

近视防控机构到底有多少“坑”

新华社太原3月15日电(记者王菲菲 马晓媛 马晓洁)“花了快两万元治近视,结果视力没改善,反倒下降了”……当前,近视防控机构生意火爆,但不少家长吐槽被“套路”。

记者调查发现,部分商家通过渲染“近视焦虑”、虚假广告宣传等兜售相关产品和服务,价格不菲,效果存疑,有的还存在危害青少年健康的风险。

■ 动辄消费几千几万元,效果与广告相去甚远

山西太原王女士的女儿正上小学,去年开始出现了上课看不清黑板的情况,随后王女士留意到家附近的一家视力养护中心。该中心在街边发放9.9元体验卡,宣称通过按摩穴位,可将视力从4.5提升到5.0。心动之下,王女士带女儿去体验,并在商家劝说下办了三个疗程的按摩卡,每个疗程价格高达3800元。

此后,王女士的女儿一直在这家视力养护中心做“治疗”,但效果并不明显。半年后在医院检查,发现视力不仅没有改善,反倒从开始的4.9降至4.6,屈光度也达到200度。

王女士说,这家中心还一直嘱咐家长不要去医院,说戴上眼镜视力下降更快,医院的眼药水等药物刺激会影响治疗效果。“三个疗程加辅助的保健品,总共花了快两万元,眼睛没治好,视力反倒下降了,太后悔了。”

记者了解到,青少年近视问题越来越受重视,近视防控市场也随之增长。根据企查查提供的数据,近年来我国近视防控相关企业数量持续增加,截至2022年底已达968家。除了传统医院眼科门诊和配镜门店,形形色色的近视防控机构也受到不少家长青睐,有的通过“高科技”仪器进行眼部肌肉训练,有的用穴位刺激、中药热敷等方式干预,有的配套销售叶黄素、蓝莓饮、明目贴、明目膏等产品。

多名受访家长告诉记者,有的机构在宣传时说得天花乱坠,称“来的孩子95%都能提高视力”“训练以后可以不戴眼镜”“把视力托管,家长放100个心”,但实际效果远远达不到;家长质问时,一些机构就以“孩子配合度不够”“饮食和户外活动没跟上”等为由推脱。在网购平台相关产品页面上,大量消费者留言:“没看到效果”“没啥用”。

据调查显示,面对商家机构关于近视治疗的虚假营销套路,有76.6%的家长表示容易上当。家长在近视防控中踩“坑”,72.2%的受访家长认为是想让孩子摘掉眼镜,心急所致。

一些机构的“治疗”方式还给孩子健康造成损害。采访中,一名家长告诉记者,孩子在使用了一款眼部训练仪后不仅视力没有好转,反而感觉眼睛更累了,还出现了头晕、恶心现象。

记者走访发现,很多近视防控产品和服务的价格不菲。多款视觉训练仪售价都在万元左右,如果到店训练则每次收费50元到100多元。一些机构按疗程收费,单个疗程售价从几百到数千元不等。有机构销售的蓝莓饮品一盒售价580元,声称“纯度很高,对眼睛好”。

■ “收割焦虑”的种种套路

记者调查了解到,不少机构利用家长对孩子近视的焦虑以及在专业知识上的盲点,设置重重套路,让人防不胜防。

——夸大功效虚假宣传。山西省市场监管局相关负责人表示,此前由国家卫健委等六部门联合下发的《关于进一步规范儿童青少年近视矫正工作切实加强监管的通知》明确,在目前医疗技术条件下,近视不能治愈,在广告宣传中不得使用“康复”“恢复”“降低度数”“近视治愈”“近视克星”等表述误导消费者。近年来各地市场监管部门也加大了打击力度。但记者采访发现,近视防控市场领域的虚假宣传现象仍大量存在。

记者在线上、线下采访中看到大量诸如“摘掉眼镜不是梦”“近视杀手”“已帮助10万+散光近视患者恢复”“治疗散光近视神器一贴看清”等明显夸大功效的广告宣传。一些机构虽不敢宣传“治疗近视”,但在拉拢顾客的过程中频打“擦边球”,模糊“裸眼视力”“屈光度”等专业概念的差别,试图误导消费者相信使用其产品后可降低度数。

——四处拉扯高端包装。不少机构对产



品进行“高大上”的包装,如宣称中科院团队研发、根据“贝茨原理”研发、“十四五”全国重点规划课题、与知名专家合作等。但事实上,很多概念似是而非,合作性质也存疑。

例如,不少产品宣传中提到的“贝茨原理”得名于100多年前一位名叫贝茨的美国眼科医生。首都医科大学附属北京同仁医院主任医师翟长斌表示,这一原理主要是做所谓的变焦训练,其实就是看远、看近来回变换,不排除有一定作用,但缺乏足够数据支撑,远不如让孩子去户外运动。此外,太原一家机构还宣称与山西省眼科医院某专家合作,但记者核实发现,双方并无合作关系。

——制定话术“忽悠”家长。为增加销量、规避维权纠纷,不少机构制定专门成套话术应付消费者。

某机构销售人员向记者透露了此类话术的具体内容。如,针对近视的孩子可以说提升视力,对不近视的孩子可以说提升远视储备;对训练后效果会不会反弹的疑问,不要直接回答,要强调平时用眼习惯的重要性以规避风险等。

此外,销售人员在推销时往往会用“金眼银牙,护眼就是花钱”“孩子的眼睛是小事,不能省”等说法,给家长“洗脑”。不少机构还会强调,养护视力是“长期过程”,“需要一直做到18岁”,“忽悠”家长持续投入。

■ 多措并举呵护未成年人眼健康

武汉普瑞眼科医院主任医师沈政伟告诉记者,目前近视的发病机制尚未明了,近视形成因素主要为遗传因素和环境因素,因此防控主要围绕这两大点进行科普宣教,比如优生优育,每天不少于2小时户外活动,照明环境、合理饮食、睡眠充足等。

“因研究发现离焦学说尤其在视网膜上形成近视性离焦对近视控制有帮助,所以临床上角膜塑形镜、离焦型框架眼镜、离焦型日戴软镜或硬镜等能达到30%至70%的近视控制效果,是目前主流观点。”沈政伟说,对于使用一些眼部仪器、吃叶黄素和蓝莓果浆等方法,从循证医学角度来讲尚未发现对近视控制严谨科学的数据,对缓解疲劳及提供营养可能有帮助。

多位眼科专家指出,目前一些家长存在认识误区,认为只要进行了防控干预,孩子的度数就不应该涨,其实理想的目标是通过干预,将度数增长控制在较小幅度,避免孩子在成年之前发展为高度近视,后者会带来视网膜病变等眼部疾病风险。

对于近视防控市场诸多不规范现象,中国人民大学法学院教授刘俊海表示,市场监管、药监等相关部门应当加大监管力度,创新监管方式,畅通举报渠道,促进近视防控市场规范发展,保障消费者特别是青少年的合法权益。针对网络平台虚假广告现象,要压实平台责任,要求其设立鉴别机制,对近视防控相关产品的违规虚假信息保持高压治理。

山西省眼科医院一级视光师冯钰枫表示,家长在为孩子选择近视防控方式时,应当首先到专业医疗机构进行检查、咨询,根据孩子个体情况选择适合的方案,避免盲目用药用械。

快递面单信息未掩码 隐私选项去哪儿了

显示网购物品的具体信息。

客服

面单信息由商家自行处理

随后,记者联系韵达速递人工在线客服,拨打圆通速递客服热线电话,询问为什么有的面单信息未做掩码处理。两家快递公司客服人员均回复快递面单信息由商家打印张贴,是否隐藏信息或者提供虚拟号服务由商家决定。

韵达客服表示,面单一直由商家自行处理,韵达只是提供单号,由商家打印张贴在包装上。关于面单信息处理有没有统一标准规范的询问,客服明确回复“没有”。

对于相同的问题,圆通客服称快递都是实名制,如果用户网购下单没有特别要求商家对面单做保密处理,收到的快递就不会掩码。要想隐藏面单个人信息,需要消费者在淘宝等电商平台下单时勾选“号码保护”。

之后,记者尝试在电商平台下单,发现消费者确实可以自行选择号码保护功能。例如手机淘宝App上,消费者可以在提交订单页下方点击“我的淘宝→设置→隐私→订单号码保护”勾选开通订单号码保护服务;在天猫上,消费者可以在提交订单页最下方勾选“号码保护”。

实测

快递小程序找不到隐私选项

快递面单信息保密,难道只能依靠用户“觉悟”、商家“自觉”?

去年6月23日,国家邮政局、公安部、网信办联合召开主要电商平台企业涉邮政快递个人信息安全治理专项行动视频会议,强调强化信息安全源头治理,推广普及隐私面单,并明确提出年内实现邮政快递全覆盖。去年11月30日,国家邮政局印发了《关于加强快递企业隐私面单推广应用工作的通知》,再次要求确保2022年年底实现快递企业隐私面单应用基本覆盖目标。今年年初,国家邮政局再次召开会议督促快递企业加强个人信息保护工作,明确将会同有关部

门依法严厉打击泄露、买卖寄递服务用户个人信息等行为。

快递企业的“隐私面单”工作做得如何?用户寄件时是否能顺利操作?今年3月13日,记者分别登录京东、顺丰、邮政EMS、申通、圆通、中通、极兔、韵达等快递公司的寄件小程序进行测试。

实测发现,申通、圆通的寄件页面未能找到隐私面单相关选项,寄件页面上的《服务协议》选项中也没有关于使用隐私面单的说明。圆通客服告知“小程序等页面没找到就是没有”。

其他几家则能找到并操作,其中,顺丰、德邦、EMS中国邮政的寄件页面均能很容易找到“信息加密”相关选项,配有《信息加密说明》。相比之下,韵达、中通寄件页面“信息加密”选项呈现不够直观,韵达要先点击“我”,在其他服务中勾选“号码保护”;中通要先点击“我”再点击“偏好设置”,才会出现“寄件号码保护”选项。

一位快递公司内部人士表示,快递面单信息保密处理在技术层面不难实现,主要还是看快递公司的执行力度,基于电商、金融等部分特殊类型客户的增值服务,现实需求,影响100%推行面单掩码处理。泰和泰律师事务所洪瑞成律师则认为,行业需要进一步推广隐私面单、虚拟号等工具使用,统一落地执行层面的标准,在进一步保障个人权益情况下,为长期、可持续合规路径提供支持。

保护提示

- 注册购物网站、手机App账号以及填写信息时,尽量做到有限提供,不使用相同的密码。
- 在电商平台下单,记得勾选相应的订单“号码保护”相关功能。
- 在快递小程序寄件程序下单时,记得勾选“隐私面单”等相关功能。
- 不要轻易相信主动打电话上门的“客服”,不要扫码点开所谓的“退款”二维码和链接。
- 注意做好快递外包装上个人相关信息的处置。

本报综合消息