

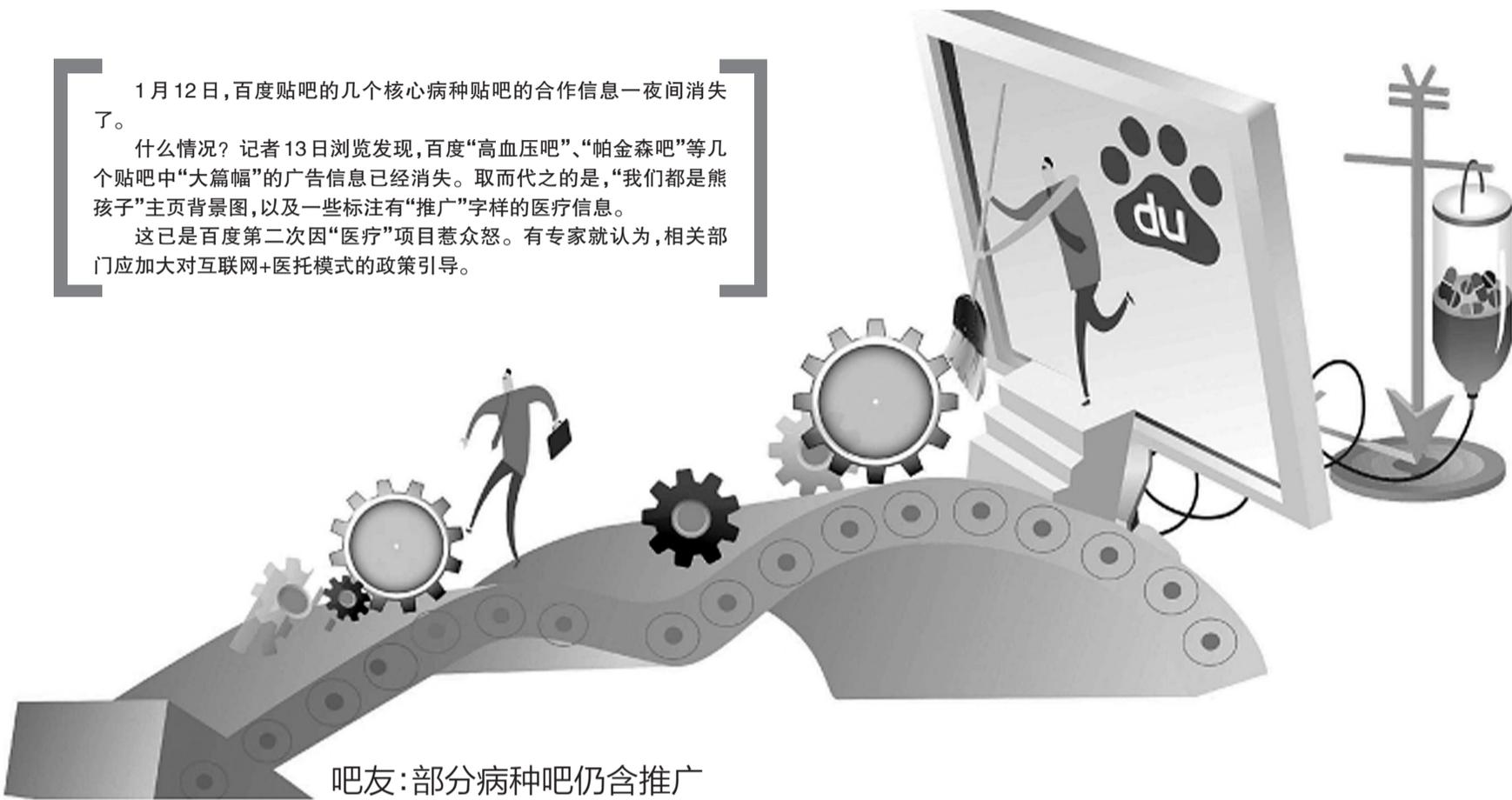
调查显示,我国有超六成的人去看病都会上网搜索

百度病种贴吧停商业合作 互联网+医托何去何从

1月12日,百度贴吧的几个核心病种贴吧的合作信息一夜间消失了。

什么情况?记者13日浏览发现,百度“高血压吧”、“帕金森吧”等几个贴吧中“大篇幅”的广告信息已经消失。取而代之的是,“我们都是熊孩子”主页背景图,以及一些标注有“推广”字样的医疗信息。

这已是百度第二次因“医疗”项目惹众怒。有专家就认为,相关部门应加大对互联网+医托模式的政策引导。



吧友:部分病种吧仍含推广

百度:努力引进权威机构

以百度“高血压吧”为例,1月12日上午,还有“格美中医”打出的“终身吃药害了你多少年?”的大幅广告,13日已经无影无踪。同样的情况还出现在百度帕金森吧,12日下午还有通过“免费申领帕金森科普书籍”跳转至“北京海华帕金森医院”的商业合作信息,13日上午这一跳转已经断开,到了13日下午,该病种吧也像其他几个病种吧一样,“免费申领帕金森科普书籍”的页面主题活动悄然下架。

“因为我们不是专业的医疗单位,确实存在个别吧主发布商业信息谋取利益等问题,所以我们才一直在想办法去改变。”百度相关媒体负责人在给到记者的回应中如是说。该负责人还强调,个别吧主不是百度员工。

“我们和网民的立场是一致的,希望贴吧看到的信息是真实可信的,我们一直努力引进权威机构,一方面是他们在自己的领域更专业,另外有什么情况,也更容易找到实体负责。百度坚决维护广大吧友的利益,不允许任何人靠贴吧坑蒙拐骗,贴吧管理有不到位的地方我们及时整改,欢迎大家监督。”百度上述媒体负责人进一步对记者表示。

不过,对于百度的上述动作,仍有吧友不满意。

13日,有帕金森吧的吧友“LOVE黑色星期四”就在网上发帖,质问百度“这医疗广告有通过国家广告法审批吗?”

“LOVE黑色星期四”所指的医疗广告就是镶嵌在贴吧内容中的推广。该推广内容写有“帕金森病因<有问必答>帕金森怎么治疗,到底能不能治好,40多年临床经验吴琳主任告诉您”等字样,点

击该推广,就会进入百度健康为北京文海医院开设的网页,一位名为“田丰”的主治医生被冠以“国内专业治疗帕金森的权威专家”,在网页开有实时沟通的对话框。

同样的情况也出现在了“广州宫颈糜烂吧”和“南宁男科吧”等更为细分的病种吧,以“广州宫颈糜烂吧”为例,该吧虽背景板已经改成“我们都是熊孩子”,但内文中含有“伊丽莎白妇产医院”在

做的“如何治疗宫颈糜烂?”的医疗推广信息。

在“南宁男科吧”,则直接在推广“南宁远东男科电话”,宣称“南宁远东医院,百姓认可的评价医院,引进先进而据公开的信息,百度公司在推广招募贴吧合伙人时,曾将“网络舆情”专门作为一项亮点予以说明。其中行业吧的推广中,直接说明贴吧是“产品的公关舆情平台”。

律师观点

●广东省律师协会医疗法律专业委员会主任宋儒亮

一些机构说百度是互联网+医托,这种说法存在片面的地方,病种贴吧在一定程度上也有正当的一面,不能一棒子打死。

规范贴吧除了《医疗机构管理条例》、《执业医师法》之外,主要是《侵权责任法》。网络服务提供方需要对其网络服务造成的民事侵权行为承担责任。作为互联网网络服务的提供方,在引入第三方时,一是需要对第三方的证照起到审查义务,二是如发现问题,需要向卫生行政管理部门和药监部门报告;三是自己还可以采取删除、屏蔽链接等措施。

●时代九和律师事务所律师贺孝龙

互联网不是法外之地。任何侵犯网友利益的行为都是不被允许的。根据《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定的规定,网络服务提供者负有对公民个人信息进行保护的责任,负有对任何通过网络平台侵犯公民合法权益的行为进行防范和采取消除等处置措施的义务。

不过,该律师也认为,作为百度贴吧网络平台的所有人和管理者,百度在贴吧运营管理中引入权威机构合作,能够在一定程度上更有效地避免个别谋求个人利益者侵害网友权益,是维护网友利益的重要举措。长期看,这也符合互联网走向规范化的大趋势。贴吧的探索不错,在病种吧中与公益机构合作能更好地发挥机构专业能力,为广大病友提供更优质的服务平台。(据南方都市报)

血友之家:与百度合作方式待定

随着百度病种吧商业化运作的持续发酵,丁香园这一国内最大的医生交流平台上,互联网+“医托”的探讨也被推到了“丁香头条”。

在一些专业人士看来,“百度搜索引擎的医疗广告好比电线杆上的小广告,而疾病相关的百度贴吧在通过他们创新的“合伙人”制度出卖以后,就变成了医院门口游荡的医托,而且自带互联网+光环。”

以投诉最早最激烈的血友病

吧为例,血友病吧拥有7712名用户,目前已是国内血友病患者自发组织的网上主要聚集地;从2006年3月18日的第一条信息开始,成立已近10年。

北京血友之家罕见病关爱中心理事长关涛在接受记者采访时就坦言,血友吧目前虽已换下了商业化的吧主,但尚不清楚百度和北京血友之家罕见病关爱中心的合作将以何种方式展开。

“我现在正在去北京百度公司的路上,原本约的14日的会谈,

提前到了13日。今天的会谈将讨论NGO组织介入后,如何去管理的方式方法、责权利等细节问题,以及百度公司的预期和设想。”关涛13日如是说。

在被记者问及病种吧中的医疗推广信息应该如何去界定其准入标准,或者说是否允许推广存在等问题时,关涛坦言,作为NGO组织此番一起去百度公司面谈的初衷是,“作为患者组织,我们只想为大家提供更好的服务”。

有制度缺监管

依照百度给到记者的信息,其已经与中华少年儿童慈善救助基金会、天使妈妈慈善基金会、罕见病发展中心、爱佑慈善基金会、中国红十字基金会等权威公益组织机构达成合作意向,相关贴吧将由这些机构与吧友共同管理。

不过,事实上,除了病种吧之外,百度的企业吧中的医疗广告信息也有待加强管理。以某视光机构开设的百度企业吧,就宣称“率先具备了国家食品药品监督管理局对角膜塑形镜验配机构的要求”。而其公司官网不仅在对外做角膜塑形镜的宣传,还在推广该机构与某军医院激光治疗近视的飞秒手术。

记者注意到,百度已经于13日下午对该贴吧的名称做了修改,将“中国”和企业名称等文字

去掉。但内文主要还是宣传这家公司的近视治疗产品为主。

有分析就认为,各个与疾病相关的贴吧如今的地位,是借助了互联网时代发展红利期。“大量患者通过网络找到疾病诊疗信息和沟通途径的需求。同时百度搜索的流量资源成就了这些贴吧。每天有新鲜的用户加入,使我们的贴吧保持了活跃度。有的患者在医院刚刚被诊断为银屑病,出了医院就掏出手机搜索关键词‘牛皮癣’‘银屑病’,然后就进入了牛皮癣吧。因此百度疾病贴吧,如果没有好的管理,将危害到很多人。”百度牛皮癣吧主ultraviolet如是撰文称。

而据记者获悉,目前国内医患信任的缺失、医生资源的分配不均衡,以及对涉医疗类推广信

息的监管体系不强,也是导致病种吧生意红火的一大因素。有相关调查就显示,我国有超过六成的人在去医院看病时都会上网搜索。事实上,网上涉及医药类信息的发布,国内早已经实施许可证制度。药品方面,有互联网药品信息服务许可证和互联网药品交易许可证制度,互联网药品信息服务分为经营性和非经营性两类。

而医疗保健则有互联网医疗保健信息服务许可证制度,也分为经营性和非经营性两类。具体到医疗机构,有《医疗机构管理条例》去规范其网络行为。具体到医生则有《执业医师法》,医生的执业地点、范围、类别都有明确的规范。随着此次百度贴吧病种吧问题的纠缠,有分析就认为,监管如何进一步落地已是当务之急。