

线上线下药价差别大 多地已推出比价系统 同药不同价 买药比三家



在一家线下药店,蒲地蓝消炎片售价为24.7元,另一家药店的售价为28.5元。

同一家药店,线下购买同款药品,价格却比线上平台贵出不少。近来,不少消费者有过这样的遭遇。记者走访多家药店,发现此类现象十分普遍。

药价差别从何而来?消费者如何少花冤枉钱?国家医保局日前下发《关于开展“上网店,查药价,比数据,抓治理”专项行动的函》,明确在药品价格信息监测中引入网络售药平台“即时价”和其他渠道药价进行对比,治理药品不合理高价乱象。

同药店同药品 线下更贵

“原本以为都是一家药店,药价应该是一样的,没想到差那么多。”前不久,刘女士突然感到咽痛,考虑到并未发烧,也暂时没有其他症状,于是打算自己买点药缓解下。“一般都是就近去药店买,小区周围就有两三家,倒是挺方便。”

来到药店,刘女士直接让店员帮忙找出蒲地蓝消炎片。店员按照刘女士要求,拿来云南白药集团股份有限公司生产的蒲地蓝消炎片。这款药品每盒两板,每板24片,每片0.3克,售价28.5元。回到家以后,刘女士想到在外卖平台也能买药,于是顺便搜了下,结果只要15.8元。而电商平台的秒送服务中,同样选择这家店,同款蒲地蓝消炎片可享受9.9元的特惠价,“一盒居然就贵出十几块钱,这太离谱了。”

记者前往刘女士去的北京

十里堡附近这家药店,向店员询问是否有蒲地蓝消炎片后,对方一边到货架上找药,一边继续推荐其他药品。

价签显示,这款蒲地蓝消炎片在店内的确需要28.5元,即使是会员价,也要27.9元。店员表示,“线上平台卖多少我不太清楚,反正店里就是这个价。”

事实上,这样的情况并非个例。在青年路附近的另一家药店,这款蒲地蓝消炎片零售价24.7元,会员价24元,而在线上平台,同样出自这家药店的这款药品,却可以享受4.82折的优惠,到手价只要11.9元。

除了蒲地蓝消炎片以外,其他药品也存在这样的现象。以商品名为尤卓尔的丁酸氢化可的松乳膏为例,规格为20克的一

支在店内售价28.9元,而在线上平台,却只要12.7元。由于不足20元起送价,需要再搭配其他药品下单。如果选择搭配蒲地蓝消炎片,配送费原本显示需要8元,但活动减8元配送费,因此可以免配送费。两款药品加起来在线上平台只需24.6元,共计优惠29元。而在线下药店购买,这两款药品需要53.6元,比线上价格翻倍还多。

线上平台搞活动 有补贴

为什么线上平台药价比线下药店更便宜?望京附近药店的店员解释称,“这个是平台的活动,由平台出钱,与我们药店无

关。你要是觉得不划算也可以到网上买,对我们是没有影响的。”另一家药店的店员则坦言,“线上平台之间都是有竞争的,他们之间不断内卷,跟药店没有关系。”

在十里堡附近的药店,店员告诉记者,“在线上平台买可能是有补贴,我这边也不太清楚具体补多少,从那边下单也是在我们这里拿。”在青年路附近的药店,店员也给出了类似的回答,“店里的药品是原价,线上平台可能搞促销活动,主要还是为了引流。”

对此,某线上平台客服表示,“线上的话,商家或者平台都会有相应的折扣、满减活动,但部分药品的优惠价会有数量限制,具体以活动介绍为准。”

比价系统 确保药价透明

怎样避免药品出现不合理高价?今年初,国家医保局开展“四同药品”(即同通用名、同厂牌、同剂型、同规格药品)价格专项治理,推动同一通用名、厂牌、剂型、规格的药品价格回归合理区间,一批药企主动下调挂网价格。之后,国家医保局又发布了《关于开展“上网店,查药价,比数据,抓治理”专项行动的函》。在药品价格监测中,引入网络售药平台药品“外卖价”“小时达”“即时达”“限时达”等当日同城即时配送模式价格作为锚点,对比其他渠道药品价格,从而治理不合理高价。

近期,各地也相继上线各种“比价神器”,力争让药品价格等信息更加公开透明。

以深圳市医保局推出的“医保价格通”为例,该系统涵盖了药品、医用耗材产品超24万个,医疗服务价格项目7300余项,通过“深圳医保”公众号、官方网站等渠道,向社会公众开放医药价格查询对比、就医购药导航等功能。

“让所有药店的药价完全一样并不现实,我们更希望看到的是药价公开透明。”刘女士希望,今后各地都能陆续开通药品比价系统,让药价明晰可查,“从手机上‘货比三家’,显然比线下一家一家跑要方便很多,这样也能引导药价逐渐趋向合理。”

据《北京晚报》

来自中国移动等“官方”的推销电话——

听起来是“馅饼”,其实是陷阱

“回馈老客户,套餐金额不变,赠送流量”“套餐到期,推荐更优惠的套餐”“保证不转网继续使用就赠送话费”……很多人都曾接到类似的推销手机套餐的电话,其中有些“优惠”还需提供手机验证码。近日,广州周女士就接到了一个固话打来的手机套餐推销电话,听起来好像是“天上掉馅饼”,结果她差点掉进陷阱。

都是“官方”说法为何不一致

“我们是移动的官方客服,现在给您赠送流量,不收费,现在请把验证码发给我。”虽然对方自称“官方客服”“赠送流量”,但考虑到并非10086打来的电话,并且索要验证码,周女士略有犹豫,说想先看看验证码短信的文字内容。没想到,话没说完,推销员竟主动挂断了电话。

对方挂断电话后,周女士仔细阅读这条短信内容,显示确实是10086发来的——“验证码为xxxxxx,您正在通过广州市xx通信科技有限公司平沙分公司办理业务,泄露验证码会影响号码安全。”

周女士才意识到,短信是随推销电话同步发来的,但短信内

的公司名称看起来与中国移动并无任何关联,公司怎么能使用10086系统发送验证码?

带着疑问,周女士拨打了10086的官方客服进行咨询。接通后,中国移动的官方客服称,“不要相信任何非10086打来的电话,如要办理业务请到移动营业厅。”随后周女士尝试回拨此前打来的固定电话,但语音提示显示“您所拨打的是空号”。

打完投诉电话后,周女士更是感到事情复杂——官方客服说不要相信非10086打来的电话,但推销电话确实发送了10086的官方短信,“问题出在了哪里?”

事实上,有不少人将此类验证码告诉推销员后,遭遇了手机套餐的消费陷阱。深圳的消费者张先生告诉记者,他也于近期接到此类推销电话,一看是座机打来的以为是工作电话就接了,电话那边说“138元以上套餐免费在网12个月赠送36G流量,只需要告知验证码”,张先生说当时自己还在工作没仔细思考,手机收到验证码后就告知了,结果没多久就收到10086发来的业务办理提示,每月需扣20元,“说是赠送,其实就是暗中为用户增订套餐。”

张先生表示,遇到此类情况想要投诉都很难——对方语音

通话,用户一般情况下不会进行录音取证:“到最后,问题变成我主动起了骚扰电话,所以我自己承担后果吗?”

仅黑猫投诉平台上,和三大运营商套餐相关投诉量已有上万条。

运营商 为何频频骚扰用户

记者从运营商内部人士获悉,现在通信运营商一般有三种运营模式:直销渠道,即营业厅和官方网站;代理渠道,合作营业厅、代理商、经销商等,这类线下店还可以卖手机、装宽带;电子渠道,第三方电商平台等。

据悉,目前常见的打“外呼电话”的大多属于第二类代理渠道。那为什么这么多渠道商热衷于“外呼推销”呢,为何不能“安安静静”地卖手机套餐呢?一位门店负责人表示,一方面,过去渠道代理商有新增用户补贴、手机机顶盒终端补贴等,现在运营商给到渠道代理商的补贴越来越少,消费者更愿意去手机直营店买手机,手机+流量套餐的模式也不吃香了;另一方面,随着WiFi的分布越来越广,手机用户现在在购买流量套餐的意愿也逐步降低。渠道商实体店

的开支成本增加,不得不通过外呼系统“主动出击”。

安徽一家云呼叫中心系统相关负责人向记者介绍,外呼系统是一种自动拨号技术,外呼系统首先从数据库等方式导入客户联系方式列表,根据设定的策略自动拨打电话。目前外呼系统可通过170号段的11位手机虚拟号向用户自动拨打,“客户看到的也是这个号码,但是客户没有办法拨打回来。”

该负责人还向记者展示了一系列外呼限制,如“同一被叫一天最多拨打3次,一个月拨打次数不能超过10次”“三大运营商设置的黑名单无法通过系统拨打”“运营商限制的靓号无法通过系统拨打”“不得从事贷款催收证券金融等业务”等。

该呼叫中心负责人表示,目前公司只提供呼叫中心系统服务,不提供“获客”,而一般营销获客方式复杂多样,各类营销活动的线下推广都可以获得相应的个人信息。此外,部分App、网络平台等将个人信息买卖做成黑灰产业链,难以查到个人信息的泄露源。

期待从源头发力 提升服务质量

目前,在激烈的市场竞争

下,通信服务行业一些不规范经营行为屡禁不止,成为侵害消费者权益的痛点难点,不仅影响行业健康可持续发展,也影响居民消费信心和消费增长。

对于如何防范运营商推销套餐的营销电话?受访专家认为,应从治理骚扰电话、保护个人信息、调整运营商资费策略等方面联合治理。

近年来,国家有关部门通过多种手段治理骚扰电话。工信部还推广“骚扰电话拒接”服务,强化电信网络诈骗一体化技防手段。

北京市京师律师事务所律师孟博等人建议,相关电信服务提供商应强化运用人工智能等科技手段的监管能力,比如,及早发现并阻断利用人工智能呼出骚扰电话的违法违规行为,对虚拟号段资源使用用户加强资质审查等。

记者调查发现,运营商也会处罚投诉量大的渠道合作商。

多数渠道代理商也有苦说不出,坦言在业务发展过程中遇到瓶颈。“只有推销更贵的套餐和开通新业务才有利润,运营商应该考虑更多元的服务供给模式,我们也就不用搞那么多‘话术’了。”广州某通信科技公司负责人说。

据新华社每日电讯