

高血压“科创之声”标准需要调整吗

降利率、提额度、推优惠，系列举措为消费者带来便利——

金融助力释放消费潜力

本报记者 彭江

近日，高血压诊断标准之争备受关注。由国家心血管病中心、中国医师协会等共同制定的《中国高血压临床实践指南》，推荐将国内成人高血压诊断标准下调至130/80mmHg。这与美国2017年下调后的诊断标准一致。按此前中国高血压诊断标准140/90mmHg，我国高血压患者有2.45亿人。一旦采用“新标准”，国内高血压患者数量将翻倍，达到近5亿人，超过总人口的1/3。这一消息引起很多人的担忧。但是，国家卫健委很快做出回应：“目前，国家未对成人高血压诊断标准进行调整。”

2亿多人在高血压患者队列转了个圈儿。虚惊一场后，很多人不禁要问：高血压诊断标准真的需要调整吗？这涉及到两个评价维度：一是对个人的健康收益，二是对社会的经济负担。

算个人健康收益账，高血压诊断标准的改变并无明确必要。

心脏像水泵一样不停地泵出和吸回血液，血液也在不停地冲击血管壁，产生血压。血压升高，可能给心、脑、肾带来危害。高血压的防治重在关口前移，对患者进行早期诊断和干预，能够减缓疾病的进展。一些科学研究发现，高血压对人体的损害，早在其达到现行诊断标准之前就已悄然开始。这是一部分专家推荐降低诊断标准的依据，但却招致另一部分专家的反对。

最新临床试验结果表明：血压在130mmHg至139mmHg和85mmHg至89mmHg这个阶段，没有严重疾病的成年人，服用降压药物并不能明显降低发生心脑血管疾病的风险，却需要承受药物副作用的危害。对血压接近但未超过现行高血压诊断标准的这部分人群，降低诊断标准容易带来不必要的药物滥用，还不如采用健康生活方式来调节血压。而健康的生活方式，就是限盐、减重、多运动、不熬夜、戒烟、戒酒、平衡心态。

算社会经济负担账，我国高血压诊断标准不需要向本就存在争议的美国标准看齐。

高血压诊断标准的制定，既要考虑到跟国际接轨，又要考虑中国经济现状和高血压发病率。高血压是列入国家管理的心血管慢病防治项目。我国高血压患者现有群体已经非常庞大，且知晓率、治疗率和控制率分别为51.6%、45.8%和16.8%，总体处于较低水平，还有很大提升空间。如果调低标准导致高血压患者翻倍，将极大加重国家医疗负担，挤兑医疗资源，反而让血压更高、更急需规范治疗的现有患者群体利益受损。

130/80mmHg的高血压诊断标准，目前仅有美国采用，且在美国医学界内部依然存在争议，其他国家均未跟进。而中国现行高血压诊断标准，与世界卫生组织标准一致，也是世界各国广泛采用的标准。

算算这两本账，我国高血压诊断标准目前并不需要下调。但标准之争也不是坏事，它让更多公众关注到高血压及早防治的重要性，更警示那些血压处于正常范围高值的人群，要尽快改变生活方式，做好自身健康的第一责任人。



视点

中国新闻奖专栏

刚刚过去的“双11”购物节，消费金融热度持续升温。银行消费贷利率继续调低，信用卡提高额度，机构推出支付特惠活动、分期消费平台支持免息分期……一系列促销活动，不仅给消费者带来便利，推动消费金融驶入快车道，也对激发消费潜力，巩固经济回升向好势头具有积极意义。

助力消费活动

各类大大小小的购物节展现了我国消费市场的潜力。近期，伴随着电商平台“双11”购物节的开启，金融机构也拉开了金融促消费的帷幕。

支付让利是金融促消费的一个重要手段。记者了解到，“双11”前后，多家银行联合美团，通过支付让利等优惠活动，助燃居民消费“烟火气”。

光大银行与美团合作推出信用卡支付优惠活动。活动期间，金融消费者将光大银行信用卡绑定至美团支付后，即可享受随机立减、支付满减等权益。“餐饮外卖、日用零售等场景贴近百姓日常生活，通过与拥有丰富生活消费场景的互联网零售平台联手，创新支付优惠活动、在‘衣食住行’等民生消费领域服务金融消费者，是商业银行践行金融促消费政策的重要内容。”邮储银行安徽省分行消费信贷部总经理王秉如表示。

降低消费贷款利率是金融促消费的重要手段。今年以来，商业银行消费贷款利率呈现逐步下降的趋势。截至目前，农业银行、邮储银行等多家国有银行消费贷款利率已降至3.85%附近。此外，作为金融促消费的重要力量，各家消费金融公司也在“双11”期间纷纷推出消费贷款利率折扣活动。

在金融促消费作用下，消费潜力正不断释放。分期乐商城公布的“双11”狂欢购物节数据显示：从10月24日20时至11月11日12时，分期乐商城累计成交额为去年同期的206%，成交单数、成交用户数分别为去年同期的176%和157%。“在定金膨胀优惠作用下，今年预售成交订单比去年增长3.5倍。”乐信副总裁、科技零售事业部负责人阎妹说。

创新服务模式

近年来，消费信贷规模保持了较高的增长速度，越来越多的人可以获得普惠型消费贷款。麦肯锡报告认为，中国消费市场将保持稳健发展，预计2025年底市场规模将增至约28万亿元。

今年4月份，国务院印发的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》指出，要推动商业银行、汽车金融企业、消费金融企业等提升金融服务能力，引导金融机



构在风险可控和商业可持续前提下丰富大宗消费金融产品。

“目前国家正在采取措施大力促进汽车消费。金融机构应积极推出汽车消费金融产品，进一步促进消费升级和内需释放。”王秉如表示，商业银行需要开发针对性的消费金融产品，推出更多的家电、家装、汽车、旅游主题消费贷款、信用卡分期等产品，不断丰富大宗消费金融信贷产品。

业内专家表示，随着互联网消费金融与金融科技的发展，消费金融与金融科技将进一步深度融合，从而在拉动内需、促进消费升级、服务实体经济中扮演更重要的角色。实践中，消费金融公司不断创新消费金融产品和服务，形成金融创新促进消费升级发展态势。

针对新能源汽车产业，360数科加大了对新能源汽车购买的消费金融支持力度。2022年上半年，公司帮助金融机构发放新能源汽车绿色贷款59.27亿元，同比增长196.4%，服务12.5万新能源汽车主。360数科CEO吴海生表示：“360数科面向全国新能源汽车产业链企业推出定制化绿色专项

产品‘新源贷’，‘新源贷’结合新能源汽车产业特色，除了为新能源汽车企业提供服务，还对新能源车配件、充电桩生产等企业提供金融支持。”

今年3月份，中国银保监会、中国人民银行出台《关于加强新市民金融服务工作的通知》，提出金融机构要针对新市民在创业、就业、住房、教育、医疗、养老等重点领域的金融需求，按照市场化法治化原则，加强产品和服务创新，完善金融服务，高质量扩大金融供给，提升金融服务的均等性和便利度。

消费金融在服务新市民方面正发挥积极作用。例如，针对吸纳新市民就业能力较强的小微企业，以及产业基地、园区中工作的新市民群体，中原消费金融推出线下大额贷款产品，通过专属客户经理服务为新市民提供更高额度金融服务。针对快递小哥、外卖骑手、网约车司机、建筑工人等新就业形态新市民群体，中原消费金融推出线上小额普惠金融贷款产品。目前中原消费金融累计服务新市民用户超过600万人。

做好权益保护

金融消费者权益保护工作直接关系到广大消费者的切身利益，也影响着消费金融行业的长远发展。

为切实维护金融消费者合法权益，今年8月份，中国银保监会发布《关于进一步加强消费金融公司和汽车金融公司投诉问题整治的通知》，提出不断提高金融服务的能力和水平，从压紧压实机构主体责任、加强消费者教育和风险提示、严厉打击非法代理黑产、落实属地监管责任四个方面做好消费者权益保护工作。

董希淼表示，加强消费者权益保护力度，还需要进一步普及消费金融知识，提高消费者发现风险、规避风险的能力，并为其提供完善的维权渠道。对消费者个人信息泄露等问题，应出台相关法律法规加大处罚力度，为消费者撑起保护伞。



11月17日，在山东烟台一家汽车生产企业，工业机器人在制造汽车。今年前三季度，烟台汽车制造业规上工业增加值增长14.7%。随着当地汽车产业链、供应链不断集聚，烟台已拥有汽车及零部件生产企业420余家，形成了传统汽车与新能源汽车齐头并进的千亿元级产业集群。

本版编辑 孟飞 辛自强 美编 王子莹

云南咖啡有待完善标准规范

本报记者 周斌 曹松

求真

近日，关于云南咖啡和香精豆的相关文章在网络上引发关注。香精豆在云南咖啡市场流通是普遍现象吗？记者对此进行了采访。

首先要了解什么是香精豆。据专家介绍，咖啡豆从咖啡果到生豆处理环节，通过复杂的发酵可以产生花香、果香等各种风味。在这个环节中，第一种是完全靠咖啡果自身以及环境中的菌群完成发酵，传统的水洗、日晒、蜜处理，改变发酵环境的厌氧处理等都属于此类；第二种是有额外的添加剂，但是没有味道的酵母或者有味道的水果等增加外来菌群参与辅助发酵，属于增味发酵；第三种是添加天然食物提取物香精和人工合成香精，直接对咖啡豆增味，这种就是大家常说的香精豆。

在国内有十年咖啡从业经验的咖啡博主苏晓生向记者表示，香精豆在云南很少，另外，国外其他产区对于增味发酵咖啡豆的应用更早。“网上一观点用个别香精豆现象来与云南咖啡捆绑，否定国产咖啡价值，显然是以偏概全，也不实事求是。”苏晓生说。

“个别不法商人生产销售的所谓的香精豆属违法违规行为，是市场监管部门重点查处和严厉打击的对象。”云南省农科院质量标准与检测技术研究所研究员黎其万表示。

云南省农业科学院热带亚热带经济作物研究所首席咖啡专家黄家雄介绍，我国在2015年5月24日实施的《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB2760-2014)食品添加剂使用规定中明确了“咖啡不得添加食用香精香料”，基于这一强制性规定，添加香精进行咖啡生产肯定属于违

□ 咖啡豆从咖啡果到生豆处理环节，通过复杂的发酵可以产生花香、果香等各种风味。在这个环节中，第一种是完全靠咖啡果自身以及环境中的菌群完成发酵，第二种是增味发酵，第三种是添加天然食物提取物香精和人工合成香精。

□ 食品用香料使用规定中明确“咖啡不得添加食用香精香料”。相关部门和行业可以制定标准化的咖啡成分监管规则，通过提升产业发展标准化程度，做大做强云南咖啡产业。

法违规行为，相关从业人员和生产企业都要受到市场监管部门的严厉查处。

针对市场上近年来出现的增味发酵咖啡豆，专家也有不同看法。黄家雄认为，喝咖啡就是喝咖啡原本天然的味道，没有必要添加任何外来物。

黎其万表示，增味发酵咖啡豆满足了一部分人群的消费需求，丰富了咖啡产品线，有助于市场推广。“当然，生产经营者采用的天然植物必须符合食品安全要求，并明确标注相关处理方法，充分尊重消费者的知情权和选择权。”

为何云南咖啡被卷入香精豆风波？这和云南咖啡在国内市场的地位有很大关系。据统计，2021年云南咖啡种植面积139.29万亩，产量10.87万吨，两者均占全国的98%以上。

云南省咖啡行业协会会长李晓波表示，2021年以来，由于最大的咖啡主产国巴西遭遇干旱，导致咖啡豆产量骤减，加上疫情影响国外咖啡豆产

业链供应链，咖啡豆进口受阻。同时，国内咖啡市场需求旺盛，商业资本发力产业链上游，加上云南独特的自然条件形成了云南小粒咖啡的独特风味。因此，云南咖啡在市场上颇受追捧。

据《2021年度云南省咖啡产业发展报告》，云南咖啡面积和产量分别只占全球的0.82%和1.08%。相比巴西、越南、哥伦比亚等咖啡主产国，云南咖啡对国际咖啡市场供需影响较小，在国际贸易中缺少价格话语权，处于弱势地位。同时，产品质量不高、精深加工不足、知名品牌建设滞后仍然是云南咖啡产业高质量发展需要解决的几个问题。

回到香精豆事件，相关业内专家表示，这次风波，也是一次让云南咖啡标准更完善的契机。相关部门和行业可以制定标准化的咖啡成分监管规则，对相关添加剂的使用作出明确规范，通过提升产业发展标准化程度，做大做强云南咖啡产业。