

花数万元治疗,近视反而加深了

儿童近视康复治疗“神药”“神器”乱象调查



几元一张的护眼贴,近百元一瓶的眼药水,超千元一台的近视矫正仪和按摩仪……北京市民张婷近年来一直奔走在为儿子矫正视力的路上,虽然不同价格的产品齐上阵,办法尽出,但儿子的近视度数仍然逐年增长,小学二年级就戴上了“小眼镜”。

像张婷儿子这样面临近视问题的儿童不在少数。国家疾病预防控制中心公布的监测数据显示,2022年我国儿童青少年总体近视率为51.9%(其中小学36.7%,初中71.4%,高中81.2%)。儿童青少年近视已经成为影响儿童健康和全面发展的突出问题。

和孩子们近视度数“上涨”一起出现的,还有近视矫正市场的乱象。

记者近日调查发现,市场上涌现出各种声称能够治疗或控制儿童近视的“神药”“神器”,种类繁多,价格不一,让人眼花缭乱。不少家长直言,不知道该怎么选择,也不知道这些“神药”“神器”的效果究竟如何;还有一些家长带着孩子尝试后发现上当受骗。

受访专家指出,近视和眼轴增长有关系,眼轴长后很难再变短,所以近视是不可逆的,任何号称能够治愈近视的皆为虚假宣传。如果家长用按摩代替戴眼镜,反而容易让孩子加重近视,也可能使视网膜周边发生病变。建议孩子多增加户外活动,在缓解眼疲劳的同时帮助体内分泌多巴胺,抑制眼轴过度增长,预防近视。

宣称3个疗程摘眼镜 花费3万元度数反涨

河北石家庄的李云发现自己8岁的孩子出现近视问题是在两年前,当时去了很多家公立医院检查,医生给出的结果都是建议戴眼镜。李云不甘心,想着肯定有其他办法能治疗,后来看到一些视力养护中心宣称能够提高裸眼视力的广告,便决定试一试。

李云一口气给孩子报名了5家养护机构,5个月花了3万余元。没想到,孩子的近视度数非但没好转,反而从150度涨至220度。

李云告诉记者,她在带孩子治疗期间,建了一个交流群,里面有不少给孩子防控近视的妈妈,她们大多听信了视力养护中心的宣传,花了不少钱,但收效不大,孩子的度数甚至涨了很多。

家住陕西西安的王猛也是在矫正机构“不手术,不吃药,3个疗程就摘镜”“一个月没效果,全额退费”的话术下,带着孩子踏上了近视矫正的漫漫长路。结果同样

是落寞收场——1年后,孩子的视力不但没有得到控制,近视度数反而增加了100度,最后还是去医院配了眼镜。

这些机构的话术究竟有多厉害,能让众多家长带着孩子趋之若鹜?根据多位受访家长的介绍和记者的亲身体验,记者总结了一些视力矫正机构的话术:

引发家长对近视发展趋势的焦虑,“如果不进行近视矫正,眼睛一年要增长150度,进行近视防控后,度数不会增长还可能降低”;以自身“成功”经历晓之以理动之以情,“我的两个小孩都是通过这个产品摘掉了眼镜,一个200度,一个300度,所以我才选择做近视矫正产品,帮助更多人摘掉眼镜”;用广告增加信服度,“前两年电视台都放我们的广告,还有国际射击赛的运动员都在贴这个眼贴,说明这个产品非常安全”;为了凸显自身专业性,一些矫正机构还会配置看上去很专业的仪器,再配合按摩服务、眼贴和眼睛保健品等,宣称可以多效合一。而如果孩子的度数没有控制住,他们就会说去养护的次数太少了,效果肯定大打折扣。

没有近视逆转“神器” 增加户外活动很关键

近日,国家市场监督管理总局发布消息,将依法查处近视防控类产品虚假违法广告,持续整治混淆真性与假性近视,使用“康复”“恢复”“降低度数”“近视治愈”“近视克星”“度数修复”等表述误导消费者的广告。

受访的眼科医生指出,随着用眼的增加,眼轴越拉越长,现在还没有能够让眼轴永久性缩短的方法,所以治愈近视是不可能的,任何有此类表述的都是虚假宣传。

“近视往往和眼轴增长有关系,眼轴长长后很难让其再变短,所以近视是不可逆的。另外,眼周的局部按摩虽然可以缓解眼部疲劳,让人‘眼前一亮’,但并不是治疗近视的科学方法。如果家长进入这样的误区,用按摩代替戴眼镜,反而容易让孩子加重近视,也可能使视网膜周边发生病变。”赵医生说。

北京大学人民医院眼视光中心一位视光师也直言,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”。

中国法学会消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江指出,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。

“近视矫正涉及眼部专业知识,存在专业壁垒,再加上近视矫正机构的话术忽悠,在对孩子近视存在焦虑心理的情况下,家长们很容易主动‘入坑’。为避免上当受骗事件发生,公众显然要提升日常的辨别能力。后续监管部门的治理也不妨更具针对性,发现问题及时介入,让那些企图以虚假宣传牟利的不法分子无处遁形。”陈音江说。

近视虽不能治愈,但可控可防。在赵医生看来,预防孩子近视发生,户外活动是关键,不论室外是晴天、阴天或是雨天,光线亮度都要高于室内。如果一天内累计户外活动时间超两小时,能有效缓解眼疲劳,并帮助体内分泌多巴胺,抑制眼轴过度增长,预防近视。

来源:新华网

视力产品背后有猫腻 处方药代购货不对板

在不少电商平台和社交平台上,随处可见各类儿童视力养护的产品——角膜塑形镜、护眼仪、拉远镜、反转拍……但记者调查后发现,这些产品售卖背后有猫腻。

在某社交软件上,一位卖家向记者介绍了其主推产品AI视训镜。

“我们的眼镜有个小程序,你买回去后要把孩子的年龄、近视眼的度数通过小程序上传到后台,就能根据资料制定专属于你的最佳训练方案。”介绍完功能,卖家突然话锋一转,向记者推荐AI视训镜的公司加盟渠道:

买一个视训镜9986元+一盒中药保健口服液2995元或者眼部外敷清新套装2995元,花不到13000元就能获得一个免费的代理资格。获得代理资格后,别人通过你分享的二维码再下单购买产品,公司会给予相应广告费,每卖出一套产品,即可获得600元的提成。

不过,要想成功代理,还需要给公司交3000元至5000元的保证金,这笔费用将来可以退还。

上述卖家还提醒道,“如果你和别人推荐时说我们的视训镜能够治疗近视,那就是违规宣传,因为现在广告法不能说治疗近视之类的。推销过程中一定要说是调理作用,能够提升裸眼视力,也不能说恢复裸眼视力这类话。一定要规避一些‘关键词’,否则就会扣除保证金”。该卖家介绍,他目前是四星级代理商,从2022年总公司推出该产品以来,就开始进行线上推广,现在已经推销出1000多套产品。不需要线下有门店,自己主要是在社交平台上发广告,顾客都会自己找上门来。

“小学门口的视力宝藏店,2024年创业新风口等你来抓”“视力养护店,共享成功的商业模式”……记者在调查过程中注意到,有不少品牌的视力养护中心在招代理加盟商。

延缓儿童近视的药品同样有一条产业链。

在社交平台,记者发现目前存在不少代购阿托品(一款延缓儿童近视进展的处方药)的帖子,代购的价格在360元至800元之间。

记者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”。

去年6月,陕西市民杨格为了防控儿子近视,去医院眼科开了低浓度阿托品眼药水。药水用完后,有医生给杨格推荐了代购渠道,说“更便宜些”。但收到眼药水后,杨格发现与医院开的眼药水不是同款——名字不一样,说明书上没有成分说明。更令杨格“惊恐”的是,他通过天眼查发现这家阿托品生产单位已被注销。对此,代购回复:“我们已经在申请药字号了,因为要申请药字号,所以必须得注销械字号,厂家停产了,销售的是停产之前生产的。”最后,杨格选择退款,带着孩子到另外一家医院问诊。得到的答复是,目前孩子并不适合使用低浓度阿托品眼药水,治疗方式应该换成角膜塑形镜。

截至发稿时,记者查询该低浓度阿托品眼药水生产厂家,发现其仍为注销状态。

北京某医院眼科赵医生告诉记者,需要使用阿托品的,是那些眼轴增长过快的孩子。用药之前,需要进行详细的检查,每次滴药量、每天滴药次数、使用天数、何时复查,以及遇到过敏、畏光等问题时应该如何处理,都需要进行有效性和安全性的评估。

山东中医药大学附属眼科医院视光中心主任孙伟接受采访时也提出,现在的阿托品并不适合所有孩子,部分儿童使用了0.01%的硫酸阿托品滴眼液后看近处的东西会模糊,在太阳光比较强时,还会畏光,更有一部分孩子对阿托品产生了过敏反应。发生近视后,仅靠滴眼药无法彻底解决问题。这个药的出现,只是提供了一个控制手段。