

金台视线

诱导过度检查,结果出现疏漏,报告解读敷衍

商业体检：莫让乱象损害信任

本报记者 史一棋 申少铁

伴随居民健康意识提升,我国健康体检需求持续增长,商业体检机构应运而生并发展壮大。然而,随着个别负面事件的曝光,与商业体检相关的一些问题浮出水面:诱导消费、过度检查、漏诊误诊、售后缺位……如何规范行业秩序、筑牢健康体检防线,成为亟待解决的课题。

制造健康焦虑,诱导消费者增加不必要甚至有害的检查项目

有消费者反映,一些商业体检机构会通过制造健康焦虑、模糊套餐内容,引导消费者增加检查项目。

前段时间,广东惠州市读者刘先生带着家里老人去体检。在前期的电话预约环节,他选择了1268元的老年体检套餐,客服介绍该套餐“全面筛查,性价比高,适合居家老人的健康管理”。

“到了现场我发现情况不对,推销员一直对着老人介绍其他体检项目。老人相关知识了解不多,听到对方介绍每年肝癌、肺癌死亡率之类的话,就决定临时加项目。”刘先生告诉记者,最终他们加了肝癌、肺癌风险评估,阿尔茨海默病检测等项目,总费用超过3000元。

“看起来,体检机构没有强制搭售,增加项目属客户自愿选择,也都是明码标价,但他们通过片面信息增加老人焦虑的方式令人感到不适。陪老人体检的子女一般都是孝顺的,很少会当场拒绝。”刘先生表示。

同样,在黑猫投诉平台上,一名网友留言:“我为婆婆购买了593元的体检套餐。去抽血时,婆婆被护士误导,又加了562.8元的检查项目。”让这名网友无法接受的是,增加的项目是他们不需要的。如幽门螺杆菌的筛查,婆婆已经在半年前单位组织的常规体检中检测过了,“但护士说体检就讲究全面,医生要根据身体的综合指标判断,只检测个别项目达不到体检效果。婆婆听后连连点头。”

除了为了追求所谓的全面而做不需要的检查,还有一些项目价格高,筛查价值也因人而异。上海市普陀区中医医院内科主任章谔鸣接诊过一位患者,由于迷信所谓的“高端基因筛查”而忽略了基础的肠镜检查,导致未能及时发现体内的早期肠癌病灶。而这类“高端基因筛查”,价格动辄上万元。

“部分体检机构利用大众对疑难病症的恐惧,大力推广基因检测、肿瘤标志物检测、PET—CT等高价检测。这些项目对普通人群的筛查价值有限。”章谔鸣介绍,2024年国家卫生健康委在相关文件中明确指出,不推荐将肿瘤标志物检测作为常规癌症筛查手段。《中国肿瘤防治核心科普知识(2025)》也强调,无特殊风险因素的健康人群无需频繁进行此类检查。全而无用的高价体检加项不仅增加了体检者的经济负担,而且高频或带辐射的检查还可能带来身心伤害。

商业体检出现漏诊误诊,准确度遭质疑,消耗消费者信任

“我在上海市一家体检机构体检,B超未

查出肾囊肿,一个多月后因腰疼去上海中山医院查出右肾囊肿1.2厘米。如果我没第二次去医院检查,后果不堪设想。”在人民网“领导留言板”上,一名网友投诉说,“这让我对此机构检查结果极其不信任。要求退款时,对方态度极恶劣,不承认他们的检查失误。”

检索相关信息,类似投诉并不鲜见,被投诉者甚至包括知名体检机构。而在各地已公布的司法案例中,不乏涉及体检机构漏诊问题的案例。广东广州市天河区人民法院公开了一起因体检漏诊引发的纠纷案件:某公司员工陈某参加单位组织的体检,由某门诊公司提供胸部CT检查服务,结果显示双肺“未见异常”。两年后,陈某再次到该机构体检时,CT检查提示左上肺存在实性结节灶,建议随访复查,随后确诊为左上肺低分化腺癌ⅢA期(晚期)。陈某因此诉诸法庭,最终法院审理认为,某门诊公司对陈某进行影像检查时存在漏诊,应当承担赔偿责任。

无独有偶,陕西西安市读者孙女士前往一家体检中心体检时,原本在西安市西京医院检查出的类风湿因子阳性,竟然变成了阴性。“后来证明是商业机构误诊,他们道歉并重新检测。”孙女士说。

民法典第一千二百二十一条规定,医务人员在诊疗活动中未尽到与当时的医疗水平相应的诊疗义务,造成患者损害的,医疗机构应当承担赔偿责任。据此,如果体检机构误诊漏诊,使体检者未能及时发现病情、延误最佳治疗时机,也可能面临追责。

还有的体检让消费者虚惊一场。“我带妈妈去黑龙江哈尔滨市一家体检中心检查出来磨玻璃状结节0.7厘米,中心的医生说大于0.8厘米就会变成癌,建议3个月复查。我和妈妈都吓坏了,到医院自费拍了增强CT,结果医院的专家说这就是个普通的实性结节,还有可能是新冠阳性后引起的炎症反应。”

在“人民投诉”上,一名网友说,即使没造成严重后果,类似误诊也消耗了消费者对商业体检的信任。

一些商业体检机构医疗资质欠缺,体检报告解读敷衍

盘点消费者对体检机构的疑虑,除了检查项目与结果可信度外,还涉及部分商业体检机构在人员资质、设备维护及售后服务等方面的欠缺。《健康体检管理暂行规定》要求体检机构至少有2名内科或外科副高以上任职资格的执业医师,至少有10名注册护士,但实践中不少体检机构达不到这一标准。

近年来,有新闻报道曝光一些商业体检机构使用无资质医师,甚至还有用护士冒充医生的现象。2024年国家卫生健康委抽检发现,部分体检机构存在技师代医师阅片现象,且CT阅片平均时间远低于公立医院的平均值。

设备老化同样值得警惕。2023年8月,浙江宁波市场监管部门查出一家体检中心使用本该报废的血沉仪,该设备超期服役期间已进行5200余人次检测。

一些体检机构还存在体检报告解读敷衍现象。河南郑州市读者崔先生前往本地一家商业体检中心,“体检完后,厚厚的检查报告,

标着上上下下的箭头,一般人哪看得明白?负责解读的医生说有些指标不好,要来定期复查。当我问平时如何养护,他只回答要养成良好生活习惯,还顺便推销起了保健品。”崔先生说。

《健康体检管理暂行规定》明确指出,健康体检旨在准确评估个体健康状况、早期识别疾病风险因素和潜在健康隐患。而当前不少体检服务仍停留在“一次性交易”上,即最终只提供一份检测结果报告,忽视个体化的健康风险评估和干预指导,也难以提供具有针对性的健康管理方案。

“报告解读本应是体检流程的重要一环,如此敷衍了事,无法帮助我们真实了解自身健康情况,使体检的效果大打折扣。”崔先生表示,希望未来能出台相关规定规范体检报告解读流程。

专家建议配强资质和专业力量,提升操作规范性,强化执业监管

与公立医院体检部门相比,商业体检机构通常采用预约制,流程高效,环境舒适,且提供一对一导检服务,私密性强,吸引了不少消费者。专家认为,体检的本质是健康风险筛查,虽然当前的技术还无法查出所有疾病,但体检机构可以通过规范管理、提升业务能力等方式,最大限度提高体检的准确性,降低漏检、误诊的风险。

“为了增加营业额,营销对于商业机构而言是很正常的,但一定要在法律允许的范围内。”北京中医药大学法律系教授邓勇认为,商业体检机构须严格遵守消费者权益保护法等相关法律,向客户提供真实、准确、完整的体检信息,不得虚假宣传或误导客户;在宣传内容上,突出体检服务的专业性、准确性,避免使用夸大、误导性的语言;如实告知客户体检项目的风险和局限性,让客户在充分知情的前提下自主选择。

针对现行健康体检管理相关法规尚需完善的问题,邓勇建议尽快修订细化行业条文,明确体检机构的责任、义务及违规处罚标准,



制图:马成心

为主管部门监管与消费者维权提供清晰依据,以较好解决消费者投诉较多的诱导消费、过度检查等问题。

目前,一些地方已经做出有益探索。今年7月,京津冀三地发布《健康体检质量控制规范》区域协同地方标准,聚焦健康体检全流程管理,从结构质量、过程质量、结果质量3个维度,对体检指标等作出明确规定。这有利于健全体检质量控制体系,将为区域内广大民众提供更加优质、可靠的健康体检服务。

此外,现行法规执行力度不足,对违规行为处罚偏轻,难以形成有效威慑。“有关部门在体检机构资质审核、日常运营监管等方面尚存在监管空白,导致部分商业体检机构资质不达标、操作不规范。强化执业监督管理很有必要。”邓勇建议,卫健部门和市场监管部门应不定期对体检机构进行抽检,严肃处理伪造从业人员资质、夸大宣传等违规行为;还应建立健全投诉处理平台,简化消费者维权流程。

对于消费者普遍反映的漏诊误诊问题,解放军总医院第四医学中心体检中心主任、主任医师马学华认为,体检机构减少漏诊误诊现象、提升报告准确性的核心在于构建“技术—人员—流程—管理”四位一体的质量保障体系,通过精细化管理和技术创新实现全链条风险控制。

“商业体检机构不妨学习参考公立医院体检部门的业务模式。比如,解放军总医院第四医学中心体检中心建强人才队伍,要求主检医师需具备5年以上临床经验及副高以上职称,检验人员需通过临床检验专业技术资格认证;同时采取三级审核机制,以保证报告的准确性。”马学华说。

构建制度保障的同时,售后服务质量也要跟上。马学华表示,体检报告解读需以受检者为中心,通过内容标准化、形式可视化、服务个性化实现精准沟通。当受检者体检指标出现问题时,可按照指标风险等级,通过体检报告上的文字以及发短信、打电话等方式,结合专业解读等服务,及时提醒体检者进行进一步检查和治疗。

(闵靖涵参与采访)

燃油营运车上线“车险好投保”平台

助力破解大货车、网约车投保难问题

本报记者 向子丰

今年8月11日和9月22日,“读者来信”版分别刊发稿件《大货车为何遭遇续保难》《如何破解“车主喊贵、险企喊亏”》,反映大货车、网约车等车辆投保难、保费贵,给大货车、网约车车主带来从业压力,制约行业发展。记者近日从国家金融监督管理总局获悉,相关举措将助力解决这一问题。

依据金融监管总局官网10月28日发布信息,此次“车险好投保”平台增设对象具体包括使用性质为出租(含预约出租客运)营业客车、租赁营业客车、营业货车和非营业货车的燃油车辆。符合上述服务对象范围的车主可通过平台链接保险公司进行投保,相关保险公司不得拒保。其中,个人客户可通过“车险好投保”微信服务号、支付宝生活号自助投保,在登记投保需求并自主选择保险公司后,跳转至所选择的保险公司投保页面完成投保操作;法人客户可访问网页(<https://nevis.shie.com.cn>),登记投保需求并自主选择保险公司后,相关保险公司将主动联系该法人客户提供线下承保服务。

受使用强度大、出险率高等因素影响,部分燃油营运车面临投保难问题,而货车、出租租赁车等燃油营运车辆与国民经济运行和民生保障息息相关,金融监管总局此次将高赔付风险燃油营运车纳入“车险好投保”平台,为车主提供保险公司常规投保渠道之外的新选择,实现“愿保尽保、凡投必保”,必将提高货车司机等车主的获得感。

2025年1月,金融监管总局指导中国保险行业协会和上海保险交易所搭建“车险好投保”平台。截至目前,已有超110万辆新能源车顺利通过平台投保,提供风险保障超1.1万亿元,有效缓解高赔付风险新能源车投保难问题。

身边事

河南扶沟县——

阴雨天气却宣传“禁烧” 村里工作过于死板

近日,笔者路过河南周口市扶沟县崔桥镇多个村庄,正逢秋汛过后抢收抢种的关键时节,看到田间地头的积水尚未完全退去,村民们蹚着泥水争分夺秒地排涝、抢收玉米,或者平整土地、准备播种小麦。然而,村里的大喇叭却在循环播放:“严禁焚烧秸秆,违者依法处罚”“禁止燃放烟花爆竹,发现即严肃处理”,还挂着“做守法公民 当禁烧模范”的横幅。此外,村头设有“秸秆禁烧指挥部”值守点。听村民说,干部们到岗打卡,拍照记录后便在棚内值守。

村民们告诉笔者,连续阴雨让秸秆泡得能拧出水,根本不可能焚烧;距离年关尚远,也没精力考虑燃放烟花爆竹的事情。大家真正需要的是协助排涝抢收。

盼望相关部门能根据基层实情及时调整工作安排,让村里的喇叭多广播些农民需要的帮扶信息,让干部们把精力投入到村民最需要的地方。

河南扶沟县 李先生

建议

警惕以改签机票名义诈骗

最近,我和老伴出门旅游,通过网络订购了飞机票。出发前,我突然接到一个电话,对方说我的机票因航班故障要改签或退票,还准确报出了我的航班号,要求我提供身份信息,并下载一个手机应用。随后,对方又让我登录一个网站操作改签,还要走了我的银行卡号,说要开通理赔通道。对方让我往指定账户转账980元,钱转出去后,我才反应过来可能被骗了,赶紧报了警。感谢公安机关很快冻结了嫌疑账户,两个小时就帮我追回了被骗的钱。虽说有惊无险,但还是心有余悸。在我们购买回程的火车票后,我和老伴又同时收到“火车因故需改签或退票”的短信。有了之前的教训,我立马去火车站咨询,确认情况属实后才进行改签。

我想通过亲身经历,给大家提个醒:接到航班、火车车次变动的电话或短信,一定要通过官方网站或官方客服核实;不明链接不能随便点击,陌生手机应用不能轻易下载;万一被骗,记得保留证据,迅速报警。此外,盼望公安部门在追查诈骗的过程中,也能严打深挖,堵住个人信息泄露的源头,建立常态化反诈机制,有的放矢地帮助群众特别是老年人避免诈骗陷阱。

云南建水县 王玉春

征集

人民日报“读者来信”版与人民网“领导留言板”联合开展群众急难愁盼问题征集,欢迎读者提供线索和建议。

邮 箱:rmrbdzlx@126.com
dzlx@peopledaily.cn
移动端:人民日报客户端“曝光台”
人民网“领导留言板”客户端

百姓关注

不含“绒子”只含“丝” 不能称为羽绒服

本报记者 胡笑源

天气转冷,羽绒服市场迎来销售旺季。各大电商平台上,羽绒服的价格低至几十元,高至上千元,内中的填充物却良莠不齐、暗藏陷阱。不少读者反映,网购羽绒服时遭遇以次充好、虚假宣传、退换货索赔难等问题。

“摸着不蓬松,穿着不暖和,还经常钻绒跑毛。”上海长宁区读者陈先生去年冬天在某电商平台花费206元购买了一件“90%鸭绒填充”的羽绒服,剪开后却发现里面全是以次充好的单根羽丝、绒丝。

类似情况并非个例。黑龙江哈尔滨市读者董女士在某电商平台直播间购买了一件宣称“90%白鹅绒”填充的羽绒服,她回忆,“主播当时在镜头前特意展示了填充物,看上去确实是饱满的绒朵。”然而衣服到手后钻毛严重,一次清洗过程中面料破裂,她才看清内部填充的并非宣传所说的绒,而是大量单薄的丝状物。

“以丝代绒”是目前羽绒服市场上最常见的填充物造假手段之一。那么,“丝”与“绒”究竟有何区别?

广检集团广纺院技术总监罗胜利向记者介绍:“羽绒是贴近鹅、鸭等水禽胸腹部皮肤

的绒毛,理想状态下呈立体朵状,也就是绒子。由于空气的导热性能低,蓬开的绒朵可以固定更多静止空气,所以羽绒服绒子含量越高,蓬松度与保暖性就越强。而绒丝、羽丝是在加工过程中从绒朵上脱落下来的单丝,作为填充物没有绒子保暖效果好,而且容易从面料缝隙里钻出,可能带来呼吸道健康风险。”

2022年,我国实施新国标《羽绒服装》,不再以包含绒丝、羽丝的“含绒量”作为羽绒服装的核心指标,而要求羽绒服标明标注“绒子含量”,且不得低于50%。尽管如此,仍有部分商家利用消费者对新旧标准的信息差,以低价的“丝”冒充高价“绒”,损害消费者权益。

还有消费者买到不含羽绒的“假羽绒服”。北京海淀区读者杨先生在人民网“领导留言板”反映,他在某电商平台花费1315元,购入一件商品标注为“羽绒服”的外套。但在穿着过程中,杨先生发现这件衣服不仅不保暖还钻毛,“钻出的不是羽绒,而是丝状物。我一查水洗标,才发现填充物是100%聚酰胺纤维,压根不含羽绒。”

中国羽绒工业协会名誉理事长、国际羽绒羽毛局副主席姚小蔓介绍,国际羽绒羽毛局2025年6月新修订的测试规则规定,“羽绒”仅指绒子,只有绒子含量大于等于10%的产品,才能在其包装、广告、标签、线上页面详情等产品信息中使用“羽绒”一词。

记者在调查中发现,仍有不少商家通过使用“羽绒棉”“生态羽绒”等似是而非的名称混淆视听,让消费者误以为其产品是羽绒制品。

在某电商平台,一写有“2025年新款女装羽绒服”的商品详情页未明确标注填充物,记者咨询客服商品是否为羽绒填充,对方表示商品是“羽绒棉服”,填充物为中空棉和丝绵,并非“羽绒”。

除了“以丝代绒”,还有商家“鱼目混珠”,用价格相对较低的鸭绒冒充鹅绒。四川泸州市读者罗女士向记者反映,她在某电商平台自营店购买了一件鹅绒服,到货后却发现水洗标标注填充物是鸭绒。“我就是冲着鹅绒填充才花了五六百元买的,客服推脱说是发错货。但店铺内根本没有同款鸭绒服,我收到的衣服商标编号也和平台展示的鹅绒服一模