

药价放开配套政策缺失 部分药品断药

■ 刘翔霄

我国推行药品定价机制改革以来，一些地方配套政策滞后。记者近来在山西走访了解到，配套政策缺失致医疗机构部分用药接连“断药”，其中不乏妇产儿童用药、老年人用药和常用药。各方呼吁有关部门尽快调研配套，防止断药品种继续扩大波及更多用药群众。

年初“断药”至今

山西一些医疗机构、药品经销企业反映，今年年初，部分临床用药开始出现断药，这种状况持续到现在没有改善。

记者走访山西部分三甲医院了解到，断药品种包括依沙吡啶注射液、雷公藤多甙片、去痛片、白蛋白注射液、静丙免疫球蛋白等，它们分别用于妊娠引产、类风湿关节炎和肾病、发热和疼痛、急救和免疫缺陷。断药时长不一，有的长达半年，有的断货三个月。

山西一家药品经销企业今年以来对断药名单动态统计，工作人员发现断药品种持续增多。一位工作人员告诉记者，有些品种已停止向医院供货，“断药品种不少”，但未透露具体数量。

一些群众反映，“断药”给正常诊疗带来不便。山西晋中一位患者常年在山西一家三甲医院购买服用阿普唑仑片用于镇静催眠，但近三个月来家人多次去买药，这家医院已停售这种药，具体原因不清楚。山西一家三甲医院药剂科工作人员说，断药品种中既有儿童用药，也有成人用药，目前基本药物还未出现短缺，否则群众反应会比现在强烈。

供应“垄断”见苗头

药价放开之初，垄断可能性曾引担忧，从各方反映情况看，“供应垄断”确已出现。

山西一位业内人士拿出某注射用药品（硫代硫酸钠）告诉记者，这种药中标价是6元，即政府规定经销商给医院供货价为6元，药价放开后，生产厂家将原材料重新包装加以包销，供应价涨到25元，即生产商以25元卖给药品经销商。这样一来，经销商给医院供货出现价格倒挂，“卖一盒赔一盒”，因此干脆不进、不卖。这位人士说，断药品种中不少都属于“垄断药”。

山西省相关部门多位受访人士认为，药价放开后，我国制定价格的部门仅简单退出，各省医保用药、基本药物招标未明确，是否取消也未明确，难题都到了各省药品招标中心，药价放开政策能否落地成为问题。

一位业内人士说，国家放开药价的目的之一是解决医药回扣，但没明确独家药等不存在市场竞争的药品定价办法。生产企业通过改变药品成分调高药价的可能不能排除，如何监管也不明确。近年我国药品已形成跨省域生产、销售，全国统筹须及时跟进。

各方呼吁“放边放管”

基层人士建议，配套政策出台涉及发改委、卫计委和人社等多部门，应由部门牵头，尽快出台办法推进改革。

首先，“药价放开”实施细则应尽快出台。山西省政府新近出台文件，对今后一段时期医改要点做出明确，药品供应保障也在其中，引起业界高度关注。有相关人士指出，政府文件出台众望所归，但对短缺药、急需药的具体目录还要尽快加以明确，否则“断药”现象难以消除。

其次，药价放开要全程控制。一些业界人士认为，药价构成有成本、流通和使用等因素，仅放开成本环节影响政策效果。山西多家三甲医院均认为，药价放开后，药品使用环节的管理跟进至关重要，但招标怎么改革、医保怎样调整，希望尽快明确。

山西医改人士表示，政府放开药价的初衷是用市场的手段解决市场问题，从当下基层实际出现的问题看，如果没有完备的制度做保障，好初衷容易流于形式。



实施一年多 快递实名制名存实亡？

■ 汤琪

在快递单寄件人姓名一栏填上一个“奇”字，无需出示任何身份证件，包裹便成功寄出。从去年11月1日起实施的快递实名制，经过一年多时间，真的名存实亡了么？“双11”刚刚过去两天，在快递业最繁忙的时间节点，记者进行了调查采访。

快递实名制名存实亡？

“你寄一本书不需要身份证，只有国家开一些重大会议时才会查一下。”这是记者在北京丰台区一家菜鸟驿站咨询快递实名制时得到的回复。

近年来，类似菜鸟驿站这样的代收、代寄包裹的服务越来越普遍，这家副食店店主透露，她的店服务于优速快递，不需要出示身份证件，便能迅速完成寄件服务，这样的情况在韵达和中通的部分快递点寄件时同样存在。

值得注意的是，作为快递实名制发起者之一的顺丰速运，在其官方微信公众号上开通了上门寄件服务。家住北京朝阳区的陈峰最近在网上填写完姓名和手机号，50分钟后就有快递员找到他，当面查收了他要寄出的一部iPhone手机。由于物件较为贵重，他询问快递员是否需要身份证时，快递员茫然地反问他：“什么身份证？”

在调查采访中，唯一需要身份证件的是中国邮政。记者从北京丰台区的一家中国邮政营业点了解到，没有身份证件的原件是无法办理寄件业务的，该工作人员表示，不一定需要身份证、驾驶证、户口本等都可以。

“快递公司需要追求效率、追求利润。”中国人民大学法学院教授刘俊海告诉记者，如果每次寄件都要核对身份，无疑增加了快递员的工作量，影响配送效率。

中国快递协会原秘书长邵钟林也对记者表示，实名制和非实名制的派送效率是不一样的，业务处理流程的时间也不一样。

实名制非强制性法规 各地落实难同步

前三季度全球共迎 9.56 亿人 中国游客数量领跑

世界旅游组织最新发布的一项报告显示，全球旅游目的地在今年1月至9月份共迎来了9.56亿国际游客，与去年同期相比增长了4%。

报告显示，国际旅游需求在今年前9个月继续保持强劲增长态势，其中，亚太地区继续引领世界旅游增长，国际游客增长了9%。

浅谈形成企业文化的意义

■ 四川省社会科学院区域经济研究所 胡美伦

一、企业文化的定义

企业文化，也称组织文化(英文 Corporate Culture 或 Organizational Culture)，它是一个企业或者组织全体成员有着共同的价值观、信念、仪式、符号、处事方式等等，进而形成其特有的文化形象。

二、企业文化产生的背景和结构

最初，企业的领导者把“文化变化人”的功能应用于企业，以解决现代企业管理中的一些问题，就产生了企业文化。一九八二年美国学者阿尔·肯尼迪和特伦斯·迪尔合著的《企业文化——企业生存的习俗和礼仪》——第一本系统地从理论上探讨企业文化的权威之作，被评为是该年管理类四大畅销书之一。从管理学的发展过程看，美国企业管理在20世纪初到20世纪六十年代的几十年里，已经形成健全、成熟的科学管理制度体系，对企业管理中主要涉及物的要素的生产运作管理、财务管理、人事管理(将人看作产生成本的物等，实现了制度化。美国管理学界通过借鉴日本企业管理的成功经验，研究人的价值观等软要素在企业管理中的作用，目的是通过提高人的活力，促进其他物质资源要素的配置效率与效益，这是企业文化理论在美国兴起的历史背景。此后，美国的管理学理论，从科学管理阶段发展到了文化管理阶段。这种管理理论的转变，反映在企业管理实践中，就是从向压缩成本要效益，转向把技术创新作为企业发展成长的发动机，这也是美国坚持大力发展国民教育体系与“知识经济”兴起的经济管理动因。

企业文化由以下三个基本层次构成：

(1)企业的“硬文化”，也叫企业的物质文化，包括企业环境、机械设备、产品外观、产品造型、产品质量等。

(2)企业的制度文化，包括领导管理体制、企业成员之间人际关系以及企业各项规



随着互联网购物的普及，“双11”、“双12”等网购促销日的推波助澜，消费者和商家对快递行业的需求日渐广泛，快递包裹的安全问题摆在了网购一族和公众面前。

2011年8月，圆通快递杭州分公司发生快递包裹爆炸事件，造成该公司两名员工轻伤；2012年2月，广州天河区棠下街一名男子被快递包裹伤面部和手部，经查这两起快递爆炸案均是寄件人报复收件人的行为。

因此，快递实名制、开包检查等方式成为了保障快递包裹安全的措施。去年，国家邮政局下发通知称，自2015年11月1日起，除信件和已有安全保障机制的协议客户的快件、通过自助邮局(智能快件箱)等交寄的邮件、快件外，一律要求通过对寄件人电话号码及相关身份信息比对核实后方可收寄。

今年6月1日起施行的《快递安全生产操作规范(YZ0149—2015)》规定，快递服务组织应在收寄时要求寄件人出示有效身份证件，核对证件信息并进行登记；寄件人拒绝提供有效身份证件的，快递业务员应拒绝收寄。

从全国的落地情况来看，由于快递实名制缺少强制性的法律法规，各地实施起来也各行其道。记者梳理发现，江苏泰州从今年9

前往欧洲的国际游客在今年前9个月增长了2%。西班牙、葡萄牙、爱尔兰等国呈现两位数的大幅增长。就区域而言，北欧和中东欧分别增长了6%和5%，南地中海欧洲增长为零，西欧则出现负增长。美国在今年前9个月国际游客人数增长了4%，南美、中美洲、加勒比和北非地区分别增长了7%、6%和4%，非洲总体增长了8%。

报告显示，出境旅游需求保持强劲增长势头，中国继续保持世界头号来源市场地位。中国游客旅游支出呈现两位数增长，达到19%。英国、美国、德国和法国的旅游支出增长分别为10%、9%、5%和3%。

世界旅游组织秘书长里法伊表示，旅游

三、企业文化对于企业发展的意义

1、企业文化是企业运行的深层基础

企业文化吸纳了人类十分优秀的精神成果，为企业的经营和管理、生存和发展提供了坚实的隐性根基，为企业持续的健康的成长提供了最可靠的保障。反观好景不长的抑或长不大的企业，文化多是不成熟的、不合时宜的和不良的，良好文化的缺失导致了企业的畸形发展并最终导致生存权权的丢失。

2、企业文化对人的影响自然而且强力

企业文化是与企业相伴而生的客观现象。早在企业这一经济组织形态诞生之时，就存在企业文化。目前，企业文化在理论和实践方面均得到长足发展，企业文化学作为一门新兴边缘学科。企业文化之所以对企业经营管理起作用，是靠了其对职工的熏陶、感染和引导。企业文化中所包容的共同理想、价值观念和行为规范则作为一个群体心理定势及氛围存在于企业职工中。在这种企业文化面前，职工会自觉地按照企业的共同价值及行为规范去从事工作、学习、生活，发自内心的为企业创造财富，这种作用是无法去度量和计算的。

文化对人的影响自然而且强力，适应文化是个人的主导动机。自企业诞生之日起，企业文化便开始萌发，并随着企业的发展趋向明朗和成熟。塑造它的力量很多，主要为企业外部的社会大文化、行业特点、经济形势和企业内部的人性观、经营观念、管理方式、规章制度和员工的素质等。企业文化一经形成，立即会对员工的言谈举止产生反向作用力，成为员工行为的指针和坐标，从而拥有指导、约束、评价、激励、协调等多种功能，处于企业文化中的人们，很容易知道在这个组织中，在自

月1日起才正式推行快递实名制；今年10月底，广州白云区实施寄送快递实名管理后，再向全市推广经验。

快递单泄露个人信息 实名制存隐患？

家住广东东莞的黄珊曾收到过由中通派送的来历不明的包裹，是一个需要她付款的手镯，快递单上只写了某公司名称和电话，她透露，“本来想把那东西给扔了，后来怕快递公司会打电话来，就又放回了收件处，叫快递员拿去退了。”

和黄珊有相似经历的人不在少数，但对于实名寄件，黄珊还是心存疑虑，她坦言，“实名制意义不大，更容易泄露信息，下次再碰到类似的情况，大不了不收货。”

担心个人信息泄露的不止黄珊一个，因快递单泄露个人信息而遭遇入室盗窃、抢劫，甚至引发故意杀人的案例也在多地时有上演。

2014年2月，江西南昌的韩某发现胡女士快递单后，假冒快递员骗后者开门，持刀抢得现金2000元，之后强奸未遂；2012年7

是最具韧性和增长最为迅猛的经济部门，但对风险十分敏感。旅游部门应当继续同政府和利益攸关方共同努力，将潜在的风险降至最低，做到有效应对，并促使旅游者建立信心。

(朱旌)

四、我国企业文化的培育

企业文化管理，必须坚持广义文化观，防止走向狭义文化观的死胡同；是继科学管理之后的一种管理理论，不是局限于管理员工精神的口号标语；是中国企业实现科学管理，做大做强的必经之路，不是大企业的装饰品。企业管理理论的变革，不是用文化管理替代科学管理，而是继经验管理、科学管理后的一个新的管理发展阶段。即从人的心理和行为特点入手，培养企业组织的共同情感、共同价值，形成组织自身的文化；从组织整体的存在和发展角度，去研究和吸收各种管理方法，进而形成统一的管理风格；把企业管理的软要素作为企业管理的中心环节，以文化引导为根本手段，通过企业价值观培育、管理制度推进，激发职工的自觉行为，形成全面提升管理效率的独特管理思想和管理方式。

在我国企业文化研究领域，人们一般能够坚持广义文化观，即认为企业文化包括物质文化、制度文化与精神文化三个层面。但是，一旦进入一个具体企业的企业文化建设过程，往往就会偏向“狭义文化观”，表现是：不去研究企业内部员工的价值观现状与群体心理，只考虑如何草拟一个观念性的企业文化手册，重视时髦的管理口号，为了“文化”而“文化”，看不到文化如何能够转变成企业的生产率。必须将“企业文化”上升为文化管理，作为一种管理理论来看待，从企业管理的宏观视角，分析、看待管理制度建设与人的价值观念之间相互影响的关系。企业文化，是以研究人类群体行为为目的的社会学与管理学需要处理的问题，不能把企业文化当作一种装饰品。从狭义的文化观角度出发，将企业文化看作企业宣传部门负责的事情，企业文化建设就会走入死胡同，变成了只有大企业才能消费得起的一种装饰品，变成了文学故事、标语、口号。文学故事不是目的，企业管理才是目的。能否以文化建设促进企业管理的效率与效益，是区别不同企业家管理功力的标尺。

3、企业文化关系企业的生与死

始于20世纪80年代的企业文化研究的迄今最有价值的成果就是发现基业常青的抑或能够在市场竞争中脱颖而出企业，其必定拥有个性鲜明的适宜文化，这些文化往往吸纳了人类十分优秀的精神成果，为企业的经营和管理、生存和发展提供了坚实的隐性根基，为企业持续的健康的成长提供了最可靠的保障。所以，对今天的企业所有者和经营者来说，除了要做好传统的决策和用人这两项基本的工作外，塑造和革新企业的文化成为第三位的战略性、全局性工作，今天的经营者们，需要自觉地、精心地经营自己的文化，唯有如此，企业才能立足、才能做大做强、才能基业常青，成为百年老店。

4、企业文化又是一种信念的力量，道德的力量，心理的力量

无论是在市场上的竞争，还是为客户提供服务，或是激励职工共同奋斗，企业文化均可以成为企业的指导思想。企业要生存发展就必须寻求更科学、更系统、更完整的管理体系。企业文化提供了必要的企业组织结构和管理机制，当代企业要保持平稳和持续发展，必须开发具有自己特色的企业文化。企业文化的建设和企业发展战略、企业管理具有同等重要的作用。

企业文化会形成一种信念的力量，道德的力量，心理的力量；这三种力量相互融通、促进，形成了企业文化优势，这是企业战胜困难、取得战略决策胜利的无形力量。特别是在当它的力量十分雄厚的时候，能够产生较强有力的经营结果。