

网售处方药监管全链条收紧



实名制销售处方审核严禁AI

根据《合规指南》第十九条,药品网络零售企业应当按照要求凭处方销售处方药。药品网络零售企业通过网络销售处方药的,应当确保处方来源真实、可靠,并实行实名制。

同时,《合规指南》第二十二条明确,药品网络零售企业要确保本企业的处方审核工作由执业药师开展,不得由其他岗位人员或者人工智能代为实施;第二十三条明确,为保证处方审核质量,药品网络零售企业需将处方审核人员日均审方数量控制在合理范围以内。

据国家药监局官网解读,执业药师对于企业药品质量管理、处方审核和调配、向公众提供合理用药指导和咨询服务、收集反馈药品不良反应信息等具有重要作用。

国家药监局药品监管司副司长郑伟指出,《合规指南》明确处方药网络零售需遵循“凭处方、严审核、可追溯、控风险”的核心要求,从源头防控风险。

在北京市社会科学院副研究员王鹏看来,上述规定将有效遏制减肥药网售秒开处方等乱象,通过“凭真实处方+实名制”双重要求,切断不法商家随意售卖处方药的渠道。严禁AI替代审方、限制单日审方量,避免审方环节走过场,确保处方真实有效、符合用药规范。

不得提前展示药品说明书

国家药监局官网解读称,此次《合规指南》对信息显示做出了要求。

例如,《合规指南》第十二条明确,处方药在通过处方审核前,不得展示或者提供药品说明书,页面中不得含有功能主治、适应症、用法用量等信息。同时,第十七条提出,药品网络零售企业在销售处方药的过程中,不得引导消费者过度使用药品或者不合理使用药品,不得以买药品赠药品或者买商品赠药品等方式向公众赠送处方药;不得以任何方式诱导消费者购买与治疗目的不符的药品,包

括以营销为目的的短视频发布、直播推广、私域销售等。

据介绍,展示的药品信息真实、准确、合法,有助于消费者在药师指导下合理使用处方药,避免因信息不全或者夸大宣传而误购误用,虚假或者误导性信息可能导致错误用药,引发严重不良反应甚至危及生命。合法合规的信息展示能有效遏制无资质销售、处方药滥用、特殊药品流弊等违法行为。

平台应建立药品质量管理机构

除对经营主体和经营活动进行合规要求外,《合规指南》进一步压实第三方平台权责。

根据《合规指南》,第三方平台应当建立药品质量管理机构,配备药学技术人员承担药品质量安全管理,对平台内处方药的信息展示和经营活动履行检查和管理责任;应当建立药品网络销售质量管理体系,规范平台内处方流转和处方审核流程,为患者提供必要的用药指导,运用技术手段及时识别、拦截通过平台流转的人工智能处方和虚假处方,切实保障患者用药安全;应当对入驻的药品网络零售企业的资质开展审核,建立处方药网络零售企业登记档案,至少每六个月对平台内全部药品网络零售企业核验更新一次等。

业内认为,这意味着各大线上售药平台将告别“只收佣金、不监管”的模式,将解决平台作为“监管中间层”责任不清的问题,形成“商家—平台—监管”的三层约束体系,筑牢用药安全底线、规范行业发展秩序。

据了解,《合规指南》的发布只是第一步,接下来,药品监管部门将按照“四个最严”,即以最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚和最严肃的问责,来强化药品网络销售监管,重点深入开展药品经营环节“清源”巩固提升行动;强化线上线下一体化监管;强化信息显示要求;强化第三方平台监管;强化跨部门跨地域协同。

“《合规指南》发布正当其时,为行业发展敲响警钟、指明方向,其构建的‘全链条、穿透式’监管框架,也标志着网售处方药从‘野蛮生长’进入‘强监管时代’。规则的生命力在于执行,后续可通过技术赋能、制度闭环、执法从严三者协同,真正守住公众用药安全的底线。”中国企业资本联盟副理事长柏文喜如是说。

北京商报记者 程靓

X 西街观察 Xijie observation

“6·18”，大主播退后AI上前

陶凤

一年一度的“6·18”悄然启动。京东官宣5月30日晚8点启动“6·18”，抖音商城已经晒出“6·18”好物节三日成绩单。更早之前，淘天宣布天猫“6·18”开卖。

同时，为规范“6·18”期间平台经营行为，北京市市场监管局对17家重点平台企业开展约谈指导，重点提及要严格落实“内卷式”竞争综合整治工作要求，杜绝在“6·18”期间开展非理性大额补贴促销活动，规范价格和广告营销行为。

从史上最长、最激烈到最平静，“6·18”的叙事也到了新的十字路口。

当大促变“月促”，大主播不再呼风唤雨，“6·18”愈发平静。平静背后，无论是买家和卖家，对大促的需求和理解都今时不同往日，争夺低价心智也不再是唯一目标。

在消费者的观感中，大促之下的审美疲劳，叠加对所谓“最低价”的质疑，让电商造节的吸引力大打折扣。

无论是商家互卷低价，还是平台的大主播依赖，都不是健康的“6·18”，也很难成为长久的“6·18”。相比短期的流量收割，可持续的商业效益、稳定的销量增长更重要。

旧瓶必须换新酒，一方面大主播要后退，另一方面各平台不约而同地将AI推向了前台。京东要全场景融入AI，阿里努力让千问与淘宝全面打通，让AI购物更加务实。

过往，几个顶流的“6·18”，

虽然红极一时，但不会红极一世。电商大促常态化，头部主播带货时节奏紧凑、货品繁多，不少大主播或多或少卷入过带货负面新闻，极大地消解了消费者的信任。

大主播的顶流时代并非共赢，电商平台和品牌在各种大促实践中意识到，过度依赖超头主播存在诸多风险，如高昂的坑位费、佣金以及潜在的口碑危机等。

大主播也好，超长周期也罢，背后的营销策略商业逻辑生效都有其历史周期，但在流量见顶、审美疲惫的当下，“6·18”必须完成自我重构。平台意识到，相比过去几年轰炸式的激进营销策略，高举高打不如借助专注AI赋能，在用户体验和货品差异化上下功夫来得实际。

AI从概念落地为商家的超级员工，降本增效只是第一步。用AI搭一个梯子，让商家专注于产品和用户运营，大幅提升经营效率，精准有效触达同样至关重要。

“6·18”，不能只是关于低价与流量的短期故事，而是契合理性消费的大趋势，以更能引起消费者共鸣的销售理念，从价值感受、销量转化等层面，实现品牌、平台、消费者之间的“既要也要还要”。

眼下的“6·18”、未来的“双11”，大促经历了一轮又一轮深刻调整。一变再变，是消费者、商家、平台三方博弈的深化，也是传统电商大促发展至不同阶段的必然结果。

HICOOL大赛将升级为青年创业奥林匹克

5月25日，HICOOL全球创业者峰会暨创业大赛新闻发布会举行。据介绍，2026年HICOOL主赛事的赛区赛即将拉开帷幕。今年大赛共吸引全球10209个创业项目、13472名创业者报名，报名规模再创历史新高，连续七年保持正增长。

赛事体系有两个重要创新

“从报名情况来看，本届赛事国际化水平再创新高，人才高端化、年轻化趋势明显。”据北京海外高层次人才协会理事关鸿亮介绍，本届赛事海外项目占比56%、外籍参赛者占比突破30%，覆盖全球141个国家和地区；参赛人员中硕士及以上学历占比达到一半，青年人才占比超过八成。

从参赛队伍所在赛道来看，今年人工智能领域的项目较去年增长近四成，具身智能、生物医药等前沿领域项目高度集聚。此外，参赛项目质量也不断提升，有产品、有客户、有团队、有融资的项目已成为报名主体。

今年，HICOOL大赛将升级成全球创业者的“青年创业奥林匹克”，“为了实现这个目标，今年在赛事体系上有了两个重要创新”。关鸿亮介绍，首先设置了三个创新赛事，构建“一主三赛”矩阵。三个创新赛事包括青年创业梦想赛，面向全球300余所高校在校生和毕业两年内的青年创业者，让最有朝气的创业者在HICOOL完成创业“首秀”；OPC专项赛，面向以AI为核心工具、一个人即可驱动一家公司的新型创业者，提供专属社区、算力补贴、免费工位等配套支持；大企业挑战赛，由承接区联合头部企业共同举办，大企业开放真实应用场景，面向全球中小创业团队征集解决方案，推动大中小企业融通创新。

同时，建立赛事互推互认机制，让更多优秀项目通过合作伙伴的推荐进入HICOOL视野。与新加坡SLINGSHOT、香港HK TECH 300、中关村国际前沿科技大赛、全国颠覆性技术创新大赛、清华大学“校长杯”创新挑战赛、奇绩创坛等创业赛事及活动开展了项目互相推荐，“这样的



设计，就是为了让不论来自哪个国家、哪个领域、哪个阶段的创业者，只要有创业梦想，这里就有舞台”。关鸿亮说。

据了解，今年5月下旬至7月中旬，HICOOL大赛将在北京、香港、新加坡三地同步举办赛区赛；7月底至8月上旬举办复赛；8月中旬举办决赛。据关鸿亮介绍，HICOOL大赛举办七年来，累计孵化产生5家上市公司、17家独角兽企业、208家专精特新企业，获奖项目赛后融资总额突破695亿元。

此外，HICOOL峰会将通过“展”和“会”，全面展现北京这个创新创业生态之都。其中展览板块围绕“打造全球创新创业生态之都”这一目标，设置了优秀创业项目展区、科技企业集群展区、世界一流高校展区、国际创投机构展区等主题展区。“展区的硬科技导向非常鲜明，人工智能、具身智能、生物医药、新材料等前沿领域的最新成果将集中亮相，让参会者在现场看得见技术、感爱得到未来。”关鸿亮说。据悉，峰会将于8月26日至29日在中国国际展览中心进行。

300亿元发展基金

HICOOL超八成参赛者均为青年人才。如何让创业者放心地在北京扎根？北京市人才工作局副局长刘光毅介绍，在安居保障方面，北京用好公共租赁住房、保障性租赁住房、市场化长租公寓等房源，筹建3万套左右青年人才公寓，定向给予租金补贴或阶梯式折扣优惠，扩大青年公寓试点和公积金“直付房租”覆盖范围。推动将轨道交通沿线闲置楼宇更新改造为青年人才公寓，实现保障青年安居、盘活沉睡资产的双重效果。

在创业支持方面，提供300万平方米左右质

优价廉的创业空间，设立总规模300亿元青年人才发展基金，组建3000人左右专业团队，让人才能够安心创业、潜心发展。指导有条件的区结合实际制定推动OPC发展政策，主动拥抱AI时代青年创业新范式。

在人才培养方面，拓展集成电路产教融合基地等做法，聚焦北京市重点发展领域，建设市级产教融合基地，让青年人才“真刀真枪”历练成长。深化“世界青年人才赋能计划”，吸引3万人次优秀青年人才来京交流访问、创新创业。

在环境营造方面，布局20个左右集聚孵化空间、创业投资、文娱消费于一体的青年人才活力街区。指导各区依托潮流文化新地标，“一区一品”打造30个左右青年人才会客厅，支持开发者社群举办“极客之夜”等专业交流，持续提高青年人才获得感。

一直以来，HICOOL大赛集聚了一批具备前沿技术属性和高成长潜力的项目。对这类项目而言，关键在于“被看见”，而在于“能落地”。在项目落地方面，据市科委、中关村管委会党组成员、副主任、新闻发言人翟天瑞介绍，中关村（通州）创新医学转化产业园等积极参与HICOOL项目北京行活动，金隅智造工场、京仪孵化器、奇绩创坛等在HICOOL峰会设立展位，璞跃中国举办分舞台活动。在项目服务方面，各类空间载体高度关注创业项目的成长，联合HICOOL一起为落地项目提供融资辅导、产业对接、知识产权申报等创业服务，以及中试验证、检验检测、供应链对接等产业配套服务。HICOOL与北京各产业园区、孵化器紧密协作，向全球创业者集中呈现了北京的服务能力，共同形成了从项目发现、落地承接到加速成长的完整链条。

北京商报记者 赵天舒