药品说明书究竟给谁看

张　弓

最近看病，配了一种药，包装盒上有简单介绍，诸如成分、性状、不良反应、规格、适应症、用法用量等，都写有几句话，但其中重要的“不良反应”这项，没有介绍，只是提示“详见说明书”，“适应症”这项只提到了两种病症，之后也提示“详见说明书”。于是，在服药之前，就从包装盒里抽出了说明书，准备仔细阅读。

不看不知道，一看吓一跳。说明书有常用的A4纸长，宽度比A4纸窄约1/4，正反面印刷。要命的是它的字号，估计是小六号。平时我戴着老花镜可以看报纸（小五号字），而看这份说明书，用老花镜再加上一只放大镜，依然非常模糊。不断调整放大镜与眼睛的距离和角度，才能依稀看到一些内容。我算了算这份说明书到底有多少字，结果发现，正反面的字加在一起，总数竟然超过20000！就是说，一个药品的说明书，规模相当于一篇中型论文。如果用小五号字打印在A4纸上，至少要15页；单独印刷，俨然一本小册子。厂家当然不可能把一本小册子放进包装盒里，唯一的办法，就是缩小字号。而生病的，偏偏又是老人居多，这就苦了他们了。

吃力地往下看，又发现，有许多内容根本看不懂。排在最前面的是药品的名称和成分。名称有汉字、英文，还有汉语拼音，读懂没有障碍。接下来的成分一栏里，分子式、分子量，一长串不知道是什么，加上分子式的配图，让人云里雾里。适应症、注意事项等，是病人必须要知道的，可说明文字大多是专业术语，若非医学科班出身，无法理解。最后附了一张表格，标题为“联合用药对XXXXX（药名）代动力学的影响”。这个内容病人也是要知道的，如果同时服用几种药，应该清楚它们之间会发生什么反应。可是表格内除了第一列的药名勉强能看懂之外，后面三列内容绝大多数是英文和专业符号。还有占了不小篇幅的“药理毒理学”“临床药理学”“作用机制”“药效学”“非临床毒理学”等专业内容，多数病人同样无法理解，而且也没有必要了解。

说明书的最后，关于贮藏、包装、有效期、执行标准、批准文号、生产企业的说明，倒是简单扼要，清楚明白。就是说，整张说明书，只有开头结尾加起来一二百字，是病人需要也能看懂的，占说明书总字数不到百分之一。

以前也看过病配过药，一般只看包装盒上的简单说明，那密密麻麻的说明书，真没有认真读过。这次读过之后，又向一些老病人作了了解，很多人说这种看不清、看不懂、不必看的说明书不在少数。

于是，我就产生了一些想法：

这药品说明书，敢情不是给病人看的。因为很多内容多数病人看不懂，也没有必要看懂，而医生对症下药，也不可能在诊断之后临时抱佛脚；这药品说明书敢情是给年轻人看的，因为他们视力好，看小六号字可能有些吃力，但还能看清。问题是，年轻人生病的少，老年人生病的多。这样又产生了第三个想法：这个说明书的模式，可能是制定者关在办公室里按照既定的模式搞出来的，根本不了解或者无视病人的需要与想法。由此又产生了第四个想法：这是一种严重的浪费。就此事通过微信咨询在美国从医的朋友，答复说那里的药品说明书与国内的差不多。就是说，全世界无数的医院每天要开出无数的药品，同时又要送出无数的说明书，这得浪费多少纸张和印刷成本？而这些成本最后还是得病人买单。

读到这里，可能有读者会有异议：药品说明书如何制作，是有统一规定的。一查百度，发现确实有一个施行了多年的《药品说明书和标签管理规定》。但是，规定是人定下来的，当然也可以修改。不管它施行了多少年，也不管有多少地方在施行，只要存在问题，就有必要改进。前几年，公众包括专家对现行的药品说明书也提出过不少意见，有的还做过专门调查——因为药品说明书像“天书”，80%的病人干脆就不看，结果出现了很多因为服药不当引发的“次生疾病”。

洋洋洒洒写下这些，无非是希望主管部门能从病人的实际需要出发，从节约资源的角度考量，下决心修改药品说明书的有关规定，使花了大量人力物力却只带来麻烦和负作用的药品说明书，尽早退出药品包装盒。

站在新高度 扩大金融业对外开放

新华时评

刘开雄

在前不久召开的中央财经领导小组第十六次会议上，习近平总书记强调，扩大金融业对外开放是我国对外开放的重要方面。要合理安排开放顺序，对有利于保护消费者权益、有利于增强金融有序竞争、有利于防范金融风险的领域要加快推进。

中国对外开放的步伐从未停止，中国金融业对外开放的步伐也从未停止。今天，站在新起点上，中国要建设开放型经济新体制，不断深入开放是大势所趋，而扩大金融业开放则是我国对外开放的重要方面。

两翼齐飞，相辅相成。随着我国对外开放的不断深入，我国实体经济已融入全球经济之中，成为推动全球经济发展的重要力量。我国金融业也随之在全球金融体系中具有举足轻重的地位，我国金融市场也成为全球金融市场的重要组成部分。

伴随我国加快经济转型升级和建设创新型国家进程，在确保金融安全的前提下，有序稳步地扩大金融业开放程度已成为经济发展的客观需求。我国金融业对外开放的实践表明，对外开放提升了我国金融机构的国际竞争力，提高了我国金融市场的国际影响力，锤炼了我国金融监管的监管能力，巩固和发展了我国金融大国的地位。

用开放倒逼改革，以改革促进发展。从金融大国到金融强国的转型发展是从量变到质变的过程，进一步扩大金融业开放是促进这个过程中重要的一步。

进一步扩大金融业对外开放，要求金融监管水平必须跟得上开放的步伐。开放的脚步与金融监管能力的提升是相辅相成的，要在加强监管中不断提高开放水平。我国金融业还存在一些问题和不足，扩大开放进程中需要结合我国实际，学习和借鉴国际上成熟的金融监管做法，补齐制度短板，完善监管方式，确保监管能力和对外开放水平相适应。

站在新起点就要有新高度，我们要以新的视野看待我国扩大金融业对外开放的意义、价值和发展道路，我们有才智、有能力、有信心应对来自未来的竞争与挑战。

（新华社北京8月7日电）

画里话外

据8月6日新华社报道：近来，中央密集出台政策，为改善投资和市场环境、加快对外开放步伐频频“出招”。世界银行一份报告显示，中国营商便利度近3年来平均每年提升6位，政府在“放管服”、提升企业开办效率、减免税收等方面成效显著。

创业创新有活力，
更需政府来助力。
提升服务多努力，
企业才能省精力。

办事提效促省力，
减负举措降压力。
政策持续来接力，
效果一定很给力。

朱晨凯　文
翟桂溪　绘

“秸秆能源化”有利秸秆产业发展

王学进

秸秆能变废为肥吗？能。位于镇海九龙湖的科奥农业基地，大棚里的青菜、小白菜等长势为何特别旺？就是因为这些蔬菜“喝”的酵素营养液，全是从回收的秸秆、烂菜叶等里面提取的。科奥农业基地新建成的容积200立方米的沼液池，今年已消化了数十吨秸秆、果蔬残叶（8月7日《宁波日报》）。

昨天立秋。每到秋冬季节，各地的田间地头常会“狼烟四起”，新一波秸秆焚烧又将上演。但在镇海区，此种景象基本看不到了，这主要得益于推进“秸秆能源化”。除了科奥，庄市的繁荣果蔬基地也建了类似沼液池。不仅如此，今年镇海还通过招投标方式，与第三方企业合作，由企业投资建立秸秆回收中心，主要解决散户的秸秆垃圾处理问题。目前，镇海区秸秆还田覆盖面接近100%，秸秆利用率近90%，田头烧秸秆的现象基本绝迹。

这一消息令人鼓舞。这几年，国家一直把秸秆利用和禁烧问题当作治霾的重要关注点，国家发展和改革委员会、农业部、财政部等已在资金补贴、电价、税收等多方面出台优惠政策，大力推进秸秆综合利用，但收效并不明显，原因是什么？笔者以为，就是秸秆尚未完成变废为宝的转型。

秸秆撂在田间地头几乎就是废物，放到现代工厂就是宝物，这个道理大家都懂。无奈不少农民贪图省事，往往一把火将秸秆烧了，非常可惜。如果秸秆能卖钱，农民绝不会付之一炬。问题是谁要秸秆，谁肯收购秸秆？只能是从事秸秆加工的现代企业。所以我看好由企业投资建立秸秆回收中心，政府则给予政策和资金扶持，将秸秆回收利用做成产业。

以绍兴嵊州市为例，目前嵊州基本实现秸秆禁烧，最重要原因就是培育了几家从事秸秆加工的现代企业。如作为嵊州农业产业龙头的浙江飞翼生态农业有限公司，其主要的生产方式是以水稻秸秆、果树枝条为原料，生产有机肥直接还田，形成“秸秆——食用菌——菌渣——有机肥”或“秸秆——基质——有机肥”的循环模式，年消耗秸秆约2100吨，项目区周边范围内秸秆利用率达100%。另一家现代企业嵊州市羲源南鹿发展有限公司，其生产手段是，将玉米、水稻、大豆等的秸秆通过氨化、青贮、微贮等处理后，作为牛、羊、兔等的饲料，提高了秸秆转化率。

既然家门口就有从事秸秆加工的企业，农民当然乐意将秸秆卖给厂家了，何苦再付之一炬？对厂家而言，就地取材，省钱省力，生产加工的饲料和肥料再转卖给农民，既促进了循环经济，又净化了空气质量，岂不是两全其美的大好事？

秸秆产业具有绿色、环保、可再生等优势，前景广阔。镇海、嵊州的成功经验令人鼓舞，表明通过企业生产推进“秸秆能源化”完全可行。希望更多地方制定扶持秸秆综合利用的政策措施，将秸秆产业做大做强。

“非洲小朋友举牌”游走在法律边缘

史洪举

近日，非洲小朋友举牌送祝福或打广告的视频在网络火了。淘宝上报价150元至220元，商家自称爱心公益项目，“我们只拿30元，其他给非洲宝宝了”。而事实上，出镜的小朋友们得到零食或几元钱，拍摄者获取90元，淘宝商家再翻倍出售。对此，淘宝客服回应，这种行为若违反淘宝网的正常交易秩序等，将受到相应处罚（8月7日《北京青年报》）。

以“非洲小朋友举牌”的形式制作祝福语或者广告语，的确让人耳目一新，所以这些视频才能够借助朋友圈等社交平台广为传播，而参与拍摄的非洲小朋友还能获得相应报酬，用于改善自己的生活。但这看似双赢的创意，并不完全合法合规，带有一定的法律风险。

如果未牵涉商品广告，属于纯粹的祝福语，又不含其他侵害他人权益的内容，只在朋友或熟人间定向传播，即便推广商家收取一定费用，也并不违法违规。但如果涉及对商品或服务的推广，“举牌视频”就并非创意那么简单了。根据《广告法》和《互联网广告管理暂行办法》，通过互联网媒介，以文字、图片、音频、视频等形式直接或者间接地推销商品或者服务的信息也应受到约束。“非洲小朋友举牌”视频并不是想怎么说就能怎么说。

根据《广告法》第九条，广告内容不得使用“国家级”“最高级”“最佳”等极限用语；并不得含有虚假和引人误解的内容。而在类似视频中，多次出现了“最高级”“最佳”“最强”“非洲人都知道”“通通都有”“包教包会”等过度夸张、非常绝对的词汇和用语，完全背离广告法规定。

此外，广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合《广告法》和有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。在广告中使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义或者形象的，应当事先取得其监护人的书面同意。纵观这些广告，一是很多“非洲小朋友”均属未成年人，甚至不满10周岁，二是涉及的大部分商品和服务恐怕他们连听都没听说过，更不可能使用过。让这些“非洲小朋友”在视频中强力推荐，根本不符合广告法相关要求。

据报道，有商家称这些创意是爱心举牌，属于公益活动。但只要涉及对商品或服务的推荐或推广，就属于广告，只要在我国境内传播，就应遵守我国法律。毋庸置疑，这些创意带有一定的新颖性和趣味性，符合传播规律，能够在朋友圈、微博等广泛传播，达到以小本钱赚取大收益的目的。但无论是创意还是公益，均不能逾越法律底线，否则，行为人可能受到工商等部门的行政处罚，最终得不偿失。

热点@微评

本期主持　杨继学

据8月7日《今晚报》报道：求职者李文星被诱骗进入天津静海传销组织后死亡，目前相关经过已查明，5名涉案人员被刑拘。与此同时，天津市拟决战20天，彻底清除全市非法传销活动，打掉传销团伙，打不净，不罢手、不收兵。

点评：传销由来已久，为害甚烈，非天津一地之患。亡羊补牢，重拳出击，严查快办，理所应当。“决战”固然能有立竿见影之效，但防止其“野火烧不尽”，更需要常态化的工作程序和依法监管举措。只有平时真查、严管、细究，这种“经济邪教”才会失去繁衍空间。

@哦打瞌睡：传销组织洗脑能力真是强大，进去就走火入魔。

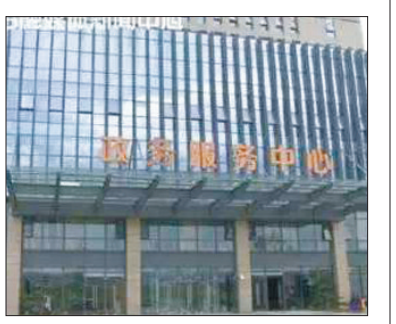
@肥死了：出了这么多问题，为什么还有人进去？

据8月7日《河南商报》报道：这两天，微信朋友圈被一段小视频“刷屏”，收藏家马未都现场切开了放置400多天却没有腐烂的西瓜，提出“能否对食品安全放心”的质疑。对此，国家食药监总局网站转发国家食品安全风险评估中心副研究员的文章《马未都，不懂别瞎说！西瓜400天不腐挺正常》，其中称瓜的风干和其他果蔬风干并无本质差异，跟食品安全没有关系。

点评：作为知名人物，马未都关注食品安全的用心不难理解。但他的专业是研究“翡翠西瓜”之类，对吃的西瓜应是“门外汉”。俗话说隔行如隔山，对自己不熟悉的事物随意发表意见，很可能违反科学规律、违背事物本质，进而误导公众，甚至成为谣言开端，好心办坏事。

@第十界：他自诩为杂家，以为啥都懂，终于被打脸了。

@富康道口：这算不算造谣？应追究他的责任。

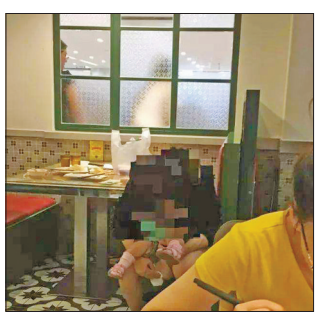


据8月7日澎湃新闻报道：今年6月正式对外开放的南京浦口市民中心，近日被曝其地下停车场不对普通市民开放，仅供入驻该市民中心的政府工作人员使用。媒体曝光此事后，该中心已于8月3日对该停车场连夜进行整改。目前，浦口市民中心的停车场已对普通市民开放。

点评：既然叫“市民中心”，一切工作就应以市民为中心，普通市民却连辆车也停不了，可见其名不副实。媒体曝光了，就立马整改，而且改得到位，当然是好事，但也反证其当初“非不能也，实不为也”。此虽小事一桩，但折射某些部门或单位为民服务意识的薄弱乃至匮乏，亟待改进。

@罚款单：这说明媒体监督的重要性。

@fpdp：当初规划是谁做的？应追究责任。



据8月7日《新闻晨报》报道：近日，杭州一网友发帖说：这位萧山妈妈的行为我不得不曝光一下！事情大致是这样……银隆某茶餐厅吃饭，正对面坐着一对母女，小孩大概两岁，先是不小心小便，弄得整个座位都是。随后小孩子想要大便，结果这位年轻妈妈居然直接拿来一个垃圾桶让小孩子拉大便，而当时旁边好多人在用餐。

点评：孩子幼小，自控能力差，做出一些不雅或不文明的行为，可以理解。但家长不能也跟着“不懂事”，或放任孩子的不文明行为，不加以制止，甚至“帮倒忙”。家长应注重自己的言行，为孩子做好榜样，引导、带动孩子，让他们成为具有良好公德意识且遵纪守法的好公民。

@防空洞：这不怪小孩，这位妈妈素质差。

@管理：一些人自己打扮得漂亮，做出来的事龌龊。