

孩子护眼路上的“拦路虎”:

超八成受访家长直指近视防控虚假营销

暑假即将结束,各地中小學生陆续迎来开学日。眼科门诊、近视矫正机构、配镜门店近期也迎来了患者和顾客的人流“高峰”。但有家长发现,夸大功效、虚假宣传等现象时常出现。今年教育部等三部门联合发文,从严查使用“恢复”“降低度数”“近视治愈”等误导性表述对儿童青少年近视防控产品进行宣传营销的行为。

上周,中国青年报社社会调查中心联合问卷网(wenjuan.com),对1603名中小學生家长进行的一项调查显示,社交平台是受访家长获取近视相关信息的主要渠道,83.6%的受访家长感到现在声称能“治愈近视”的虚假营销现象普遍,83.7%的受访家长认为近视防控虚假营销是儿童青少年护眼之路上的一大“拦路虎”。

受访中小學生家长中,孩子在读小学的占48.8%,读初中的占34.2%,高中的占17.0%。其中,孩子视力正常的仅有34.1%,患低度近视的占41.0%,中度近视的占20.5%,高度近视的占3.7%。



(网络图)

83.6%受访家长表示 声称能“治愈近视”的虚假营销现象普遍

孙芊感到近两年有关近视治愈的广告和帖子非常多,尤其临近开学季,经常能看到。连高度近视都声称能治愈,效果惊人。但作为患者本人,她深知近视不能治愈。“我经常浏览一些社交平台,看到过不少普通人‘现身说法’,吸引许多未成年人、家长去留言,这类帖子往往关注度都非常高”。

调查显示,83.6%的受访家长感到,现在声称能够“治愈近视”的虚假营销现象普遍。

北京家长胡越的孩子远视储备已经不足,最近快开学了,正在关注青少年视力训练仪,“前不久刚在一家线下门店了解一款仪器,孩子每天戴着练习,里面有目标物远近移动,来锻炼眼部肌肉。有家长问孩子近视400度能恢复吗?店员说有可能,而且没有任何副作用。我觉得有夸大功效和忽悠的成分”。

孙芊小学三年级就近视了,之后每年都去医院复查、配眼镜。谈及近视治疗的“坑”,她感到虚构成功案例是常用的伎俩,自己也曾差点中圈套。“高中时我们那风靡一款眼药水,一个月一疗程,声称用了就见效,近视能去‘根儿’。很多家长都给孩子买了,我也深信不疑,央求爸妈给买。他们终于被我打动正要找人帮忙买,传出有小孩使用出了问题,被曝虚假营销,才作罢”。

关于矫正视力,家长们感到哪些营销的“坑”比较普遍?74.7%的受访家长都指出是声称见效快,短时期降低度数/摘掉眼镜。55.5%的受访家长遇到商家夸大孩子近视严重性的情况。51.0%的受访家长指出是虚构“成功”案例博取信任。48.7%的受访家长指出商家常对诊疗安全性、功效作保证性承诺。

中国中医科学院眼科医院副院长、主任医师、博士生导师谢立科表示,目前我国近视防控有三个特点:发病率特别高、人群规模特别大、群众防控需求特别大。青少年近视防控已经成了全社会关注的焦点,也因此创造了大量商机。“现在近视相关的产品,包括中医的、西医的,太多太多了。不少产品都存在虚假广告、夸大宣传的现象”。

他介绍,产品功效的验证在医学上讲究“循证医学”,即要有绝对的随机对照、前瞻性的研究、多年的观察,才能对产品的安全性、可能存在的危害性等方面,得出科学的结论。“但目前以我掌握的情况,很少有真正符合医学科学要求的治疗近视产品”。针对不同程度近视的治疗,他认为科学的观念应是,对没有发生的近视或低度近视,要预防它发生并阻止它加重。对于高度近视,要防治并发症,减少低视力和失明率,但不能治愈。

77.4%受访家长担心虚假营销 给未成年人和家长造成错误认知

宿莎感到,现在青少年近视患者非常多,“我的好多同事,都在这个暑假带孩子去配眼镜了。18岁之前眼睛发育不成熟,度数加深会非常快。而虚假营销的存在,对未成年人视力矫治一定会造成阻碍,让护眼之路难上加难”。

83.7%的受访家长认为近视防控虚假营销是儿童青少年护眼之路上的一大“拦路虎”。对此,受访小學生家长认同度最高,比例为89.6%。

孙芊说,在那个虚假营销的品牌被查出问题前,她一直以为近视能治愈,幻想着能通过药品让自己视力恢复正常,没把爱护眼睛当回事。对待近视的态度不认真,使度数迅速上升。“当时已经600多度,是高度近视了。明白度数不可逆后,我才开始真正意识到要保护眼睛,明白合理用眼的重要性”。

宿莎认为,近视虚假营销害人不少,不单单是交了“智商税”,更会伤害孩子的眼睛。“给学生和家长都树立错误的概念,影响孩子治疗。对行业而言,虚假宣传的泛滥,会挤占正规矫治机构的生存空间,影响整个产品市场的正规发展”。

近视治疗虚假营销现象普遍存在,77.4%的受访家长担心给未成年人和家长造成错误认知,以为近视可逆,60.9%的受访家长指出可能因此错过孩子近视最佳预防治疗时机,56.9%的受访家长担忧错误的用眼方法得到普及,48.0%的受访家长表示家长会交“智商税”,多花冤枉钱。

谢立科指出,近视治疗虚假宣传现象扰乱了近视防控的观念和市场,给未成年人和家长形成误导。另一方面,耽误了近视患者的科学治疗与选择,错过了早期有效的治疗时机。“现在在近视治疗上,很多产品和治疗手段是否有效,在全球医学界都存在争论。而市场上的某些厂家生产的一些仪器,宣传说很有效,这是立不住脚的”。

“像‘近视治愈’这些关于疗效的医疗宣传广告是明令禁止的。有关部门要加大查处力度,严禁虚假宣传。”谢立科说。

(据新华网)

社交平台和近视治疗广告 是受访家长获取信息两大渠道

宿莎是一名高三学生的家长,女儿近视500多度。她介绍,自己平时比较关注近视相关信息。在每天自驾上班的途中,车载广播经常播关于青少年近视的内容和广告。她还关注了几个近视相关的公众号。“同事、朋友也经常讨论孩子近视的问题。比如谁家孩子近视了,去哪里看了,用什么方法矫正,等等。我感觉与人交流是获得信息的重要途径”。

在北京一家国企就职的孙芊近视800度。空闲时间,孙芊喜欢刷知乎、小红书等社交软件,“因为自己近视,会在上面看相关的笔记和帖子。一些用户的护眼方法、就医经历分享,对自己有一些帮助。加上平台的精准推送,这类信息获取越来越方便”。

王瑞辰秋季开学读高一,现在近视400度。他会特意去上网了解关于治疗近视的内容。“比如搜索‘激光手术’,看看各类手术对度数的限制和要求。希望能提前做好准备”。

大家平时都是怎样获取近视相关的信息?52.0%的受访家长在社交平台,比如小红书、知乎、抖音等,51.8%的受访家长通过近视治疗的营销广告,50.8%的受访家长会通过正规媒体的报道,46.5%的受访家长通过眼科医院和医生的专业知识,还有39.9%的受访家长通过周边人的经验介绍。



(网络图)