

# 直播间“破价”医美产品靠谱吗？

## 医美直播乱象调查



□ 本报记者 孙天骄

“熬夜脸色发黄，满脸痘痘的宝宝有没有，都去拍2号链接，一张万能卡，解决你肌肤十大问题……”

北京市朝阳区居民汪璐(化名)刷手机时，偶然点进了一个网红的直播间，当晚进行的是医美专场，在主播一声声“医美比护肤管用一百倍”“超级低价错过不再有”的宣传声中，汪璐花2700多元在直播间买了一张“万能美肤卡”。

然而，线下核销卡的过程，却并不像汪璐想象的那样顺利。联系到店面诊后，她发现负责接待的仅是自称“美妆顾问”的工作人员，对方拿不出任何医疗身份证明，所谓面诊，就是顾问用一个面部仪器，对着她拍了几张不同光线下的面部照片，并直接把数据导入电脑——呈现在电脑上的面部照片可以用“惨不忍睹”形容。

“她所有的话术就是不断加刷我的容貌焦虑，然后让我在核销原本卡项的基础上，再进一步购买更贵的项目。”汪璐说，从直播间主播口中的“万能卡”，到现场顾问说只能“基础护肤”，她的消费热情一下子就被浇灭了，最后一番扯皮之后选择了退卡。

这不禁让汪璐直斥：医美直播“水太深”。

近年来，医美直播大行其道，不少医美项目都在直播间上架、团购。然而，《法治日报》记者近日调查发现，医美直播间直播时充斥着各种容貌焦虑话术、疑似夸大虚假宣传的内容等，有不少消费者在直播间购买了医美项目后，反映出现了各类问题。

直播间里可以卖医美项目吗？所谓“破价”“低价”医美项目可信吗？是否存在线下消费与直播间承诺内容不符的情况？带着这些问题，记者展开了调查采访。

### 直播带货盯上医美 推广售卖或涉违法

“换季的时候宝宝们皮肤总是干痒，都是因为缺水，我们第一号链接就是针对皮肤严重缺水的姐妹，只剩两单了，拍完后不补，直接下一个链接了。”

夜幕降临，各大医美直播间开始活跃起来。在妆容精致的直播声情并茂的讲述下，各类医美项目纷纷上架，从基础的电光项目，到注射剂、头项玻尿酸、精灵耳。

据记者观察，医美直播主播类型大致分为两类，一类是医美机构通过官方账号进行直播，这种情况下上架的商品链接对应的都是机构的服务，主播也是机构自行联系或选择的。还有一类是粉丝众多的带货大V，通常会带医美专场推出相应的卡项，对应不同项目。每张卡都可以在全国多家不同医美机构进行消费，这种情况下主播就是大V本人，偶尔会有一名医美顾问一起参与，但相关机构工作人员并不会出现在直播间。

除电商平台、短视频平台外，一些医美直播间开始转入私域直播。今年“双11”期间，北京朝阳的戴女士被朋友拉进一个名为“某医美机构闺蜜夜福利秒杀”的聊天群组，原来该机构正在进行直播活动预热，邀请新人进群就可以额外享受活动福利。

“双11”当晚，机构工作人员在聊天群中甩出一张二维码，扫描后直接进入“爱逛”小程序，主播正在热情满满地介绍产品，橱窗里已经上架了“水光自由卡”“天鹅颈定制卡”“万能抗衰卡”等商品。“如果不是通过这种方式，很难发现有这样一个直播间。”戴女士说。

值得注意的是，医美产品入驻直播间或涉嫌违法。

北京至瑾律师事务所主任李岑岩告诉记者，按照《医疗广告管理办法》，医疗广告是指利用各种媒介或形式，直接或间接介绍医疗机构或医疗服务的广告。主播和其背后的医美机构之间存在利益关系，在直播间面向公众推广医美产品，无疑属于医疗广告范畴。如果是医疗广告，就应当在发布前申请医疗广告审查，取得医疗广告审查证明。

“即使通过了医疗广告审查，广告的内容也应仅限于医疗机构名称、地址、诊疗科目、联系电话等。”李岑岩说，很显然，现有多数医美直播间主播的话术是违反我国广告法和《医疗广告管理办法》相关规定的。

北京德恒律师事务所律师吴迪说，医美直播需要相关医疗机构的许可或资质，以确保医疗操作的合法性和安全性。直播间成为医美项目销售平台的现象在一定程度上为消费者提供了更直接的了解和购买途径，但主播通常并非医疗专业人士，其推荐可能缺乏专业性和客观性。这种情况下，消费者需要更加警惕，同时相关机构也需要加强监管，确保直播内容的真实性与合法性。

### “破价”成主要卖点 隐含假货水货问题

医美直播间主打的一个点，就是“破价”“低价”。

在一些医美直播间，商品链接中直接标出了“秒杀价”，并显示原价进行对比。例如，在北京某医美机构的直播间，原价7999元的半岛超声炮(面部)，直播间秒杀价为2999元；原价12999元的超声炮(面部+颈部+眼部)，直播间秒杀价为4599元。

甚至有的主播会称直播间价格跌破一折。例如，在某博主医美直播间内，一张“局部BUFF卡”，据主播介绍2299元包含6个项目，还赠送光子面部刷酸，算下来均价是328元每项。“相当于328元能做一次超声炮，比市价一折还低。”

为什么医美直播间能做到如此低价？

辽宁大连一家医美机构合伙人王先生告诉记者，现在一些医美直播间的价格已经不仅仅低于线下售卖价格，甚至已经远低于成本价了。比如999元的光子，1999元一支的乔雅登玻尿酸，如果进货渠道正规，实际进价绝对不止这个数，每卖一次商家都在赔钱，但一些商家就是要通过这种形式抢占市场、抢占客户。

“医美行业的获客成本占比很重，可以占到门店运营成本的40%到50%，所以当医美直播兴起时，不少机构蜂拥而至，把直播视为一个破局的平台和渠道。”孟以安在医美行业从事运营5年多，她告诉记者，医美直播的低价甚至“破价”，一部分是大机构在用打价格战，还有一部分则是一些机构可能用假货、水货替代，给求美者的健康带来了风险。

孟以安介绍，当前市场下，一些机构为了快速发展，在贴钱做的直播带货，导致隐患重重。她举例道：某医美机构和网红主播合作，卖出了几千万元的医美卡项，但机构本身需要补贴的钱太多，直接导致该医美集团资金链断裂，很多消费者卡项无法核销，机构自身也难以维系。

中国卫生法学会常务理事邓利强在采访中提到，医疗美容是最早市场化的医疗项目，市场化之下引发了机构的价格战。“合理的价格是整个医疗美容行业自身应该约束的，如果直播间

动不动就“破价”“跌破底价”，那么这背后要么存在原价暴利问题，要么就是不正当竞争。”

李岑岩看来，医美直播间与实体店之间巨大的价格差异是不合理的。这种超过一般成本价的低价，显然会损害那些没有在直播间进行宣传或运营的商家的利益，是一种不正当竞争行为。

### 体验感不尽如人意 反复推荐更多项目

实践中，不少受访消费者表示自己冲着直播间“薅羊毛”去的，但实际线下体验不尽如人意。

今年5月，广东深圳的皮女士在直播间买了一张1999元的光电卡，主播明确标示深圳某医美机构可以提供Fotona 4Dpro模式(欧洲之星，抗衰项目)，且保底50分钟。然而到了现场时，机构工作人员在核销前闭口不提没有该项目的情况，满口承诺皮女士适合做抗衰项目，但扫了卡券二维码核销后，又告诉皮女士，“我们没有这个机器”。私信主播售后，对方却说，“店里报项报错了”。最终经过一番扯皮，店家才同意全额退款。

“发数、升单是医美直播的一个惯用套路。”上述医美机构合伙人王先生介绍说，大部分直播间贩卖例如超声炮这种光电类仪器，厂家发售时给出的建议发数一般都是很宽泛的一个区间，比如说一张正常的脸，通过判断其下垂程度，厂家建议发数在500发到800发这样一个范围。“但是在直播间低价售卖的时候，因为发数每一发都是有成本跟着的，所以直播时会把发数在区间内降到最低，等消费者线下核销时，机构会以直播间标准不是每个人都适用为借口，建议提升发数，让消费者额外再支付一定的费用。”

在社交平台、第三方投诉平台上，涉医美直播的投诉，不满意度、内容包括：主播承诺未核销能直接退款的情况下，到店未核销，但医美机构和主播方均不同意退款；在直播间买的医美项目，未到店使用却被核销，申请退款未果；直播间下单医美组卡后，一直预约不上；医院仪器不支持扫码验证真伪，线下消费还要加钱升单；直播间里明明是全天候可用的医美卡，联系医美机构预约时却说周末无法使用……

工作中，孟以安见到过不少医美直播间存在的问题。“坑”“破”“低价”的医美项目，一方面，线下消费时机构可能在量上做文章，量打打不够很难有效果；另一方面，医生资质不足、手艺不精，还可能“挂羊头卖狗肉”的情况，一些小机构可能用未经过国家授权批文的耗材进行操作，即“水货”甚至假货。

孟以安认为，现在的医美直播间已经到了快餐式营销的阶段，看上去项目内容很丰富，但不是适合于所有人，求美者在缺乏医美知识储备的情况下贸然选择，很容易造成不可逆的身体损伤。大部分机构的营销模式都是低价引流到店，升单更高级的产品或套餐，但美容顾问为了业绩会无差别推荐高利润项目，比如超声炮，过胖的人打完全面颊凹陷，没超过28岁不建议做抗衰项目，但美容顾问不会管，因为超声炮火，所以只要到店有相关诉求都会推荐。

“另外，现在的求美者往往不会固定在某一家医院或者一家机构乃至一个医生那做项目，有的人想在这里薅一下羊毛，那里薅一下羊毛，但其实是这样往往给自己埋下了很多隐患。”孟以安说。

吴迪说，如果消费者在线上购买了医美项目

或服务，但线下实际消费与承诺不符，可能构成虚假宣传或欺诈行为。这种情况下，消费者有权要求退款或者按照线上购买的内容得到相应的服务。建议消费者在遇到类似情况时，保留好购买凭证和相关证据，并与商家沟通解决。如果商家拒绝合理解决问题，消费者可以向消费者权益保护部门或监管机构投诉举报，寻求帮助和维护自己的合法权益。

### 整治医美直播乱象 建议主播持证上岗

此外，医美直播间的主播话术也充满“套路”。

医美项目往往是需要面诊后才能有针对性地选择，然而在一些医美直播间，主播会大肆承诺某款商品“可以解决一切问题肌肤”“只要有红痘痘，几个疗程下来都能根治”等。还有主播会大肆贩卖容貌焦虑，“刺激”消费者下单。

在吴迪看来，医美项目涉及个体差异性很大，需要针对个人情况进行面诊和专业评估，才能制定有效的方案。直播中夸大产品功效或者承诺“一切问题肌肤”皆可解决，往往是不负责任的行为。这种宣传容易误导消费者，导致对医美项目的错误期待，并可能给消费者的健康带来风险。作为消费者，要理性看待医美产品和项目，同时选择有资质、信誉良好的机构进行面诊和咨询，避免被虚假宣传误导。

吴迪认为，医美直播的兴起伴随着一系列问题，背后原因可能涉及监管不到位、行业自律不足、商业利益驱动等多方面因素。一些主播为了吸引关注和销售量，可能会夸大宣传内容，缺乏专业性和责任感。同时，监管漏洞也容易导致不良行为得以滋生。

针对医美直播，有关规定正在路上。

今年5月，国家市场监督管理总局等十一部门联合印发《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》，其中规定相关部门依据职责加大对从事医疗美容诊疗咨询、就医引导活动市场主体的监管力度，规范相关主体网上信息内容发布行为，严禁为未依法取得《医疗机构执业许可证》或《诊所备案凭证》的医疗美容机构提供诊疗咨询、就医引导服务，严禁无相应医师资质或者医学药学知识的人员在线上线下从事医疗美容诊疗咨询、就医引导服务或利用互联网发布医疗美容知识科普等涉医疗美容专业信息内容。

去年12月，四川省市场监管局制定出台了《四川省医疗美容网络直播领域行政合规指导清单》，以医美网络直播的入驻、营销、支付等环节为切入点，载明各类直播营销主体(包括美容医疗机构、直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等)合规的法律依据，提出行政合规建议，便于直播营销主体快速、简明、准确地排查行政处罚风险点，熟悉与医美直播营销密切相关的法律法规规定，帮助直播营销主体强化合规意识，有效预防违法行为发生。

李岑岩建议，相关部门应坚持严厉打击重点打击医美直播乱象。在打击过程中，通过抓典型、公布典型案例的方式，对行业进行警示教育。医美直播主播需要进行培训、持证上岗，否则对所涉医美机构、直播人员进行罚款、封号等处罚。对于提供直播的平台，也应承担连带责任。如果因医美产品对消费者造成损害的，应当按照消费者权益保护法，退一赔三，进行惩罚性赔偿。

漫画/李晓军

□ 本报记者 章宁旦

550多名职工的饭碗被保住；近200名债权人约9亿元的债务得以清理……近日，随着6.2亿元投资款全额到位，濒临破产的广东省东莞市光华医院有限公司(以下简称“光华医院”)重整成功。

不到一年半时间，从濒临破产清算，到预重整转重整，直至涅槃重生，这家医院是如何被救活的？

《法治日报》记者了解到，这是广东省首例综合性民营医院预重整转重整的成功案件，背后是东莞两级法院通过破产审判救治市场主体、服务保障经济社会高质量发展的生动实践。

“是你们的积极作为给了医院生还的奇迹，现在医院经营状况良好，新成立的月子中心已开张运营，后续还有一些新的服务上线。”前几天，东莞市第一人民法院(以下简称“东莞一院”)到光华医院进行案后回访，医院院长潘永晃对办案法官刘秋霞感激地说。

### 大型综合医院濒临破产

光华医院是一家规模较大的综合性民营医院，成立于2006年。该院集医疗、预防、科研、教学于一体，医护职工人数550余人。

后因集团战略决策失误，同时受关联公司资金链断裂影响，光华医院陷入债务危机，大量资产被多地法院查封、冻结。2022年5月，债权人向东莞一院执行部门提交申请，请求将光华医院移送破产清算审查。东莞一院经审查后决定启动“执转破”程序，将案件移送该院民五庭进行破产清算申请审查。

然而，法院在审查期间发现，光华医院名下有不动产土地使用权及地上建筑物、医疗设备等资产，并且仍在经营中。

“尽管债务危机难以化解，但是医院每天仍然收治病人约1600人，当时住院病人约220人，并且医院还承担了周边镇街较重的防疫医疗任务。”东莞一院民五庭庭长莫然介绍说，当时光华医院股东也在积极引资以盘活资产，请求法院裁定不予受理破产清算。

“医院的执业许可资质具有稀缺性和无形价值，光华医院有一定的资产规模和经营基础，也有一定重整价值。”莫然认为，如果启动破产清算程序进行简单债务清理，不利于债权人利益最大化。医院停止经营遣散职工和分流病人，将给社会和谐稳定带来风险。如果直接启动重整程序，基于重整的不确定性和破产程序的不可逆性，又难免对医院日常经营产生负面影响。若重整不成功进入破产清算程序，将引发患者、医护人员的不稳定因素。

那么，究竟什么样的方案是最优解？审判团队从医院长远发展、债权人利益保护、社会发展大局等角度综合考虑，经反复研判论证，决定大胆创新，于2022年7月7日启动预重整程序，开创东莞一院“预重整”先河。

“预重整”是庭外重组与庭内重整制度的有效衔接，法院受理破产重整前，具有重整原因的债务人与债权人、出资人等利害关系人通过庭外重组自行协商达成重组方案，在进入重整程序后，经法院审查批准生效后效力直接延伸到重整程序中，通过市场化、法治化灵活实现破产拯救功能。

### 法院为医院对症“开处方”

第一次运用预重整程序来挽救病企，该怎么救？要实施哪些步骤？东莞一院进行了积极探索，最终开出五副“药方”。

“第一副‘药方’是尊重‘意思自治’，提高破产主体参与度。”刘秋霞说，该案进入预重整后，光华医院和主要债权人共同推荐广东华商律师事务所担任临时管理人。临时管理人在法院指导下，组织债务人、债权人和投资人三方协商重组方案。

第二副“药方”是破产不停产，服务社会和救助帮扶两不误。法院通过“放水养鱼”，准许医院在临时管理人的监督下持续经营，收支通过管理人账户在法院监管下使用。

“比如，全院医护人员每月工资，我们会严格审核、及时发放，确保团队稳定。”刘秋霞介绍说，自启动预重整程序以来，医院经营秩序良好。

第三副“药方”是打好“法院+商会”组合拳，精准引得“活水”来。据介绍，东莞一院与世界莞商联合会联合能动司法，引入东莞民营投资集团有限公司及会员股东投资光华医院，以莞利健康科技产业有限公司作为意向投资人，不仅提供了100万元共益债支持医院正常经营，还决定向医院注入重整投资款6.2亿元。

第四副“药方”是自主协商和司法支持，庭外重组和庭内重整有效衔接。临时管理人在法院指导下，与投资人多轮沟通，与广大债权人及出资人充分协商，形成的预重整方案获得高票表决通过。

2023年1月19日这天，是农历腊月二十八，法院出具了批准重整计划的裁定书，成为光华医院550多名医护职工和近200名债权人最好的春节大礼。

最后一副“药方”便是智慧破产审判。据介绍，光华医院存在涉债人数多、金额大、利益诉求多样，股权被重复质押查封、多起衍生诉讼等复杂现状，案件具有较大的审理难度。但此案从决定预重整到裁定受理重整，用时不到6个月，从正式受理重整到终止重整程序用时仅15天。

“我们敢拍板投资超6亿元，既看重市场潜力，也看重东莞法院在破产重整方面的创新以及专业精神。”东莞民营投资集团有限公司产业发展中心许副总经理表示。

### 司法支持“病企”重获新生

重整计划敲定，迈出重要一步，而如何让计划落地实施，才是关键。

“因为医院的原法定代表人和股东都是失信被执行人，这直接影响到2023年度社保定点医院资格年审，也影响到投资人执行重整计划的信心和决心。”潘永晃说，开启重整计划之初，信用修复问题就让他们犯了难。

据介绍，基于重整计划执行的特殊情况，东莞一院积极与执行法院沟通处理医院失信工作，指导管理人与申请执行人协商取得书面支持，同时又指导管理人协助投资人尽快办理医院变更法定代表人登记手续，成功消除信用不良影响，顺利通过社保定点医院资格年审。

“如何让重整投资人取得100%股权也是问题的关键，但光华医院当时还存在股权被重复质押，十多次轮候查封，并且东莞一院并非非查封法院等问题。”刘秋霞说，我国现行法律未对破产重整中出资人权益调整对相应质权、查封的影响进行明确规定，该问题在理论和实践中还存在较大争议。

为确保合法合规完成股权过户手续，东莞一院根据管理人的申请，及时对股权采取了查封冻结措施，同时指导管理人和投资人与相关权利人协商沟通，争取到主要权利人的理解和书面支持。

在此基础上，东莞一院根据已发生法律效力批准重整计划裁定书，向市场监管部门出具协助执行通知书，协助医院股权顺利过户至重整投资人指定主体名下，确保重整计划顺利执行。

“重整计划的成功实施，多亏了法院的指导和协助。”对于法院在整个案件中的智慧处理和辛勤付出，潘永晃印象深刻。

对于此案，中山大学法学院体制改革研究中心秘书长巢志雄评价说：“法院智慧运用预重整制度，很好地化解了企业内部的治理问题和外部的债务危机，是有为法院和有效市场相结合的典范，展现了人民法院优化法治化营商环境、守护社会民生的担当作为。”

# 司法「手术」让民营医院起死回生

东莞法院成功审结首例预重整重整案