

如何整治儿童近视矫正市场乱象

暑期来临,未成年人近视矫正、视力防控逐渐升温。不少家长期待在假期通过康复治疗矫正孩子的视力。然而,鱼龙混杂的近视康复治疗市场,让很多家长望而却步,还有一些家长带着孩子尝试一些项目后大呼上当受骗。

儿童近视康复治疗市场究竟存在哪些乱象?如何整治?

■ 号称三个疗程摘镜 一年后度数反增加

暑期的北京,某医院眼科室外,挤满了等待叫号的家长和孩子。

北京市民方梦就是其中的一位。她女儿月月今年9岁,两年前在学校的一次常规体检中被查出近视,但度数不到100度。根据体检建议,她带女儿到医院检查,医生告诉她,防治青少年近视,需要保证每天两小时的户外时间。

方梦和丈夫的工作都很忙碌,无法遵医嘱抽出时间带女儿进行户外活动,再去找大夫复查视力时,月月的近视度数不断增加。这一次,医生详细询问她家情况后认为,月月的近视度数增加较快,可能与遗传有关,因为方梦和丈夫都近视约500度,同时,还与月月使用电子设备和运动缺失有关。

方梦开始重视女儿的近视问题,随即尝试了中医按摩、护眼贴、3D训练等近视矫正方式,她甚至听信一家视力恢复中心“不做手术一个月摘掉眼镜、百分百恢复视力”的宣传,试图用所谓的治疗仪器恢复女儿视力。

据方梦介绍,花大价钱购买治疗设备,孩子戴了不仅没效果,视力反而有快速下降趋势,吓得她赶紧停用,其他矫正方式也没有什么效果。

今年暑假,她提前抢到某医院眼科的就诊号,带孩子复查视力。检查结果并不乐观,孩子的视力还在下降,医生建议她给孩子配眼镜。

来自河北的小时今年9岁,近视度数已经达到475度。两年前,小时的妈妈钱瑶得知儿子看不清黑板上的字时,带孩子到医院检查,小时已经近视200多度。钱瑶开始限制他使用电子产品的频率,也给他吃了不少叶黄素之类的营养品,但是近视度数依旧在增加。

后来,经朋友介绍,她带孩子去了当地一家号称可以治疗近视的机构。第一次去的时候,孩子连视力表的第一行大字都看不清楚。经过矫正后能看清视力表第三行,在对方的推荐下,钱瑶在这家机构购买了套餐。没想到,治疗次数在增加,但治疗效果却越来越差,目前又看不清视力表第一行。

让家长郁闷的是,近视矫正没效果,但费用却没少花,基本上是万元起步,数万元属于正常。

据方梦介绍,她给女儿购买的近视矫正套餐,有的产品每个疗程花费数万元。王猛同样一年给女儿花费数万元用于近视矫正。

记者走访发现,在近视矫正市场上,各种所谓的矫正产品令人眼花缭乱,有10元以上的眼贴,有百元以上的眼药水,还有千元以上的近视矫正仪和按摩仪……但这些产品的效果却存疑。

在电商购物平台,记者通过咨询售卖眼贴、滴眼液以及治疗仪器的一些商家客服,浏览“产品评价”和“问大家”信息以了解其产品的功效,发现客服并不会承诺使用产品后能够实现近视度数的下降。

既然如此,为何家长还会花费巨资进行近视矫正呢?

在方梦看来,近视矫正涉及眼部专业知识,一些机构利用家长们的急切心理和专业壁垒,配以推销话术,“让我们这些焦虑的家长‘病急乱投医’,从而掉进坑里”。

王猛告诉记者,他是在矫正机构“不手术,不吃药,三个疗程就摘镜”“一个月没效果,全额退费”的话术保证下,心理防线逐渐松动,于是踏上了近视矫正的漫漫长路。

■ 加盟机构门槛不高 员工无需专业背景

在采访中,一些家长向记者表达他们的疑问,花费数万元找的近视矫正机构到底是什么情况?

记者在社交平台上以“视力防控加盟”为关键词搜索到上千条加盟信息。

根据公开信息,想要加盟一家视力矫正机构,需要经过加盟咨询、申请代理、物色店铺、总部审核、总部实地考察、洽谈和审查代理商、签订加盟合同、培训和辅导代理商等流



程。加盟费用在10万元至60万元不等,加盟费包括提供品牌授权、选址和装修辅导、对加盟商进行技术培训、人员招聘和专业人才培养、提供仪器设备、进行开业指导和运营服务等帮扶。在加盟承诺中,总部会提供品牌优势、专业指导和管理、营销推广等服务,但不会对加盟商进行盈利承诺。

记者以加盟商的身份联系山东某加盟品牌,当询问加盟需要什么资质时,对方强调只需要办理营业执照和验光资格证即可,总部会提供企业信用等级证书、产品专利证书、品牌荣誉资质等支持,不需要眼科专业背景。

根据相关职业标准要求,视力矫正指导师需持证书上岗,而且有年龄、学历和从业年限等要求。然而,当记者询问某加盟品牌方,在招聘员工时是否要对其视力矫正指导师证书进行审核时,对方回复称:“从没有听过什么证书,总部会对加盟商进行员工培训,一般是5天,培训完就可以上岗。”

记者通过查询多个第三方报考机构发现,从报名到领证大约需要30天到45天,费用在1200元至1800元不等,有些机构为提高报名率,还会“主动降价、优惠促销”;有些机构表示会给题库,“考前刷一下,通过考试没有

问题”;有的机构甚至承诺,“没时间刷题、没时间听课也没有关系,机构可以‘帮忙’”;更有甚者,为促使学员报名,一些机构明确表示“听课给免费安排托管,考试可以操作,包通过拿证”。

记者还发现,很多机构打着招聘“视力养护师”的名号,但是对应聘者不做任何专业、技能以及资质的要求。对于没有任何专业基础的新人,对方表示可以先培训后上岗,多则一周,少则一两天就能够上手。

记者以应聘“眼周穴位按摩师”岗位为由联系了一家位于北京的视力矫正机构。对于应聘资格,其工作人员说:“最好有中医按摩经验,有亲和力有耐心,有一定的销售经验。”当记者表示自己不具备任何眼科专业知识,也没有中医按摩的经验后,该工作人员回复称:“没有按摩经验没有关系,重要的是表达能力好,有销售经验。”

经了解,在一些视力矫正机构,视力理疗师一般身兼数职,不仅负责对前来进行视力矫正的青少年眼部穴位按摩,还要推销机构近视矫正的产品和套餐。上述机构工作人员还告诉记者,如果视力理疗师的销售额达3万元,则可以拿到3个点(3%)的奖金,10万元以

上则可以拿到15个点(15%)的奖金。

■ 目前近视不能治愈 营销不得误导公众

对于家长来说,他们迫切想知道儿童青少年的近视是否能够矫正,面对鱼龙混杂的近视矫正市场又该如何作出选择?

对此,北京大学人民医院眼视光中心一位视光师认为,现在市场上关于儿童近视眼预防的方法和设备有很多,但并没有能让近视逆转的“神器”。

上述眼科赵医生告诉记者,对青少年来讲,一般有假性近视和真性近视,假性近视主要由于长期不良用眼习惯导致,一般很少超过200度,持续下去就会变成真性近视。假性近视能够通过休息、纠正不良用眼习惯来恢复,目前市场上各种治疗假性近视的方法、仪器,有没有具体确切的疗效,需要进一步验证。

赵医生告诉记者,以市场上出现的护眼贴、明目膏、穴位按摩仪、智能训练仪等为例,宣传所使用的“康复”“恢复”“缓解眼疲劳”“降低度数”“提升视力”“近视治愈”“度数修复”等表述,大多缺乏科学依据,不仅侵害消费者的知情权,甚至会让部分消费者产生误解,进而忽视孩子的近视防控工作。

事实上,对于近视矫正领域层出不穷的过度营销问题,近年来,教育部、国家卫生健康委等部门发布多项政策文件,以切实加强新时代儿童青少年近视防控工作。

例如,早在2019年,教育部等部门就联合下发《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》指出,“在目前医疗技术条件下,近视不能治愈”,明确要求机构或个人不得在营销中使用“康复”“降低度数”等表述误导公众。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,不少视力矫正机构缺少诊疗资质和专业人员,常常利用口头承诺误导消费者,所以,消费者应该尽量将口头承诺转换为书面协议,保留证据,以便日后维权。

近视虽不能治愈,但可防可控。除先天遗传因素外,后天的不科学用眼习惯是主要肇因。业内人士因此建议,除了配合开展治疗之外,每个人都是自身健康的第一责任人,学生还应该尽量减少“读屏”时间,应该每天保持两小时以上课外活动时间,同时保持正确的学习习惯。(受访者均为化名)

本报综合消息

Kindle 黯然离场,电子阅读不香了?

6月30日,亚马逊旗下电子书阅读器Kindle正式停止在中国运营其电子书店,此后用户无法再购买新的电子书。有人认为电子书阅读器不再风光,Kindle成为“时代的眼泪”。还有网友表示,“微信读书”等国产阅读App抢占了市场,令Kindle经营遇到压力。

2013年Kindle正式进入中国,2016年中国成为该设备的全球最大市场,至2018年其销售量已达到数百万台。目前亚马逊并没有透露Kindle退出的具体原因。美国《华尔街日报》称,尽管Kindle在中国电子书阅读器市场中占据主导地位,但近年来这一市场的总体规模一直在萎缩。

市场调查机构Counterpoint Research的数据显示,2021年中国电子书阅读器整体销量下降了12.5%。此外,过去Kindle的市场份额被小米、科大讯飞和华为等中国本土竞争对手抢走。上述机构分析师兰莫说,后者打造的新一代设备兼具平板电脑和电子书阅读器功能,更具吸引力。

记者向十多位Kindle用户询问了使用体验,大多数人表示,“感觉可有可无”,手机几乎能替代它。

北京大学中文系教授张颐武告诉记者,Kindle曾为推动中国电子阅读市场发展作出贡献,但它目前显然没有智能手机的效率、功能全,并且中国也有提供便宜正版电子书的网站,因此它在竞争激烈的中国市场落后了。

据了解,起初Kindle的一大核心卖点就是“电子墨水屏”。“掌阅”首席执行官程超表示,随着国内公司掌握了墨水屏技术,Kindle

失去了在中国市场的优势,因为本土企业最了解当地消费者。记者发现,除了阅读功能外,目前国内主流生产商的设备还具备录音、记笔记等办公功能,当然价格也更

此外,有行业人士分析称,Kindle的系统比较封闭,而国产设备多采用安卓系统,开放性更强、流畅度也更高。还有分析人士说,盗版电子书的存在使Kindle在中国市场难以盈利,这也是其关闭业务的重要原因。

那么,Kindle的黯然离场是否表明,在碎片化阅读时代,纸质阅读的拥趸并不会让电子书市场过分“得意”?美国“商业内幕”网站此前报道称,咨询公司麦肯锡、美国民调机构皮尤研究中心的调查均显示,年轻一代更喜欢纸质书而不是电子书,他们的理由是纸质阅读更享受、更专注,眼睛也不会过度疲劳。

Real Researcher网站近期的调查显示,在1万名成年受访者中,42.73%的人喜欢纸质书,24.79%的人喜欢电子书,但大多数受访者(68.49%)都认为电子书在未来几年可能会变得更加流行。

张颐武表示,纸质阅读和电子阅读并不是简单的替代关系,两个产业目前是平行发展、双峰并峙。纸质书籍是线性阅读模式,而电子书一般是非线性的、跳跃式的阅读,两者各有长短,具有互补性而非竞争性。

那么,未来电子书阅读器会朝着什么方向发展,它能否替代纸质阅读成为主流?

科大讯飞消费者读写科技销售部总监赵飞龙对记者表示,电子书阅读器后续的发展方向一是强化阅读体验实现破圈,二是升级为大尺寸、可读可写的产品。强化阅读体

验是指在维护已有墨水屏阅读需求人群的基础上,通过智能听书、外文翻译等功能提升阅读的乐趣,渗透新用户群体。在大尺寸产品上,电子书阅读器已经从单纯的“读书”设备发展成可读可写的综合应用。未来墨水屏阅读市场可能逐步平稳或有所下滑,办公和学习场景正在引领墨水屏行业的发展。

本报综合消息

