

👉 热议

中国疫苗数据披露,事关群体免疫成效

□光明

近日,世卫组织免疫战略咨询专家小组公布了对国药集团和科兴生物两家机构的新冠疫苗部分临床试验和真实世界数据。这是两款疫苗在中国国内获批附条件上市后4个月,世卫组织首次披露疫苗相关数据。

目前,世卫组织疫苗紧急使用清单中,仅有Moderna、辉瑞与Bio NTech、阿斯利康与牛津大学和强生研发的4款新冠疫苗。若国药和科兴疫苗被批准纳入紧急使用清单,意味着世卫组织向各国监管机构表明两款中国疫苗具有安全性和有效性,以及中国疫苗将被纳入疫苗全球获取机制。

现在来看,让人们不被新冠疫情困

扰,让国家经济社会秩序完全回到正轨,接种疫苗形成群体免疫仍是当前的唯一手段。但是,这一手段能否起到作用,取决于群体免疫需形成规模,而群体免疫想要形成规模,则必须打消人们对于疫苗的顾虑——这取决于疫苗的安全性和有效性。这是人们格外关心疫苗有效率的原因所在。

疫苗开发及其接种以期形成群体免疫局面,这些举措都以科技实力和创新能力为基础。南非和印度的新冠变异病毒的出现和扩散,对全球形成了新的挑战。全球化时代,国与国之间的互联互通因为疫情而受影响,但显然不能因此长期停滞。因此,世界各国疫情防控,一荣俱荣、一损俱损。

想要控制全球疫情,必须在世界范围内所有国家实现疫苗的分发和接种。仅靠当前紧急清单上的4款疫苗及其背后的机构,远不能完成目标。

新冠疫情肆虐全球,仅靠一国或多国,无法消除和对抗疫情对人们所造成的影响。新冠肺炎病毒自发现以来,已发生过多次变异,防不胜防。当地时间5月5日,美国政府决定放弃新冠肺炎疫苗的知识产权专利,这也正说明了,尽早让世界各国能够接种疫苗,尽早形成群体免疫,避免疫情扩散蔓延甚至变异“进化”的必要性。

作为最早研发出新冠疫苗的国家,中国疫苗当前除了在国内大面积接种,也已出口到拉丁美洲、非洲、亚洲和欧

洲部分国家,但要在更多国家分发,就必须通过世卫组织的认可。

虽然世卫组织报告认为,现有数据可证明国药北京所疫苗“对于18到59岁人群新冠感染的保护率,以及上述人群中严重不良反应发生率”,但“针对老年人和有基础疾病患者的保护率和安全性,该疫苗的数据并不充分”;老年人和高危病人在接种科兴疫苗时,“对其有效性均是‘中度自信’,对其‘接种后发生不良事件风险较低’均是‘低度自信’”。从现有数据看,完善老年人及高危病人的试验数据,是能否扩大接种意愿和接种面,从而实现群体免疫局面的关键所在。尽早实现全球范围内的群体免疫局面,才能达到中国研发出新冠肺炎疫苗的全部目的。

每周 论语

“盲盒宠物”暴露了诸多问题

据《中国青年报》、澎湃新闻等媒体报道,近日,中通快递成都荷花池网点“宠物盲盒”事件引发人们的关注。涉事网点发现160余只猫狗,其中已有多只死亡,还有部分宠物感染了传染病。中通快递向公众致歉并公布三项整改措施,成都邮政监管部门已介入调查。此外,涉事宠物店店主与爱之家动物救助中心达成“协议”:配合执法部门执行检疫工作,检疫费用将由宠物店店主承担,完成检疫后“猫狗由爱之家接收”。

这样玩,过火了

□天朗

在物流高速发展的时代,网上下完单,等快递的小期盼点缀了普普通通的日子,而拆快递又给人瞬间的满足和享受。近几年,盲盒作为一种潮玩,又升级了一些年轻人的购物体验,盲盒里有文具、美妆、零食、玩偶……那种不确定感带来的是期待值的飙升,惊喜又刺激,感受多元而奇妙。“盲盒经济”只要不违规违法,倒也无可厚非。但一些人明显嫌玩盲盒还不够刺激,玩过了界,玩过了火。

刚刚过去的五一假期,成都“宠物盲盒”新闻上了热搜。快递站违规揽收活体动物,漠视《邮政法实施细则》《动物防疫法》,160多只小猫小狗被装入笼子套上编织袋,听候快递网点发落。幸而执法部门及时出手,将其送到动物救助中心,调查的结果让人不寒而栗:被抽检的30只小猫小狗身上均有细小病毒。

在网站上,一些“活体盲盒”商品的售后评价中有货不对板、宠物患病等信息。来路不明的动物,寻求刺激的盲盒玩家,追求钞票对生命缺乏敬畏的商家,“兼容并包”不把关的快递站,这些元素的叠加,形成了一条灰色产业链,勒住了无辜宠物的脖子。神秘的盲盒遮住了它们眼中的理性之光,生命观在这里被扭曲,全在一个“玩”字。玩不是问题,问题是怎么玩。宠物不是玩具,不能招之即来,挥之即去。生命至上,商家当引以为戒。

“盲盒宠物”从哪儿来

□文立

盲盒能装衣服、鞋子、动漫手办、文具,居然还能装小猫小狗,不仅颠覆三观,更是违规行为。《中华人民共和国邮政法》要求规范活体动物寄递。作为一个猫奴,看到这样的新闻,我牙痒痒得想去咬那些邮寄“盲盒宠物”的商家。

5月4日,涉事的中通快递发布针对此事的情况通报,向大家交代事情处理结果:涉事快递网点暂停揽收,相关责任人被停职。据称,被遗弃的“盲盒宠物”都是土猫土狗。这些只有两个月左右大的小奶猫、小奶狗是谁装进盒子里的?又是从哪里抓来的?为何会奄奄一息?除了惩罚快递公司外,相关部门不能忽略这些问题。

在不少四线城市,土猫土狗随处可见,抓个流浪猫狗,几乎不需要付出什么成本。如果转手放进“盲盒”卖个200元,简直能称之为暴利!

“盲盒宠物”为何吸引人,因为可能会有惊喜,如果消费者花了200元以下的价格,就能买到品种宠物,那不亚于“天上掉馅饼”。心理学研究表明,不确定的刺激会让人上瘾,是一种心理满足过程。但结果往往是,钱被赚走了,宠物不像样。

商家得到金钱利益,买家却没有得到情感满足,这笔买卖怎么看怎么坏良心。拒绝“宠物盲盒”,不让更多小猫小狗成为某些坏人获得利益的牺牲品。

“宠物盲盒”的道德问题

□阿静

在线下宠物店,购买一只血统纯正的宠物狗花费上千元很正常,能够花200元钱从电商平台买到一只萌宠,再有了盲盒文化的加成,消费者的购买欲望被最大限度地激发,网购宠物因此很快成长为一个巨大的产业。此次快递网点弃宠事件暴露的除动物防疫、公共卫生以及运输安全、电商平台监管问题外,还存在道德问题。

宠物不是普通商品,此次弃宠事件得以曝光,源于爱狗人士的举报。快递企业员工随意抛弃宠物,有悖于商业道德和私德,不但会给城市宠物治理带来危害,也有悖于动物保护精神。就这一事件来讲,当然要追究店家、快递企业及平台的相应责任,厘清商业道德底线。

宠物不是用后即弃的玩具。有人在回答为什么要养狗时说,它给自己的不仅仅是陪伴,而是一种被需要的感觉,宠物的忠诚与陪伴及治愈功能成为一部分孤独的城市人寻找心灵慰藉的出口,这也是宠物市场成为一些投资者眼中新的蓝海的深层原因。目前,许多城市包括我们平顶山市为了更高质量地发展,都在创建全国文明城市,不论宠物市场上下游产业链哪个环节出了问题,都会给城市管理带来更多挑战。作为消费者个体来讲,爱宠物首先得具备领养能力,不弃养是最基本的。为了得到一个“意外”的萌宠,客观上成为弃宠行为推手,不管是有意还是无意,网购宠物者都应认真检视自己的私德。