行通道,虽尚未造成严重后果,但其行为触犯了《最高人民法院关于依法妥善审理高空抛物、坠物案件的意见》(法发〔2019〕25号)第5条和《中华人民共和国刑法》第一百一十四条之规定,在案件事实清楚、证据确实充分的前提下,检察官以危险方法危害公共安全罪起诉李某。最终,李某被法院判处有期徒刑三年二个月。