

花了数万元没有任何效果 儿童近视矫正市场乱象调查

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?记者就此展开了调查。
 自从女儿7岁近视后,家住陕西西安的王猛一直奔波在矫正视力的路上,“把能踩的坑都踩了,按摩、针灸、智能仪器设备齐上阵,可以说上了矫正‘全家桶’,但都没有什么实际效果”。
 王猛介绍说:“一开始,我们去了一家按摩穴位的矫正机构,每次按摩之后马上测试视力,真的有效果,后来发现,只是当时眼睛放松了,而并非是真的能够矫正近视。”一年后,他女儿的视力不但没有得到控制,反而近视度数增加了100度,这让全家叫苦不迭,最后还是去医院配了眼镜。
 王猛踩坑的背后,是我国日趋严重的儿童青少年近视问题。国家卫健委数据显示,2022年,我国儿童青少年总体近视率为53.6%。其中,6岁以下儿童的近视比例为14.5%,小学生近视比例为36%,初中生近视比例为71.6%,高中生近视比例为81%。
 随着暑期来临,不少家长利用孩子不到校上课的空当,四处奔波试图矫正孩子视力,降低孩子的近视度数。家长对治疗孩子近视的关注,也推高了近视防控和矫正市场热度,一批批近视矫正产品层出不穷。
 然而,大量儿童青少年接受各种各样的治疗近视产品和方法后,并没有控制近视度数的加深,更没有恢复视力,穿行于鱼龙混杂的近视矫正市场,很多家长直言被“坑”了。



1 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。
 让家长们郁闷的是,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元以内的眼贴,有百元以内的眼药水,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。
 例如,在社交平台上,有不少宣传推广某品牌近视防控眼贴的帖子,介绍其功效并附上购买链接。记者注意到,在此类帖子下的评论区,总会有相似账号留言称该眼贴防控近视效果卓越。不过,也有一些购买过该产品的用户在评论区“现身说法”,直言该产品“根本没有用,贴上之后除了冰冰凉凉的,没啥感觉”。
 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。

2 交流群里制造焦虑 未上市产品直接卖

记者调查发现,一些家长选择近视矫正的背后,是一些近视交流群里弥漫着被制造出来的近视焦虑。
 经人介绍,记者近日加入多个近视交流群。
 其中一个名为“儿童近视防控大作战”讨论群,群成员有上百人。记者注意到,该群禁止他人发布广告,只能由群主不定期发送护眼产品链接并分享一些护眼文章。记者点击链接进入店铺,里面销售眼镜、眼贴、鱼油、叶黄素以及一些治疗仪等商品,群主给大家推荐的是“防控四件套”,即星趣控镜片+哺光仪+拉远镜+反转拍,整套下来价格上万元起。
 在一个名为“儿童近视防控”交流群里,记者刚刚加入,就看到备注为“眼科李医生”的群主正在给家长“科普”儿童近视的危害:“一年增长100度太严重了,孩子才8岁,得尽快控制,要不然以后上初中高中,眼镜都要把鼻梁压塌了……”
 当家长介绍自己孩子近视的“前因后果”、治疗方式后,“眼科李医生”回复称:“你家孩子这种情况,做手术不仅存在风险,而且效果也不敢保证。最好是使用低浓度阿托品进行长期矫正,同时可以配离焦镜使用。”
 当有其他家长询问在哪里可以购买低

浓度阿托品时,“眼科李医生”迅速回复:“有需要的可以找我。”
 此时,群内会有“家长”出来为群主“站台”,称自家孩子用的便是群主推荐的滴眼液和OK镜,并且成功实现了近视度数的下降。
 记者发现,每当有新成员进入群内,这些“家长”就会站出来烘托气氛,时不时@群主,感谢群主推荐的产品。
 记者还添加了多个售卖阿托品滴眼液的“医生”,询问其是否能证明其医生身份时,对方均没有正面回复,只是强调“是医生,但不便透露具体信息。如果想让孩子降低度数就购买,不相信就算了”。
 当记者询问药品来源渠道时,上述群主回复:“没有具体货源,这些滴眼液都没有上市,有的是厂家直接发货。”
 据了解,阿托品是一种临床常用药物,目前浓度在0.01%至0.05%之间,被广泛应用于度数增长较快的近视儿童中,也被称为低浓度阿托品。
 “目前,阿托品滴眼液对近视的防控作用机制尚不清晰。”一位来自北京某知名眼科医院的赵医生告诉记者,低浓度阿托品滴眼液在国内不能商品化购买,请家长不要通过代购、微商私下购买,即使是真品,浓度是否标准、如何使用都没有专业人士把关,避免引起过敏,甚至阿托品中毒。

3 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训、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周穴位按摩,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。

4 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,对青少年来说,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学研究会副秘书长陈普江表示,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长,同时保持正确的学习姿势。
 (受访者均为化名)(新华网)