

## G【敢当头条】

## 发挥医保资金的最大保障效能

在近日召开的2021年中国罕见病大会上,国家医疗保障局相关负责人介绍,2021年共有7个罕见病药品谈判成功,价格平均降幅达65%。2021年是自2018年国家医保目录实施动态调整机制后,罕见病用药被纳入最多的一次目录调整。截至目前,国内共有60余种罕见病用药获批上市,其中已有40余种被纳入国家医保药品目录,涉及25种疾病。

业内一般把年花费超百万元的药品称为高值药品。由于研发周期长、用药人群小、制药成本高,不少罕见病用药价格动辄十几万元、几十万元。自国家医保局成立以来,大力推进药品目录调整常态化,每年调整都会有罕见病用药品种通过谈判的方式进入医保目录。

高值罕见病用药进医保,通过谈

判降价和医保报销,患者个人经济负担将大幅下降,这让更多罕见病患者看到了救治希望,有患儿家长不禁喜极而泣。据专家估算,我国约有2000万罕见病患者,数量庞大。尽管他们在14亿多人口中占比不高,但完善公平适度的待遇保障机制,是增进人民健康福祉的内生要求,也是根据经济发展水平和基金承受能力稳步提高医疗保障水平的题中之义。高值罕见病用药入医保,彰显了以人民为中心的发展思想。

医疗保障是加强和改善社会民生的重要一环。党的十八大以来,全民医疗保障制度改革持续推进,在破解看病难、看病贵问题上取得了突破性进展。2020年2月印发的《中共中央国务院关于深化医疗保障制度改革的意见》提出,探索罕见病用药保障机

制。高值罕见病用药入医保,体现了医保在尽力而为、量力而行的前提下,尽最大努力补齐药品保障短板,也从一个侧面反映了我国医保制度正沿着精细化轨道不断前行。

当然,高值罕见病用药大幅降价进入医保,背靠的是我国14亿多人口庞大的医疗健康市场需求,谈判桌前一次次砍价,得益于以销量换低价的底气。不少医药厂商正是看中这一点,才会“甘降身价”。未来,可以期待更多高值药品进入医保目录。

医保药品目录动态更新,实际上是医保基金为参保人筛选高疗效药、创新药的过程。药理学、药物经济学、基金测算等各方专家及谈判代表凝心聚力,就是要把钱花在刀刃上,统筹实现提升基金使用效率、减轻患者负担的目标,用有限的医保资金发挥最大

的保障效能。据统计,2020年医保药品目录调整经谈判共计新增96个品种,其中5年内新上市的占到71%;今年经谈判新增67个药品,66个是过去5年上市的药品,其中27个是当年上市当年入医保。不仅如此,医保筛选在不断满足参保人用药需求的同时,也对不断创新的医药企业形成正向激励。

目前,我国医保基金筹资水平和保障能力仍然有限,“保基本”依然是医保基金必须坚守的底线。如何充分利用有限的医保基金,更好满足群众日益增长的医疗健康需求,对医保工作提出了更高要求。把更高疗效的药品以更合理的价格纳入医保目录,帮助患者更好应对各种疾病,人民群众就会有更多获得感、幸福感、安全感。

(据新华网)

## J【金玉良言】

## 明确打赏属于赠与有普法价值

据2021年12月28日《成都商报》报道,四川眉山市一女子瞒着丈夫多次打赏女主播总计40余万元,丈夫发现后,将妻子及女主播、相关公司告上法庭。日前,此案宣判,法院审理认为,被告女子就原告(丈夫)财产的赠与行为有违公平原则,也违背原告的真实意思,判决被告女主播和相关公司分别向原告返还打赏赠与款10万余元。

以往也有不少打赏主播被判返还钱款的案例,但多是针对未成年人的打赏行为。上述案例,其最大的看点是法院对成年人的打赏行为的性质认定,即打赏属于民事上的赠与行为,与商品、服务消费的交易行为有本质的区别。

我国民法典第六百五十七条明确规定,赠与合同是赠与人将自己的财产无偿给予受赠人,受赠人表示接受赠与的合同。换言之,赠与人可以赠与他人的应该是自己的财产,将不属于自己的财产,在未经其所有人同意的情况下赠与他人,这种行为是无效

的。这也是上述法院受理并支持原告诉讼请求的主要依据。法院通过审理,一方面认定了妻子将丈夫财产赠与主播,违背了原告的真实意思,赠与无效;另一方面认定了40余万元金额中的一半属于丈夫的财产,要求主播与相关公司共同返还。

打赏属于赠与行为,廓清了很多人对打赏“一锤子买卖”的认识误区,某种程度上来说,这一个案具有普法价值。赠与因为没有商品与服务中的价值作保证,因而在法律上受到更严格的权利保护。这也意味着,打赏并不是不受对象与额度限制的,同时,接受打赏也不是谁的钱以及多少钱都可以的。比如,《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》指出,网络主播不得接受未经其监护人同意的未成年人充值打赏;对未成年人冒用成年人账号打赏的,核查属实后须按规定办理退款。最高法出台的《关于依法妥善审理涉新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见(二)》明确,限制民事行为能力人未经其监护人同意,参与网

络付费游戏或者网络直播平台“打赏”等方式支出与其年龄、智力不相适应的款项,监护人请求网络服务提供者返还该款项的,人民法院应予支持。

相关法律法规、判例,再次给人们提了个醒:打赏人与主播、直播运营者、相关平台都应当理性看待打赏赠与行为。打赏人须理性有度、量力而行,主播和直播运营者则须谨守边界,不要诱导非理性打赏行为,相关平台应落实好关于网络直播规范的各项规定,对单个虚拟消费品、单次打赏额度合理设置上限,对单日打赏额度累计触发相应阈值的用户进行消费提醒,让打赏既受限制也受保护。

互联网时代,类似的打赏与被打赏行为或许将长期存在,这当中有哪些条条框框,什么事情可为、什么事情不可为,不同的主体有哪些权利义务,需要通过一个个案例去逐渐明晰和积累。而最终的目的,是让打赏行为、让互联网生活更有序、规范,确保一些人的财产不白白流失。

(据新华网)

## Y【有此一说】

## 让“外卖封签”成为食品安全的标配

浙江省市场监管局日前发布《餐饮外卖封签规范使用指引》,明确商家不使用外卖封签可处最高500元的罚款。相关负责人还表示,使用订书钉、透明胶等简易封口的,不作为外卖封签。

如今,餐饮外卖比重逐渐增大,点外卖已经成为许多人日常生活必不可少的一部分。不过,由于外卖餐饮链条长、环节多,监管方面一直存在责任落实不到位、消费者维权难等突出问题,这更凸显强化外卖封签管理的必要性。

早在几年前,外卖封签开始陆续出现在各地。不过,由于之前对于外卖封签更多停留在倡导层面,相关标准也缺乏强制性,实施效果比较有限。一些商家担心增加封签会提高经营成本,延误出餐时间,积极性不高。还有的商家认为外卖本身已经使用贴纸封口,或是订书机订紧,再加封签有些多余。此外,一些消费者缺乏食品安全意识,并不在意外卖是否有封签。

由地方市场监管部门发布指引,意味着,外卖封签不再只是商家的自选动作,而是成为了规定动作。根据指引,对于未使用封签或封签不完整的外卖食品,配送人员有权拒绝配送,消费者有权拒绝签收,市场监管部门可以依法对商家处以200—500元罚款。这一系列规定形成完整闭环,将有力保障餐饮外卖的食品安全。明确“透明胶、订书钉等不作封签”,防止给商家留下空子,有助于外卖封签的标准化、规范化。

强制推行外卖封签,既是对消费者的负责,也是对餐饮商户的保护。对此,各地监管部门不妨积极借鉴,共同推动外卖封签成为食品安全的标配。

(据新华网)

## H【画里话外】

## 公之于众

重庆市人力社保局近日对外公布了6起重大劳动保障违法案件,涉及拖欠劳动报酬、违法延长劳动者工作时间等违法行为。

重庆市人力社保局相关负责人表示,面向社会公布重大劳动保障违法案件,旨在加大对这类违法行为的惩戒力度,维护广大劳动者权益。涉及的用人单位和个人相关信息将被记入诚信档案,相关部门将对失信行为进行联合惩戒。

(据新华网)

