

“选择的烦恼”:新冠疫苗单针双针怎么选?

当前,海外疫情依然严峻,国内疫情得到有效控制。在接种新冠病毒疫苗的选择上,不少民众遇到了“选择的烦恼”:要不要打疫苗?打哪个品种的疫苗更好?单针和双针如何选择?对此,新华社记者采访了有关主管部门和业内权威专家。

目前,我国已有4款新冠病毒疫苗经国家药监局附条件批准上市。按技术路线划分,有两大类:一是灭活疫苗,包括国药中生北京公司、国药中生武汉公司、北京科兴中维公司生产的3款灭活疫苗;二是腺病毒载体疫苗,为天津康希诺公司生产的5型腺病毒载体疫苗。

哪种更好呢?

国家卫健委有关主管

部门表示,无论采用何种技术路线,只要是国家已经正式附条件批准上市的疫苗,其安全性、有效性都是有一定数据做支撑的,潜在收益或已知收益大于潜在风险或者已知风险,公众可放心选用。

业内专家介绍,两种技术路线的新冠病毒疫苗各有特色。

中国疾控中心研究员、世界卫生组织疫苗研发委员会顾问邵一鸣介绍,灭活疫苗就是把新冠病毒培养扩增后加以杀灭,然后把灭活病毒颗粒注射到人体中,诱导人体产生免疫反应。因为灭活时会破坏部分病毒表面的蛋白抗原,疫苗的免疫原性比活病毒有所降低,多采用双针或三针注射的方法。初针诱导记忆细胞,再

次注射通过激发记忆反应,来指指数级增强总体免疫反应。

科研攻关组疫苗研发专班副组长、中国工程院院士王军志介绍,灭活疫苗主要特点是疫苗成分与天然病毒结构比较接近,通常免疫应答也比较强,具有良好的安全性。这种疫苗比较稳定,在2至8摄



氏度的储运条件下可长期保存两到三年。

而腺病毒载体疫苗好比一辆搭载着“新冠病毒抗原基因”货物的汽车。送抵人体细胞内后,“新冠病毒抗原基因”既不会自我复制,也没有致病能力,却能表达出新冠病毒的蛋白抗原,刺激人体免疫系统产生抗体。

王军志介绍,我国自主研发的腺病毒载体疫苗采取“5型腺病毒”作为载体,导入“新冠病毒抗原基因”,不仅能够诱导很好的中和抗体产生,还可诱导增强细胞免疫。目前批准的免疫程序为单针接种。

单针和双针如何选择?

邵一鸣表示,对于有临时或紧急任务需要前往疫区、却没有足够时间等待的人群,更适合注射单针腺病毒载体疫苗。

此外,单针腺病毒载体疫苗还有以下好处:一是,单针接种即完成了全程免疫,避免了因路途遥远、工作繁忙或疫苗匮乏打不上第二针造成的免疫脱落,保障了高疫苗接种

率;二是,单针注射总体成本较低,成本效益比更高。三是,在当前全球疫苗产能不足的情况下,单针疫苗可接种双倍人群,提高了疫苗的可及性。

但是,有一利必有一弊。邵一鸣提示,单针腺病毒载体疫苗诱导的免疫反应强度一般弱于两针疫苗。因为这类疫苗再次接种时,人体主要产生针对“汽车”——腺病毒载体,而不是“货物”——“新冠病毒抗原基因”的记忆反应。这类单针疫苗在预防早期的流行病毒时没问题,换后期突变病毒时,保护效率大多会下降。所以,选择疫苗时,要根据需保护人群的具体情况,结合当地流行病毒的最新监测数据,进行综合判断和科学决策。

(据新华社报道)

一些互联网平台“杀熟”不改套路更深

今年2月7日,国务院反垄断委员会发布关于平台经济领域的反垄断指南,对消费者反映较多的“大数据杀熟”等问题作出专门规定。

“新华视点”记者近日实测发现,一些互联网平台依然普遍存在不同程度的“杀熟”行为,涉及出行、餐饮等多个生活领域。具体来说,同一时间搜索同样一款产品,不同用户获得的价格信息大相径庭,“熟客”的价格偏高。此外,一些平台还对“熟客”进行饥饿营销,给“熟客”推送库存紧张、产品将售罄等不实信息。

记者实测印证“大数据杀熟”,业内人士称“千人千面”是潜规则

记者使用两部手机在旅游出行平台飞猪上搜索机票价格,发现存在明显差异:2月19日从银川至上海的9款机票中,有4款显示的价格不同。一部经常使用飞猪购买机票的“熟客”手机,与另一部很少使用飞猪的手机相比,所显示的票价竟均高出50元。

记者随后多次更换不

同出发日期进行比对,价格差异依旧,金额少到1元多至80元。并且,“熟客”手机多次接收到“剩9张”等标注信息,显示票量紧张。

在黑猫投诉等多个消费者服务平台上,“杀熟”已成为投诉的高频词,涉及订购机票、住宿、打车、网购等生活场景。

不少网友吐槽,苹果手机用户经常被一些平台差别对待。记者使用两部苹果手机和一部安卓手机在去哪儿网上进行多次测试发现,苹果手机所显示的机票价格确实明显高于安卓手机,价差接近10%。例如,记者3月12日晚搜索3月19日重庆飞厦门航班海航HU7813,苹果手机显示的价格为655元,但安卓手机显示的价格仅为600元。

一位在互联网平台从事数据挖掘工作的技术人员表示,“千人千面”已是业内潜规则。平台会不同程度获取消费者每次使用手机的详细数据,包括习惯、地址、价位选择、手机型号,甚至包括有没有装载竞品平台,然后用算法筛选出其中“有用”的数据,对用户进行精准画像,最终差别化地推送产品和价格。

技术日益“精进”的同时,“黑箱子”等套路也紧随其后。北京师范大学网络法治国际中心高级研究员臧雷说,一些互联网平台以“产品即将售罄”“余票紧张”等虚假信息差别化地营造消费紧迫感,或者给高消费用户自动勾选高价车型、早餐服务等,也同样是在“杀熟”。

“杀熟”为何肆无忌惮?

复旦大学数字与移动治理实验室主任郑磊等受访专家表示,互联网时代的“杀熟”,是资本平台利用技术手段获取大量消费者行为数据而实现的价格歧视。虽然压榨单个用户的获益不一定高,但因为用户基数庞大,动辄数以亿计,即使只对部分用户“杀熟”也能收获颇丰。

尽管消费者对平台

“杀熟”行为颇有怨言,但由于监管难、举证难,互联网平台仍能以各种理由“钻空子”。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江等人表示,为解决“杀熟”问题,文旅部2020年8月20日发布的《在线

旅游经营服务管理暂行规定》明确,“在线旅游经营者不得滥用大数据分析等技术手段,基于旅游者消费记录、旅游偏好等设置不公平的交易条件,侵犯旅游者合法权益。”

不少专家表示,这个规定只用于规范在线旅游经营商,范围较窄,且处罚较轻,仅为县级以上文化和旅游主管部门可以通过约谈等行政指导方式予以提醒、警示、制止,并责令其限期整改。

陈音江说,国务院反垄断委员会发布的关于平台经济领域的反垄断指南规定,经营者不得基于大数据和算法实行差异性交易价格或其他交易条件。但是,指南规定的前提是经营者滥用了市场支配地位;由于现实中很难对经营者的市场份额进行精准计算,平台是否具有市场支配地位,消费者难以判定。

另外,事实上,在互联网时代,很多不具有市场支配地位的企业同样可以“杀熟”。

此外,根据指南,平台经济领域经营者实施差别待遇行为的豁免理由包括“针对新用户在合理期限

内开展的优惠活动”“基于平台公平、合理、无歧视的规则实施的随机性交易”。“新用户的合理期限如何界定?平台的随机性交易如何界定?”郑磊说,“消费者通过不同用户之间的横向比较,很容易发现互联网平台‘杀熟’,但达到政策认定‘杀熟’的条件,既需要获取互联网平台的核心算法,又需要较强的技术能力去分析算法。”

臧雷说,算法作为互联网平台的核心商业机密尚没有公开的先例,而且平台还可以单方面删除与“杀熟”相关的数据证据。无论群众举报还是监管部门取证,都存在很大难度。

强化互联网反垄断,进一步完善相关法规

受访专家表示,互联网平台的“杀熟”行为,破坏了诚实信用的基本原则,在侵害消费者公平交易权的同时,也导致整个社会交易成本上升,对企业可持续发展也会产生负面影响。

郑磊认为,强化反垄断、防止资本无序扩张,是治理互联网平台“杀熟”的根本之策。“只有防止资本

霸权,老百姓才能有更多的选择权。”郑磊说,“当前,一些互联网领域存在一家独大或两三家寡头垄断的情况,消费者没有选择的余地。应持续强化反垄断和防止资本无序扩张,降低市场准入门槛,让更多企业有机会参与竞争,最终使消费者受益。”

此外,陈音江建议,进一步完善价格法、电子商务法等相关法律法规,明确对互联网平台“杀熟”的界定,优化举证要求,合理制定惩罚标准,为群众维权和基层执法提供依据。

还有专家建议监管部门提高技术能力,对互联网平台利用大数据等技术手段违法行为进行在线监管。同时,日常监管与专项整治相结合,建立失信黑名单制度,督促企业明码标价,诚信守法经营。

由于此类案件维权成本高,臧雷等专家建议更多采用公益诉讼方式。同时,他提倡部分举证责任倒置,若消费者提出对平台大数据“杀熟”的质疑,建议与技术相关的举证责任由平台承担,若不能提供,平台须承担相应责任。

(据新华社报道)