

开售即“秒光”、候补如何“更成功”……

铁路12306回应候补购票热点

在刚刚过去的“五一”假期，火车票再次成为关注焦点。有的旅客反映：卡点刷新、反复点击，页面却很快显示“无票”，有的车次甚至刚开售就进入候补状态。

“票是不是一开始就没了？”“候补到底有没有用？”围绕这些问题，铁路12306技术专家作出解答。

开票就“秒光”，开售即“候补”？

部分车次和时段，火车票开售即“秒光”，是不少旅客的直观体验。

专家表示，一般情况下，每趟旅客列车的定员不超过2000个席位，部分热门车次在车票起售时旅客提交购票需求为每秒数万张，以目前铁路12306系统的处理能力，不到1秒席位全部售出，因此会出现“秒光”现象。

更深层原因在于供需的结构性矛盾。尽管铁路运输能力持续提升，但在春运、暑运和节假日等高峰期，一些热门线路需求仍明显高于运力供给。

数据显示，高峰期部分时段、部分区段旅客出行需求是铁路最大运输能力的2倍以上，如4月30日19时至23时北京至郑州方向的旅客购票需求为有效运力的5倍以上。

与此同时，部分车次一开售即显示候补，也与售票规则有关。长途列车实行“长途优先、兼顾中短途”的售票原则，优先保障全程及较长距离旅客的出行需求。车票开售时即处于候补状态的情况，主要集中在热门长途列车的中间站间。

具体来说，车票开售前，铁路12306依托历史客流数据对热门长途列车票额进行预估，将80%左右的票额分配给始发站及客流需求较大的车站，用于发售全程票、长途票和中间站间票，20%左右的票额分配给邻近始发站的中间站，用于发售该站到邻近终点站（含终点站）车站的长途票，同步裂解出若干短途票，大部分中间站间未预留票额。开售当天，车票按预售方案发售。

专家表示，一趟列车的售票工作一般经历车票起售、动态调整、敞开发售三个阶段，通过预先分配和动态优化，确保有限的运力资源最大化利用，更好地满足旅客购票需求。



候补购票的规则是什么？

候补购票是铁路部门提供的一项免费服务，即当车票售罄时，旅客可提交候补购票订单并预付款，系统按提交时间顺序自动排队，一旦有新增票额与需求匹配，即按“先到先得”原则兑现。

从规则看，每个候补订单最多可添加19名乘车人、支持选择任意3个乘车日期、总计添加不超过60个“车次+日期”组合，购票人提交多个组合，相当于在多个车次队列中排队，组合越多，兑现率越高。

专家表示，购票人在提交候补订单后，系统全天24小时持续进行兑现，当候补订单的日期、车次、区间、席位、购票数量等与新增票额相匹配时，系统按照“先到先得”原则和候补订单排队顺序为购票人自动兑现车票。

候补兑现的车票主要来自四个方面：旅客退票、改签产生的票额；铁路部门加挂车厢、扩编重联增加运力；部分长途列车在车票动态发售中裂解产生的新票额；增开列车带来的新票额。

如何提高候补购票成功率？

不少旅客关心，选择候补购票有多大几率“等得到”？

根据12306大数据显示，目前候补兑现成功率在70%以上，其中有51%为短途车票，兑现过程受票额动态调整、列车加挂车厢和扩编重联、临时增开列车、用户需求弹性等多种因素影响。

从售票规律来看，候补订单需求在售票起始阶段、动态调整阶段、敞开发售阶段均有机会兑现。

在售票起始阶段，候补车票主要来自售票当天退票、改签产生的新票额。在动态调整阶段（开售1天后至开车前1天），铁路12306根据余票情况、候补需求及历史客流数据，每日动态调整分配票额，将剩余的长途票投放至候补需求集中的站间，同步裂解出若干不同站间的短途票。

如果候补需求旺盛，铁路部门在有条件的情况下，会及时通过加挂车厢或扩编重联增加运力，产生同车次新票额，或通过增开列车增加运力，形成不同车次的新票额。

在敞开发售阶段（开车前1天或当天），铁路12306将剩余所有该车次全程票、长途票、中间站间车票，不限定站间敞开发售，同时，部分旅客仍可能临时改变行程，退票、改签后会产生同车次的新票额。

具体来看，开车前8天、开车前48小时和开车前24小时，受阶梯退签费率政策影响，退票、改签产生的车票数量可能相对较多，候补兑现成功率相对较高。

专家表示，候补订单最晚兑现截止时间为开车前20分钟，购票人可根据以上三阶段特点自主设置、修改截止时间，也可随时主动终止兑现，避免影响行程。

新华社

8部门发文保障儿童用药 “小药箱”装满“大关爱”

研出新路，让儿童有新药、好药用

儿童并非成人的“缩小版”，其脏器发育、药物代谢具有特殊性。长期以来，适合儿童的专用药品少、适宜剂型规格缺等问题突出，成为临床诊疗和家长心中的“痛点”。

实施意见将“创新研发支持”摆在首位，直击源头短板。

完善鼓励研发申报儿童药品清单和鼓励仿制药品目录配套政策，对纳入其中的儿童用药品予以优先审评审批等；加强儿童用药审评审批全过程充分沟通交流，早期介入、研审联动，允许滚动提交资料，持续提升研发效率……

一系列政策将重点为儿童专用创新药、罕见病用药、重大疾病防治用药以及符合儿童特点的新剂型新规格研发“提速”。

根据实施意见，探索组织建立全国儿童临床试验协作网和跨机构伦理审查机制，集中资源、协同招募研究参与者，整体提升儿科临床试验机构规范化管理水平。

同时，引导医疗机构对适宜儿童使用但缺乏儿童用药信息的药品开展协同研究，将已有中国成人数据的药品安全外推至中国儿科人群，进一步激活现有药品的儿童应用潜力，填补信息空白。

供有保障，让药架不空、质量更优

有了药，还要供得上、质量稳，尤其是小品种、易短缺药。

实施意见着力深化儿童用药产业链供应链韧性，支持小品种药（短缺药）集中生产基地的定点生产品种纳入更多儿童用药，不断丰富中央和地方两级储备中的儿童用药。尤其在季节性传染病流行高发期间，加强抗病毒、解热镇痛等儿童常用药品供应保障。

生产质量监管也将进一步强化。优先支持儿童用药生产企业（包括现有生产线可延伸生产儿童用药）开展技术改造和设备更新；强化儿童用药全流程追溯监管，逐步实现“一物一码”全链条追溯……一系列“硬举措”守住安全底线，让每一粒儿童用药都有迹可循。

此外，要与新发布的《中华人民共和国药品管理法实施条例》做好衔接，对临床确有需要且儿童用药品种，市场上没有供应或者没有供儿童使用的剂型、规格的，制定儿童常用医疗机构制剂清单，支持医疗机构配制、使用。

用得科学，用药安全再升级

药品说明书是安全用药的“导航图”，但部分药品说明书中儿童用药项目往往信息寥寥，导致临床用药“摸着石头过河”。

实施意见对此开出“处方”：国家将支持符合条件的儿科相关医疗机构、行业学（协）会对已上市化学药品及治疗用生物制品（细胞基因治疗产品和血液制品除外）的药品说明书，按规定提出增加和补充完善儿童适应症、用法用量等重要信息……

未来将有更多药品拥有“儿童版”说明书，指导临床精准用药。

在医疗机构端，开展儿科医疗服务的二级以上医疗机构定期对药品供应目录中儿童用药进行评估和调整等，为更多适宜的儿童专用药进入医院打开“大门”。

“小药箱”装满“大关爱”。随着各项措施逐步落地，儿童用药需求将得到更好保障。

新华社



本版图片为资料图片

剑指虚假宣传 市场监管部门开展网售食品专项整治

记者从市场监管总局举行的食品安全专题新闻发布会上获悉，近日，市场监管总局正式印发《关于开展网络食品销售虚假宣传专项整治行动的通知》，在全国范围内开展为期半年的专项整治行动。

近年来，网络食品销量快速增长。根据国家统计局公布的数据，2025年，全国吃类商品网上零售额同比增长14.5%。与此同时，网售食品虚假宣传、违法广告等突出问题屡禁不止，消费者对此反映强烈、叫苦不迭。比如，涉嫌原产地造假、虚假宣传的“优思益”保健品；虚假标注相关成分、打品牌“擦边球”的同仁堂南极磷虾油等，都是近期

翻车的“网红产品”，让老百姓“舌尖上的期待”变成了“舌尖上的上当”。

“这些产品的共同点就是，针对公众减肥、降压、保健等需求，用营销话术和虚假宣传大肆‘收割’消费者。”市场监管总局食品安全总监孙会川表示，明明是普通食品，却把功效吹得如同神药；明明是国内生产，却摇身一变成了“海外直邮”；明明是掺杂使假，却吹嘘为“纯天然、零添加”；明明是“三无”作坊，却靠刷单成了“金牌店铺”。

这次专项整治，市场监管部门将实施精准锁定、靶向打击。检查对象涵盖5类主体：电商平台、平台

内经营者、营销服务机构及人员、广告活动主体、食品生产经营者。其中，重点整治虚假宣传、违法广告、平台机构违法行为3类违法违规行为。

孙会川在发布会上强调，要将各方的主体责任落实到位。平台决不能当“甩手掌柜”，必须瞪大眼睛做好资质审查和内部管理；生产经营者决不能当“局外人”，谁出的问题，谁就得负责，谁也别想跑；另外，主播决不能当“工具人”，直播间不是“法外之地”，“短期合作”不是“免责金牌”，只要是在直播间说过的话、带过的货，都必须要有责任。

工人日报

关爱生命 关注安全

营口市人力资源和社会保障局 营口市社会保障中心

