

国家卫健委印发2024年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点 聚焦“名院”“名医”等医疗机构的“关键少数” 重点惩治“靠医吃医”和收受回扣等问题

5月27日,国家卫健委印发2024年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点的通知。通知提到,切实维护医保基金安全,并且聚焦“名院”“名医”等医疗机构的“关键少数”和关键岗位人员管理,重点惩治本人或指使亲友,利用经商办企业“靠医吃医”、收受供应商回扣等问题。

通知共5部分15条内容,分别为:

持续规范医药生产流通秩序

一是落实主体责任,诚信守法经营。一方面,强调推动医药工业高质量发展,落实激励政策,完善医药价格形成机制;另一方面,督促生产供应企业落实合规经营主体责任。

二是加快带量采购,净化流通秩序。常态化开展药品和高值医用耗材集中带量采购,完善各级医疗机构医疗设备采购政策。

三是聚焦关键环节,加大处置力度。紧盯项目招采、目录编制、价格确定、项目申报、新药申报、回款结算等权力集中、资金密集、资源富集的医药领域风险,保持治理高压态势。

四是巩固整治成效,健全长效机制。主要是加强医药生产经营企业的行为合规指引,加强社会组织、医药代表等管理,规范药品流通秩序等。

集中整治群众身边不正之风和腐败问题

一是优化内部管理,规范业务服务行为。压实医疗机构内部管理主体责任,建立健全内部控

制体系,保障患者就诊过程中的合理检查、合理用药、合理治疗、规范收费。

二是聚焦“两个关键”,落实管理要求。聚焦“名院”“名医”等医疗机构的“关键少数”和关键岗位人员管理,重点惩治本人或指使亲友,利用经商办企业“靠医吃医”、收受供应商回扣等问题。

三是完善政策体系,创新监管模式。优化完善医疗监督管理体系,提升信息化大数据精准监管能力,开展基于病案信息的智能化和嵌入式监管试点。

坚决纠治行业乱象

一是加强监督执法,打击不法行为。强化医疗监督跨部门联合执法,重点关注辅助生殖、医学检验、健康体检、医疗美容、互联网医疗等领域的违法违规问

题。二是规范直播带货,净化网络环境。持续压实网站平台主体责任,加大对涉医网络直播带货、信息内容、传播秩序等的监管力度。

切实维护医保基金安全

一是强化医保基金监管,保持打击欺诈骗保高压态势。细化医保基金使用监督管理的具体细则,健全日常监督检查工作机制,开展飞行检查,深入开展医保基金违法违规问题专项整治。

二是完善价格治理,持续推动医保支付方式改革。稳步推进挂网药品价格治理,落实价格招采信用评价制度,常态化实施医疗服务价格动态调整。

深化巩固集中整治工作成效

一是分类处置,注重联合惩戒。分级分类处置问题,坚持行贿受贿一起查,探索建立对行贿人的联合惩戒机制。

二是以案为鉴,强化行业教育。扎实开展行业教育,加大对关键岗位人员的廉洁教育,加强行业法规、医保政策宣讲。

三是建章立制,加强建章立制。深化体制机制改革,加强医药卫生领域廉政建设,指导医药企业、办医主体、行业社会组织完善内部管理章程,落实管理责任。

四是密切协作,形成工作合力。提升各部门的信息互联互通水平,做好政策衔接,密切横向协作、加强纵向调度,协同推进工作落实。
据新华网

事先准备脚本,引导顾客下单

数字人直播带货,售后会不会“踢皮球”?

购物节“618”即将开启。今年的“618”“画风”显然与以往不同。

近日,美腕合伙人蔚英辉宣布,从这个“618”开始,将在“所有女生”直播间测试数字人直播。他直言,数字人能够补充真人主播的空缺时段,可以实现24小时不停播,让直播间和货架电商一样在任何时段服务用户。

今年4月,由京东云言犀打造的“采销东哥”AI数字人开启直播首秀,同时亮相京东家电家居、京东超市采销直播间。京东云相关人士透露,“采销东哥”直播后引起大量品牌、企业高层排队定制,目前团队也正加紧排产,保障品牌在今年“618”期间顺利开播。

在AIGC(生成式人工智能)技术的推动下,不需要真人主播、不需要直播场地、不需要搭建直播间,只要输入直播语音便可生成直播内容,甚至可以像真人主播一样进行实时弹幕互动成为可能。

但也有不少消费者提出:数字人主播直播间,到底是谁在售卖商品?如果商品售后出现问题,企业会不会将责任推给外包的数字人技术公司?带着这些问题,记者进行了采访。

成本低时长不受限 数字人主播在增多

什么是数字人主播?

经过六七分钟的人像视频拍摄、十几句话的声音信息采集后,将音视频信息进行预处理,再经过自动化数据标注、3D人脸重建、口唇驱动训练等,几个小时内,一个数字人主播就生成了。

在杭州一家电子商务公司从事相关业务的刘震(化名)告诉记者,这些数字人主播看上去与真人非常相似。

形象有了,如何让数字人像真人一样在直播中侃侃而谈?

秘籍便是事先准备的脚本,其中囊括产品信息和引导顾客下单的语音。

“直播间的消费者可能会好奇,如果在直播间的评论区打出如价格、材质、快递等词语时,数字人主播是否能应对。其实这些都是脚本中的必备内容,一旦触发关键词,数字人主播会作出对应回答。”刘震对此很自信。

记者调查发现,在直播带货行业,数字人主播的应用越来越多。

零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅介绍,目前各大互联网巨头纷纷涉足数字人直播市场,其背后的推动力正是数字人直播所展现出的独特优势。

“首先便是数字人直播极低的成本,相较于传统真人直播,数字人主播不需要薪酬和福利,从而大幅降低了运营成本。其次,数字人直播的稳定性强,不会因情绪失控或人设崩塌而影响直播效果。”庄帅说,此外,数字人还可以实现24小时不间断直播,为商家提供了更多的高品质展示机会。

一位不愿具名的业内人士告诉记者,随着部分头部主播接连“翻车”,以及各大平台努力“去头部化”的进程推进。无论是平台,还是品牌方都希望用户将更多的关注度放在商品本身,带货主播仅仅是一个导购员而已。

“而数字人主播完全可以胜任产品导购员的工作,且稳定性高,不知疲倦。”刘震说。

不过,庄帅对于数字人主播的带货效果持谨慎态度。“尽管数

字人主播具有诸多优势,但其技术局限性也显而易见。”庄帅说,首先数字人主播缺乏情感。尽管AI技术已经取得了巨大进步,但数字人仍然无法像人类一样表达情感,这在一定程度上限制了其在直播中的表现。数字人与实物的连接也相对较弱,无法进行试穿、试吃等实物展示,一定程度上



图为AI智能无人直播

影响了观众的购物体验。

采访中,也有消费者对数字人主播不买账,认为数字人不如真人主播灵活多变,不如他们有创造力和人格吸引力。

消费者对售后忧心 暗藏隐私泄露风险

“我真心希望这些AI数字人带货卖的东西都是真实可靠的。但万一商品质量不达标或存在虚假宣传,我们该如何维权?是找操控数字人主播的人,还是制造数字人主播的公司?这个问题必须明确,否则我们购物时心里都不踏实。”在四川成都工作的李铭接受记者采访时表达了自己的担忧,即使他的本职工作是一家电商平台的后台人员,但对于数字人主播带货现象,他仍感到新奇又充满警惕。

北京德恒律师事务所合伙

人、网络与数据研究中心主任张韬认为,如果商品出现问题,根据电子商务合同的相对性,首先由电子商务经营者直接向消费者承担相应的法律责任。电子商务经营者承担责任后,如果是代为操控AI数字人的经营者或者制造AI数字人的公司原因导致的问题,电子商务经营者可以向

前二者进行追偿;特殊情况下,消费者可以要求前者共同承担法律责任。

受访专家认为,随着数字人主播处理和存储大量数据的能力增强,数据安全和隐私应被重点关注。用户与看似真实的数字人互动时,可能会无意中泄露信息,增加了数据被滥用或被非法访问的风险。

“由于技术缺陷等原因,目前AIGC生成内容时还可能还存在语言混乱、文不对题等瑕疵或缺陷,甚至可能出现生成内容违反相关规定的情形。”张韬指出,根据《网络直播营销管理办法(试行)》,直播营销平台应当加强新技术新应用新功能上线和使用管理,对利用人工智能、数字视觉、虚拟现实、语音合成等技术展示的虚拟形象从事网络直播营销的,应当按照有关规定进行安全评估,并以显著方式予以标识。

升级技术完善规则 保障顾客合法权益

2023年9月,工业和信息化部等五部门联合印发《元宇宙产业创新发展三年行动计划(2023—2025年)》,提出要“创新数字人、虚拟空间开发工具组件,推动数字人制作便捷化、精细化、智能化,推广虚拟会议室、展厅、营业厅、社交空间等产品”“培育一批知名数字人,打造数字人标杆产品和品牌”。

对于AI数字人主播将如何发展,庄帅认为,数字人主播将作为一个过渡阶段存在,其主要功能在于辅助人类主播进行直播。在未来,随着技术不断进步,数字人主播可能会逐渐升级为智能机器人,具备更强大的感知和交互能力。通过传感器、语音识别、图像识别、气味识别等技术,智能机器人可以模拟人类的感官体验,更加生动地向观众展示商品,并与观众进行更深入的互动。

受访专家指出,结合现阶段数字人主播的应用情况,保护消费者的合法权益是当务之急。

有业内人士提出,针对数字人主播技术应用产生的各类法律问题,目前的立法只能提供框架式的解决方案,缺少具体的、针对性强的治理规则。

“对于AI数字人主播运营中侵犯他人人身权、财产权的行为规制,民法典以及知识产权相关法律规定有明确的请求权基础,但责任承担的主体需要从具体案件中进行确定。”张韬说,实践中需要区分商品本身的生产者、经营者与AI数字人运营者在产品责任中的不同地位,刘清责任边界,有效保护消费者权益。
据《法治日报》