

报眉广告
139 307 58 496

招租 市行政商务核心中的核心,面积一千平方米。独立电梯,高档精装修,中央空调、24小时冷热水,品牌办公家具,五星级办公环境,比肩北上广深一线写字楼。适合央企,国企,集团公司、金融公司,保险公司总部,律师事务所办公。保姆式服务,掂包进住。**期待贵宾热线:刘总 13731730009**

国内

2024年9月18日 星期三
责任编辑 宗建玲

责任编辑 宗建玲
技术编辑 白晓梅

6
沧州晚报

老年人口腔治疗乱象—— 坏了一颗牙,竟一次被拔29颗牙?

近日,浙江省永康市一网友反映,其父亲在当地某口腔医院一次性拔除23颗牙齿,并在同日种植12颗牙齿。随后疼痛不止,13天后心搏骤停死亡。当地卫健部门工作人员称,由于拔牙和死亡时间相隔13天,具体的原因还在调查。

该事件引发网友热议,有人对一次性拔除这么多颗牙齿表示震惊与不解;也有人提出口腔诊疗行业乱象频出,老年人容易上当受骗,必须加强监管;还有人认为老年人口腔健康问题亟待重视。

一些口腔诊所宣称的“全口拔牙”“当天拔当天装”合理吗?老年人“老掉牙”难题怎么解?带着问题,记者展开调查采访。

北京市某口腔医院的刘医生曾接触过这样一名老年患者。老人就诊时上来就说自己牙疼得厉害,要全部拔掉。医生拍片后发现,老人全口29颗牙齿,20多颗都被打开了做神经治疗,已经治了3年。当时,接诊医生明确告诉老人,拔一颗牙就行,其他牙齿经系统治疗后还可以用。

可过了一段时间,接诊医生再次见到那名老年人时,发现她的牙齿已经全部被拔掉了,人也瘦得完全脱了相。一问得知,她是回老家时去一家口腔诊所拔掉的,装了全口假牙后身体一直

不舒服、食欲不振,现在后悔不已。

牙齿问题影响健康 治疗机构夸下海口

家住湖南省邵阳市的王先生今年66岁,随着年龄越来越大,牙齿松动得厉害,已经连续掉了3颗。他曾去民营口腔机构咨询过缺牙修复治疗,但因价格过高放弃了,“其他牙齿还能用,就是发炎时痛起来要人命”。

像王先生这样受到口腔疾病困扰的老年人不在少数。

据广东省某三甲医院口腔科一名谢姓医生介绍,在其科室接诊的老年人中,最常见的是牙龈出血、口腔异味、牙齿松动无力,这些问题大多由牙周炎引起。“一些老年人缺乏健康意识,口腔卫生情况欠佳。同时,身体的缺损和磨损也是老年人群体常见的口腔问题。”

记者随机采访北京多名患有牙周炎的老年人发现,他们大多认为“牙周发炎,吃点药就没事了”。但在口腔医生看来,牙周炎易反复发作,损害牙周的健康,会导致牙齿松动脱落。

刘医生告诉记者,牙周病相关致病菌可能侵入主动脉和心脏内皮细胞使心脏受累,如果吸

入肺部则可能引起吸入性肺炎、慢性阻塞性肺疾病和下呼吸道感染。

业内人士介绍,拔除无法保留的牙齿,及时修复缺失牙,是老年人保持口腔健康的重要手段。

在巨大的市场需求之下,一些口腔机构看到了商机,纷纷打出各种广告吸引老年人种牙,如“国际口腔技术”“私人定制服务”“长久稳固、快速便捷”“活力亲骨、仿生自然”等。

记者在采访中发现,有部分口腔机构在宣传时夸下海口,宣称“全口拔牙”“七天快速矫正”“单颗种植牙10分钟完成,当天种牙,当天吃饭”等,导致一些老年人不明就里上了当。

拔牙需要全面评估 多拔多种存在隐患

来自河南省鹤壁市的张大爷今年76岁,多颗牙患有龋齿,他去口腔机构咨询,医生面诊后说他的牙齿形状不好看,“如果全部拔掉,装一副假牙,又好看又不影响正常进食”。

张大爷听信了,不仅拔掉了龋齿,还把其余完好的牙齿也拔掉了,花8000多元装了一副“全口吸附性义齿”。可是效果并不像医生宣传的那样,即使没有咀

嚼,他也常常感觉牙龈被磨损,日常吃东西也不太方便。

刘医生告诉记者,在现代口腔医学中,牙齿能保留就要尽量保留(某些智齿除外),只有迫不得已才会选择拔除,但还是有一些人选择全口拔牙,甚至有口腔机构的医生鼓动患者全口拔牙,这是完全不负责任的表現。

记者在中国市场监管行政处罚文书网检索发现,2020年至2024年上半年,关于口腔机构的行政处罚文书有1529篇,其中多数为口腔机构夸大宣传、虚假宣传、价格欺诈。据不完全统计,今年上半年,口腔医疗机构涉行政处罚超过200起,其中多家口腔机构因违法及擅自发布医疗广告、对商品作虚假或引人误解的商业宣传等原因被处罚。

例如,北京一口腔医院曾因在线上平台开展口腔种植服务促销时涉嫌存在价格欺诈等违法行为,北京市市场监督管理局对其作出警告及罚款15万元的处罚。但近日,记者在社交“朋友圈”中仍然能看到该口腔医院打出“上午种牙,最快下午吃肉”的广告。而据专业口腔医生介绍,种牙后一般不能立即使用,前几日多以吃流食为主,“当天用种植牙吃肉的说法很不靠谱”。

记者近日走访北京市多家民营口腔机构发现,承诺“全口拔牙、当天种植”的机构不在少数。一些口腔机构投放大量广告,希望吸引更多患者种牙,还有部分机构利用信息不对称,劝说患者多拔牙、多种牙,从而收取更高费用。

在北京市朝阳区某口腔医院,当记者询问能否全口拔牙时,该医院接待人员介绍:“首先要看病人的身体状况,如果有基础疾病,就不适合满口拔牙或者半口拔牙。但如果确实有需要的话,也可以全部拔,当天种,这样能够缩短修护期。”

刘医生告诉记者,当患者出现牙齿松动、残根残冠无法保留、需要拔除做全口种植修复的情况下,可以采取即拔即种的牙齿修复方式。目前没有针对拔牙数目的具体规定,一般来说,一次性拔除的牙齿最多在10多颗,需要诊所及医生具备一定的资质和水平,也需要考虑患者的身体承受能力。“拔除的牙齿数量越多,患者感受到的疼痛越强烈,术后发生感染的概率也越大。要对患者进行全面评估、做相关基础疾病的筛查,确保其适合进行手术;手术过程中,控制拔牙创口的感染和疼痛是关键;手术后的消炎处理也同样重要。”

据《法治日报》

月饼券半价回收背后的“生意” 没有生产出月饼 各个环节竟都能赚到钱

中秋佳节前夕,市场上各大品牌的月饼券交易迎来了兑换高峰期。“诚信收元x月饼券,秒发秒确认,出券请私信”“2024年月饼券高价回收”“现在xx楼月饼券不知道还有人收吗。”记者调查发现,社交平台和电商平台上充斥着大量月饼券回收的帖子,涉及元x、星xx、美x等知名品牌,收购价格为券面标价的4折至7折不等。

二手交易平台 折价回收

在某二手交易平台上,一个来自江苏苏州的票务账号同时“收票”与“出票”。在收票详情页,该票务称“高价回收月饼票”。记者随机选择了某品牌一款价值318元的月饼券进行咨询,该票务表示,318元的月饼券回收价为150元。

记者点进“出票”页面详情,该页面显示“月饼券批发全国通用,如果你有公司资源可合作,报价发货开票通通帮你搞定,让你躺赚中秋。”记者使用另一账号自称公司采购,向该票务咨询了同一款月饼券的“出票”价格,该票务告诉记者,月饼券售价为248元。

“月饼券是打折的,发票可以开开票原价给你,纸质票和电子票都可以。我们这边开的直接是月饼公司的发票,不是经销商发票。”该票务告诉记者,如果批

量下单,其所开具的发票为苏州当地某著名月饼品牌的发票,“保证收到的是月饼的发票”。

除了记者咨询的某品牌月饼之外,该票务还向记者推销了“更为划算的方案”——“你拿xxx斯比较好,我们卖得便宜”。该品牌的票券可以打六折,而发票能够开到的数额是原价的八折至九折,甚至表示“你买这些月饼主要是看发票能报销多少,拿xxx斯月饼,我给你开的发票能报销得多一点”。

月饼券空转现象

当记者询问为何不同品牌的票券打折力度不同时,该票务告诉记者,“贵一点的是市面上收回来的,便宜的是向票券经销商批量拿的,我们多自然就便宜出了”。

记者调查发现,还有不少个人账户在社交平台上出售自己的“散票”,甚至“盖”起了“月饼券互助楼”。而在这样的“出票”帖子下,往往有许多“收票人”进行报价。在这些帖子的评论区中,有不少昵称为“批发各种月饼票”“收票”等的账号出现,收购“出票人”手中的月饼票。

记者在采访中了解到,月饼券还存在一种情况:月饼券多于相应的月饼实物,即“券比饼多”“月饼券超发”,这是月饼市场存在的潜规则。

有业内人士告诉记者:“月饼券空转现象,有点类似期货,

基本上是厂家一购买人—厂家,或者是厂家一购买单位—购买单位职工—厂家。这个现象存在多年了。”

在调查过程中,记者注意到,在社交平台上有一篇广为流传的“月饼券背后的经济学”分析,即月饼厂家将月饼券以较低

“在没有生产月饼的前提下,月饼厂家、经销商和‘黄牛’都能赚钱,此类现象被戏称为月饼‘证券化’。”对此,曾从事过相关业务的上海人刘娟(化名)给记者解释了月饼券的商业模式—假设月饼厂家印了一张100元的月饼券,以65元售卖

“黄牛”赚取了10元。

“大黄牛”能囤 几百万元券

据刘娟介绍,月饼券的“黄牛”主要分为两种:一种是“大黄牛”,有能力囤价值几百万元、上千万元的月饼券,相当于经销商角色。他们每年五六月份开始跟商家谈当年的预订量,同时争取部分返还;另一种是“小黄牛”,从散户手里买月饼券,不囤货,根据市场行情再转卖出去。

刘娟坦言,月饼“证券化”背后随之而来的是月饼券市场价格的波动风险,厂商无法精准预估当年的供需数量,有可能多印或者少印月饼券。

记者注意到,有网友称,自己收到了某门店名为“玲珑心意”的中秋礼盒券。但居住地所在区域门店并不能领取礼盒,必须前往其他区域,而且能否当天领到也是未知,无奈之下只能将月饼券转卖出去。

对此,京都律师事务所律师常莎告诉记者,月饼券以礼品卡的形式替代实体月饼,确实能在一定程度上减少食品浪费,节省运输成本,并在理想状态下实现厂商、经销商等多方盈利,看似达到了资源的有效配置。然而,从现实层面看,月饼券的“证券化”趋势日益明显,消费者的权益可能受到损害。

据《法治日报》



价格出售给经销商,经销商提价批量出售给公司等需要送人情

给了经销商,经销商又以80元售卖给了消费者A,消费者A将其赠送给了消费者B,消费者B以40元价格卖给了“黄牛”,“黄牛”最后将月饼券以50元的价格又售卖给了月饼厂商。在这一闭环中,即使没有实体月饼被生产出来,但月饼厂商却从中赚取了15元,经销商赚取了15元,