

# 近视防控虚假营销泛滥，谁来呵护孩子的眼睛？

暑假即将结束,各地中小學生陸續迎來開學日。眼科門診、近視矯正機構、配鏡門店近期也迎來了患者和顧客的人流“高峰”。但有家長發現,誇大功效、虛假宣傳等現象時常出現。今年教育部等三部門聯合發文,從嚴查處使用“恢復”“降低度數”“近視治愈”等誤導性表述對兒童青少年近視防控產品進行宣傳營銷的行為。

上周,中國青年報社社會調查中心聯合問卷網對1603名中小學生家長進行的一項調查顯示,社交平臺是受訪家長獲取近視相關信息的主要渠道,83.6%的受訪家長感到現在聲稱能“治愈近視”的虛假營銷現象普遍,83.7%的受訪家長認為近視防控虛假營銷是兒童青少年护眼之路上的大“拦路虎”。

受訪中小學生家長中,孩子在小學的占48.8%,讀初中的占34.2%,高中的占17.0%。其中,孩子視力正常的僅有34.1%,患低度近視的占41.0%,中度近視的占20.5%,高度近視的占3.7%。



## 社交平台 and 近視治療廣告是受訪家長獲取信息兩大渠道

宿莎是一名高三學生的家長,女兒近視500多度。她介紹,自己平時比較關注近視相關信息。在每天自駕上班的途中,車載廣播經常播關於青少年近視的內容和廣告。她還關注了幾個近視相關的公眾號。“同事、朋友也經常討論孩子近視的問題。比如誰家孩子近視了,去哪

里看了,用什么方法矯正,等等。我感覺與人交流是獲得信息的重要途徑”。

在北京一家國企就職的孫芊近視800度。空閒時間,孫芊喜歡刷知乎、小紅書等社交軟件,“因為自己近視,會在上面看相關的筆記和帖子。一些用戶的护眼方法、就醫經歷分享,對自己有一些幫助。

加上平臺的精確推送,這類信息獲取越來越方便”。

王瑞辰秋季開學讀高一,現在近視400度。他會特意去上網了解關於治療近視的內容。“比如搜索‘激光手術’,看看各類手術對度數的限制和要 求。希望能提前做好準備”。

大家平時都是怎樣獲取

近視相關的信息? 52.0%的受訪家長在社交平臺,比如小紅書、知乎、抖音等,51.8%的受訪家長通過近視治療的營銷廣告,50.8%的受訪家長會通過正規媒體的報道,46.5%的受訪家長通過眼科醫院和醫生的專業知識,還有39.9%的受訪家長通過周邊人的經驗介紹。

## 83.6%受訪家長表示聲稱能“治愈近視”的虛假營銷現象普遍

孫芊感到近兩年有關近視治愈的廣告和帖子非常多,尤其臨近開學季,經常能看到。連高度近視都聲稱能治愈,效果驚人。但作為患者本人,她深知近視不能治愈。“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“治愈近視”的虛假營銷現象普遍。

北京家長胡越的孩子遠視儲備已經不足,最近快開學了,正在關注青少年視力訓練儀,“前不久剛在一家線下門店了解一款儀器,孩子每天戴

着練習,里面有目標物遠近移動,來鍛煉眼部肌肉。有家長問孩子近視400度能恢復嗎?店員說有可能,而且沒有任何副作用。我覺得有誇大功效和忽悠的成分”。

孫芊小學三年級就近視了,之後每年都去醫院複查、配眼鏡。談及近視治療的“坑”,她感到虛構成功案例是常用的伎倆,自己也曾差點中圈套。“高中時我們那風靡一款眼藥水,一個月一療程,聲稱用了就見效,近視能去‘根兒’。很多家長都給孩子買了,我也深信不疑,央求爸媽給買。他們終於被我說動正要找人幫忙買,傳出有小孩使用出了問題,被曝虛假營銷,才作罷”。

關於矯正視力,家長們感到哪些營銷的“坑”比較普遍? 74.7%的受訪家長都指出是聲稱見效快,短時期降低度數/摘掉眼鏡。55.5%的受訪家長遇到商家誇大孩子近視嚴重性的情況。51.0%的受訪家長指出是虛構“成功”案例博取信任。48.7%的受訪家長指出商家常對診療安全性、功效作保證性承諾。

中國中醫科學院眼科醫院副院長、主任醫師、博士生導師謝立科表示,目前我國近視防控有三個特點:發病率特別高、人群規模特別大、群眾防控需求特別大。青少年近視防控已經成了全社會關注的焦點,也因此創造了大量商

機。“現在近視相關的產品,包括中醫的、西醫的,太多太多了。不少產品都存在虛假廣告、誇大宣傳的現象”。

他介紹,產品功效的驗證在醫學上講究“循證醫學”,即要有絕對的隨機對照、前瞻性的研究、多年的觀察,才能對產品的安全性、可能存在的危害性等各方面,得出科學的結論。“但目前以我掌握的情況,很少有真正符合醫學科學要求的治療近視產品”。針對不同程度近視的治療,他認為科學的觀念應是,對沒有發生的近視或低度近視,要預防它發生並阻止它加重。對於高度近視,要防治並發症,減少低視力和失明率,但不能治愈。

## 77.4%受訪家長擔心虛假營銷給未成年人和家長造成錯誤認知

宿莎感到,現在青少年近視患者非常多,“我的好多同事,都在這個暑假帶孩子去配眼鏡了。18歲之前眼睛發育不成熟,度數加深會非常快。而虛假營銷的存在,對未成年人視力矯治一定會造成阻礙,让护眼之路难上加难”。

83.7%的受訪家長認為近視防控虛假營銷是兒童青少年护眼之路上的大“拦路虎”。對此,受訪小學生家長認同度最高,比例為89.6%。

孫芊說,在那個虛假營銷的品牌被查出問題前,她一

直以為近視能治愈,幻想着能通過藥品讓自己視力恢復正常,沒把愛护眼睛當回事。對待近視的態度不認真,使度數迅速上升。“當時已經600多度,是高度近視了。明白度數不可逆後,我才開始真正意識到要保護眼睛,明白合理用眼的重要性”。

宿莎認為,近視虛假營銷害人不淺,不單是交了“智商稅”,更會傷害孩子的眼睛。“給學生和家長都樹立錯誤的概念,影响孩子治療。對行業而言,虛假宣傳的泛滥,

會挤占正規矯治機構的生存空間,影响整個產品市場的正规發展”。

近視治療虛假營銷現象普遍存在,77.4%的受訪家長擔心給未成年人和家長造成錯誤認知,以為近視可逆,60.9%的受訪家長指出可能因此錯過孩子近視最佳預防治療時機,56.9%的受訪家長担忧錯誤的用眼方法得到普及,48.0%的受訪家長表示家長會交“智商稅”,多花冤枉錢。

謝立科指出,近視治療虛假宣傳現象扰乱了近視防

控的觀念和市場,給未成年人和家長形成誤導。另一方面,耽誤了近視患者的科學治療與選擇,錯過了早期有效的治療時機。“現在在近視治療上,很多產品和治療手段是否有效,在全球醫學界都存在爭論。而市場上的某些廠家生產的一些儀器,宣傳說很有效,這是立不住腳的”。

“像‘近視治愈’這些關於療效的醫療宣傳廣告是明令禁止的。有關部門要加大查處力度,嚴禁虛假宣傳。”謝立科說。

据中国青年报

### 新闻速览

#### 玉龙雪山一对新人拍婚纱照时,新郎遭雷击去世

8月24日,云南丽江一对新人在玉龙雪山拍婚纱照时遭到雷击,新郎不幸去世。此事引发公众关注。8月25日中午,丽江玉龙雪山省级旅游开发区管理委员会官方微博发布通报:8月24日13时34分,玉龙雪山云杉坪突发雷击伤人意外事件。事件发生后,玉龙雪山管委会、市县相关部门第一时间赶赴现场救治,阮某某经抢救无效死亡,对此我们深感痛惜。目前,善后处理及后续相关工作正有序开展。据人民网

#### 三部门出手整治光伏行业乱象

工业和信息化部、市场监管总局、国家能源局三部门近日联合印发通知,部署促进光伏产业链供应链协同发展,提出强化跨部门联合执法,严厉打击光伏行业领域哄抬价格、垄断、制售假冒伪劣产品等违法违规行为。据新华社

#### 四部门:加强高速公路服务区充电基础设施建设

记者25日从交通运输部获悉,交通运输部、国家能源局、国家电网公司、南方电网公司四部门近日联合印发《加快推进公路沿线充电基础设施建设行动方案》,提出力争到2022年底前,全国除高寒高海拔以外区域的高速公路服务区能够提供基本充电服务。据新华社

#### 台风“马鞍”登陆广东茂名

广东省气象台消息,今年第9号台风“马鞍”于25日10时30分前后以台风级(12级,33米/秒)在茂名电白沿海地区登陆。据新华社

#### 国防部:优先批准理工类大学生和备战打仗所需技能人才入伍

8月25日下午,国防部举行例行记者会,国防部新闻局副局长、国防部新闻发言人谭克非大校答记者问。谭克非介绍,今年继续实行一年两次征兵,征集对象以大学生为重点,突出各级各类学校毕业生征集,优先批准理工类大学生和备战打仗所需技能人才入伍。据中新网

#### 第八届鲁迅文学奖揭晓 王松《红骆驼》等35部作品上榜

2022年8月25日上午,第八届鲁迅文学奖评奖办公室发布公告【2022年】第3号,称第八届鲁迅文学奖各评奖委员会于2022年8月25日分别投票表决,产生了获奖作品。记者从获奖名单上注意到,王松《红骆驼》、王凯《荒野步枪手》、蔡东《月光下》、蒋巍《国家温度》等35部作品上榜。据北青报