

多花300元就能找专家看病,甚至能办理加急检查、加急住院 患者挂不到的专家号,为何“陪诊师”能挂到?

为促进陪诊行业良性发展,医学专业人士认为,医院应补住挂号系统漏洞,加强医务人员医德培训,相关部门应建立陪诊行业服务规范。患者也应形成风险防范意识,通过正规渠道挂号就诊。

今年9月,辽宁沈阳小刘的母亲感觉胸闷气短,小刘想带母亲到院,但无奈人在外地,不方便回去。小刘通过社交平台联系了一位陪诊师,价格为半天199元,全天299元。

陪诊师在询问小刘母亲的病史后,建议挂心脏或者肺部相关门诊,并推荐了当地一家知名医院心血管内科的一位专家。但小刘在该院公众号挂号页面看到,第二天心内科及心脏康复门诊的普通诊和专家诊均显示“号满”。小刘将情况告诉陪诊师后,对方却表示,他能帮忙挂上该院的一个知名专家号,服务费300元,专家门诊费36元。

陪诊行业的兴起,一定程度上满足了特定人群就诊时的陪伴需求。今年7月,河南统计局发布的一份调研报告显示,庞大的老年人群体,催生巨大的就诊和陪诊需求,90%以上的就医对象会因无法独立就医或家人工作繁忙、难请假或请假成本太高,选择陪诊服务。

作为一种服务新业态,陪诊

师的出现是以陪伴病人、代跑腿为主营业务,现在为何能代挂别人挂不到的名医号、专家号?

部分患者有代挂号需求

在沈阳做陪诊的小何告诉记者,找他陪诊的患者,多数有代挂号需求,尤其老年患者。“他们之所以找陪诊,要么是不方便去医院,要么是自己不会挂号,或者挂不上专家号,想找专业的人代挂。还有一些外地患者,到大城市就是想看名医,也有代挂号需求。”

小何表示,帮患者代挂号时,如果号源不紧张,通常不额外收费。但如果医院系统显示没号,患者又想尽快就诊,他也能“动用特殊手段”,即与黄牛合作,只是要额外收取挂号服务费,价格一般300元—600元不等。

“先告诉黄牛想挂的医院和科室,甚至具体的医生,他们根据医生知名度开出价格,我们在此基础上加价。指定医生的号价格较贵,有的高达数千元。”说着,小何还向记者展示了他最近一次与黄牛的聊天记录,是帮一位患者挂辽宁某中医院心血管内科知名专家的门诊号,黄牛要

价800元,不含挂号费,他向患者收费1000元。

据小何介绍,与黄牛合作的陪诊师不在少数。陪诊业务忙不过来时,他们还会将单子转给黄牛机构,从中获取返利。

在北京工作的范先生,是一位兼职陪诊师,他的主要业务聚焦在北京某家知名医院,原因是“之前在这家医院工作过,现在本职工作不忙时,就到院做陪诊,赚些外快。”范先生直言,在这家医院,他不仅能挂别人挂不上的专家号,还能帮患者办理加急检查、加急住院等。

陪诊师是怎么挂上专家号的

患者挂不上的专家号,陪诊师是如何挂上的?据小何了解,医院抢号类似抢火车票,有的患者挂了号可能会退号,与其合作的黄牛通过技术手段不停刷新挂号系统,能第一时间刷到这些退号。

“另一种方式是,医院放号时我们先用‘自己人’的身份信息挂上部分知名医院的知名专家号,如果患者有需求,再倒号,患者没需求时,可以将号转给同行。反正都能挣钱,号不会白抢。”长期从事医院代挂号工作

的马克(化名)透露,他的很多业务是来自各地的陪诊师。

马克不仅清晰记得北京各大知名医院的放号时间,连业界公认的北京最难挂的10位专家号,也能脱口而出。他还表示,自己手里有不少患者的身份信息,每天囤号时会使用数十位“自己人”的身份信息,挂号成功后给这些人50元或100元作为回报。

记者了解到,范先生的商业模式是“与医院内部人员联系”。“如果医院内部有人,可以找专家加号。一般的加号或者加急检查,只需要打个电话过去。”他还强调,不熟的患者他只帮忙挂号,不办加急住院,原因是“医院要求谁的关系谁签字,医生也要承担一定风险,所以都很谨慎”。

北京协和医学院人文与社会科学学院教授睢素利认为,随着老龄化趋势日益明显,未来,陪诊需求量会进一步扩大。但目前来看,陪诊仍属于新兴行业,没有明确的监管部门和管理规范,人行门槛低、人员素质不高,导致黄牛乱象滋生。

引导陪诊行业有序发展

中国卫生法学会常务理事、北京华卫律师事务所副主任邓

利强在接受记者采访时表示,陪诊师通过技术或其他渠道代挂号,并额外收取费用,破坏了就医公平,增加了患者经济负担,从某种程度上说,这些陪诊师本身也是黄牛、号贩子。

邓利强说,从陪诊行业角度看,之所以黄牛乱象滋生,一是陪诊人员受利益驱使,二是目前行业缺乏规范管理,没有专门的文件对陪诊师的职责范围进行划定。

睢素利指出,陪诊师与黄牛的区別在于前者通过提供陪伴、跑腿等具体服务,获取合理费用,后者是利用技术或利益输送等非法手段,赚取高额利润。

为打击陪诊行业的乱象,睢素利建议,首先,医院应补住挂号系统漏洞,严格实行实名认证制,在挂号系统设置自动识别黄牛号功能。其次,医院要加强医务人员医德培训。患者也应意识到与黄牛交易存在经济损失、信息泄露风险,应通过正规渠道挂号就诊。

为净化医疗秩序,近年来,一些地方对医院“号贩子”违法乱象严厉打击。今年9月,北京海淀警方对恶意抢占优质医疗资源问题重拳出击。此前,也有医院与当地公安部门合作,揪出号贩子团伙。

据《工人日报》

订单快速增长,退货率随之猛增

几元钱的“运费险”为何成了商家之痛?

经常网购的消费者对“退货险”或者“运费险”一定不陌生。如果收到的商品并不满意,要申请退货时,有“运费险”的商品,退货的运费由保险公司支付;商家提供“运费险”在很大程度上有效提升了下单概率。

经过十几年的发展,这一险种所带来的问题也在日益显现——对于商家来说,退货率提高无形中增加了运营成本;对保险公司来说赔付率高,还有被骗保的风险。

近日,不少消费者发现,自己的“运费险”权益被平台取消,一些商家也开始关闭这项服务。如何突破“运费险”的发展瓶颈?如何看待“运费险”的未来?

店铺主动关闭“运费险”服务

近日,李梦(化名)发现,自己被某电商平台限制了“运费险”权益,她发现,每一个商品都没有“运费险”。有一个直播主播说,他们的商品都有“运费险”,李梦发现,她的小号有“运费险”的,但是大号就没有“运费险”。

此后,李梦与平台客服沟通得知,可能是因为她的大号此前退单较多导致。

记者在黑猫投诉平台查询发现,近一个月以来,被平台限制使用“运费险”权益的消费者有不少。除此之外,还有不少商家在社交平台上表示,从今年8月下旬开始,他们的店铺主动关闭了“运费险”服务。



据可查公开资料显示,“运费险”这一险种出现在2010年。当时,为解决电子商务发展中退货邮费的消费痛点,电商平台与保险公司共同推出了这一产品。在很长一段时间内,“运费险”可以让消费者“无忧”下单,有效提升了购买率。

为何发展至今,它却屡遭诟病?退货率逐年升高,是其中一个原因。电商经营者张燕娜此前经营了一家女装店铺,今年下半年关停了,她认为,“运费险”对于某些类目不是很好,像女装,顾客可能想回去试试,会买好几件,其中选择一件到两件,导致商户的退货率增加了。

张燕娜说,除了女装,童装、男装、生活用品等品类的退货率也在逐年上升。从商家的角度来说,推出赠送“运费险”服务,每一单的保费成本要增加五元钱左右,如果退货率过高,会“得不偿失”。

张燕娜表示,我们之前已经平均要五元多一单“运费险”,比发货到家还要贵,快递费如果量大的话,跟快递公司谈一下

可能全国还能三四元钱走。刚开始,因为退货险销量增加了,退货率也会增加,后续库存增大,品不可控了。衣服是季节性的,像羽绒服之类的,它就是卖一两个月销量比较好,后续就卖不上量,那导致库存特别多。还有运营、售后这一方面,要重新整理衣服、挂烫,再发货包装,也添加了一部分人工费用。

关闭“运费险”,防止消费者随意下单

有电商从业者讲述了自己进行线上测试的过程:选择一部分客户支持“运费险”,另一部分则关掉“运费险”。结果显示,售后纠纷减少、运营成本下降的同时,退款率也下降10%左右。也就是说,对于商家来说,关闭“运费险”服务本身可以筛选掉一批随意下单的消费者。

从保险公司的角度来说,相较于其他产品,这一险种赔付率也更高。据了解,某电商平台的“运费险”赔付率达到80%左右。

一位保险业资深从业者介绍,据了解,这个险种基本不挣钱。两个原因,退货的频率很高,就是保险公司赔付的频率很高。另一个方面,存在薅保险公司羊毛这种道德诈骗风险。

有人利用“运费险”骗取100余万元

今年以来,多地公安破获了专门骗取“运费险”赔付款的相关案例。江西省萍乡市莲花县公安局刑侦大队反诈中队队长刘琦接受采访时说,该局破获的一起案例中,两名涉案人员大量虚构交易,并购买“大件退货运费险”保险产品,在8个月内,共骗取了100多万元的理赔保险金。

刘琦表示,他们首先是用自己还有亲戚朋友的身份信息注册了一大批网店、支付宝账户,之后在网店里面上架大件商品,比如橡胶床垫、乳胶床垫。上架之后,就会用自己注册的一个支付宝账户,在自己那个网店里面上架,自己买自己的商品,下单的同时就会投保大件商品“运费险”。这个大件商品“运费险”的保费一般是18元到30元不等,赔付金额有250元一单。下单成功以后,就会在另外一个叫礼品网的网站上上架一些价格很低廉的商品,下单之后,就会直接生成一个订单号,然后他就会把这个订单号,填到淘宝退款页面那里,系统就识别完成了这一次退款退货,之后250元的保费就会打到嫌疑人的支付宝账户内。

“运费险”未来还需多方平衡

对保险公司来说,“运费险”是线上化发展的重要象征,它在商品交换、物流产业发展方面确实起到了积极作用;另一方面,巨大的保费规模也让保险公司难以割舍。

据介绍,这个业务保费规模有量,一般业务落地到某家分公司,分公司的保费规模就冲上来了。尤其是中小公司,本身保费规模不大,几千万元或者上亿元的退单,保费增速、它的市场份额立马就上来。考核方面,在保费这个角度,保险公司一般考核两个方面,一个是保费规模,另一方面就是效益。现在往往考核规模的权重要大于对效益的考核权重。

此外,地方退税政策以及可以有效拉低万张保单投诉量,也是各保险公司推“运费险”产品的动力所在。那么,如何看待“运费险”的未来?在商家开始选择关闭这一服务的当下,如何突破发展瓶颈?

据了解,目前已有平台推出了降低商家“运费险”的措施,比如简化退换货步骤、判定异常账户、加大优惠补贴力度、降低“运费险”价格等方式,来解决当下出现的问题。专家认为,未来还需从动态调整保费、共建电商生态等方面入手,进一步达成用户体验与商家利益等多方平衡。

据央视