



中国妇女报全媒体记者 孔一涵

在犹犹豫豫地扫码付款2980元购买医美项目的时候,陈欣(化名)根本想象不到,她正在被拉入一场骗局。2年、8.8万元,以及一场艰难的维权,陈欣没有想到美丽的代价会是如此。

据中商产业研究院发布的《2022—2027年中国医疗美容行业深度分析及发展趋势研究预测报告》,2022年中国医疗美容市场规模达2268亿元,同比增长19.87%。预计2024年我国医疗美容市场规模将达2880亿元。

然而与此同时,在商业利益驱动下,也不乏一些不法商家对行医资质、产品功效、整形疗效等进行虚假宣传,损害消费者的权益甚至健康。

陈欣知道,她的遭遇不会是第一个,也绝不会是最后一个。于是她选择在社交媒体上连续发布了几篇帖子,配图以红色为底,搭配金色的大字,如同一张喜报。可定睛细看时,醒目的金字却写着“记录被骗和维权过程”。

精心的表演

“演得非常真。”这是她在回忆历时最常提到的一句话。

2022年2月,陈欣在街上接过了美容院递来的传单:99元体验多个美容项目,体验过后,感觉不错的陈欣在店员的推销下办了一张会员卡。

从此,陈欣定期去店里消费,她也与美容师晨晨在一次次的服务中逐渐熟悉了起来。

晨晨是个普通的美容师,年纪不大不小,长相不美不丑。在两年间、近百小时的相处时间里,晨晨一直提供着贴心的美容服务。在按摩保养的时候,晨晨也会和她聊起生活中的烦恼琐事,倾听工作上的压力和婚姻中的不顺。即便在业绩压力下,对方偶尔会向她推销些美容院的优惠项目,但力度也不至于令人厌烦。

她们一直保持着友好的关系,直到2023年11月的一天。

那天,陈欣正在房间内接受着一次普通美容,但在没有预知的情况下,一名美容师突然带着顾客推门进来要求“拼房”。这是陈欣近两年来从未有过的经历,虽然房间内设有两张美容床,但美容涉及隐私,从未有人和她同时“拼房”做项目。陈欣虽有些不情愿,但在相熟美容师们的连连请求下,她没有拒绝。

“她们进门后,就开始夸赞吹捧那个客人华姐,说一些‘两个月没见了怎么突然变得这么漂亮’之类的话。华姐也很配合地假装不情愿,说‘你怎么还留着我的照片,那么丑可不要给别人看。’在一唱一和之间,陈欣心中不禁升起了一丝好奇。美容师适时掏出手机,迅速调出了几张判若两人的照片。

在美容师们的连连追问下,华姐“终于”松口说出自己的“变美技巧”——她在亲戚工作的某私人医美机构办了VIP卡,不仅效果好,价格还非常优惠,新客只需要2980元就可以办理VIP卡,做两个低价项目,效果可以持续一年。经不住美容师的鼓动,陈欣决定和她们一起购买VIP卡,试着做一次医美项目。

在接到预约成功的短信后,陈欣决定在12月初前往那家无法在网络上搜索到信息的“私人医美机构”。同时,美容师晨晨也不知怎么得到了消息,并约她一同前往。

在晨晨的带领下,陈欣来到了这家神秘的医美机构——该机构没有公开的门面,也不对外开放,机构的大门由电子锁控制,只有确保有“熟客”带领,“生客”才能进门。

在候诊区刚坐下,身边打扮精致的“贵妇客人”就向她搭话,夸耀着自己在这里做了医美后效果有多好。晨晨也在一旁帮腔,喋喋不休地说着“女人要对自己好”“如果我有钱肯定会做很多项目”之类的话。

走进诊疗间,医生和顾问也一边强调“在这个年纪一定要做医美”,一边不停推销昂贵的医美项目,“就是在一个封闭的小房间里,几个人不停地给你洗脸。”陈欣总结道。

一听到医美项目12万元的价格,陈欣当即就被吓了一跳,连忙推辞说先为晨晨看诊。

可对方只是简单瞟了几眼,便说晨晨的条件不好,没有什么提升空间,只能定下4万元的项目,随即话题又转回了她的身上。

陈欣想一个人冷静思考一下,可从销售人员到晨晨似乎都怕她会突然离开,甚至连她去厕所都一直有人陪伴在身边。

最终,陈欣没有抵得住销售人员的“连催带逼”,在对方的“指导”下一步步地开通花呗、信用卡,最终凑齐了医美注射项目的8.8万元。

而陈欣被说服购买的正是注射填充项目。没有看到注射材料包装、没有说明操作内容、没有签署知情同意书,甚至没有术前消毒,陈欣在简单敷过麻药后,就直



「美丽」的代价

接接受了注射。“注射前,护士还要求我吃了一颗布洛芬,说是有的顾客比较敏感怕疼。”回想起当时医护不规范的操作,陈欣还是感到后怕。

陈欣注射的位置分别在太阳穴、眉骨和唇部。结束短暂的注射过程,回到休息室冰敷时,她的确看到自己的面部线条变得丰满,然而代价却是唇部的红肿和眉骨、太阳穴处的青紫。

“信任”的生意

在做完医美项目后的第二天,望着镜中并没有明显变化的面容,陈欣第一次产生了怀疑。

在意识到不对后,陈欣马上联系医美机构的客服,索要发票和病历,却遭到了反复搪塞,就连询问注射进皮肤的到底是什么材料,院方的说法也是一变再变,陈欣意识到自己被骗了,她决定维权。

但真正踏上维权之路,陈欣才发现她手中的“底牌”比想象中更少。

出于对朋友晨晨的信任,她没有怀疑便来到陌生的医美机构消费,可机构却利用了这一点,连维权证明都没有给她留下。

有消费者在踏出医美机构后的几个小时内,就会察觉到其营销手段并产生怀疑。在社交平台上搜索“医美骗局”,便会发现许多网友分享的类似经历。一名步入职场不久的女孩,每月收入仅5000元,却被诱导着购买了近13万元的项目,其中包括10万元贷款。“没有想到,那么多人会合起伙来骗我。”在留言中,女孩配了一个“哭泣”的表情。

陈欣认为,对晨晨的信任是自己受骗的重要原因。

“在被她带去医院做项目之前,我对医美根本不了解,哪怕身边就有人是医美业内人员,我也从没动过去做医美的心。”陈欣说。

两年间,晨晨偶尔会向陈欣推销一些“合作项目”,通常包括一项美容院内的服务和一项其他机构提供的服务。那些项目价格都不高,陈欣也曾购买过一次,后因那家合作机构交通不便而未能成行。当时陈欣只认为这是美容院的正常营销活动,直到身陷医美纠纷后,在互联网上搜索机构的名字,看到了一篇篇的“避雷吐槽”,她这才意识到,美容院的陷阱,设下的比她想象中还要早。

“在日常美容中,美容师会收集顾客的信息,也会观察顾客的性格、试探哪些顾客比较好说话,从而开展下一步的推销。有些脸皮薄、怕麻烦的顾客,容易成为推销的目标。她们在被熟人反复推销时不会拒绝,即使后来觉得不太对劲,她们也不会执着地维权,不会三天两头过来闹。”曾在美容机构工作的何静(化名)说。

让陈欣“上钩”的是经典的“办卡套路”。根据网络上多名消费者的反馈,“低价体验卡”只是诱饵,在消费者进入医美机构后,咨询师只会推销价格更高昂的医美项目,不掏钱很难脱身。

何静因受不了欺骗顾客的心理压力选择辞职。她表示,在之前的店里,老板经常强制性将“职业医美托”叫到店里,并要求美容师配合“表演”。一单2980元的医美套餐,老板会拿走至少一半的返点佣金,而这高昂的提成最终还是要由消费者买单。

一针千元左右的除皱针,医院想要在高额的返点后保留利润,价格常常要卖到万元。“现在大家对医美的了解都多了,医美机构间的竞争也很激烈,尤其是不开刀的‘轻医美’项目价格近乎透明。医美机构要盈利,要么‘新瓶装旧酒’,创造新概念包装老项目,要么削减成本偷工减料或以次充好。”何静说。为了进一步避免麻烦,美容机构还会特意瞄准对医美项目了解不多、没有医美经验的顾客。“这就是一门‘卖信任’的生意。”何静说。

这家所谓的医美机构为何由“熟客”带领,“生客”才能进门,何静表示,一方面,渠道医院可以借“高端隐私”之名包装自身,另一方面,因不同“代理”能拿到的佣金不同,医美项目的价格也不同,“内部人士”陪同更容易避免产生价格纠纷。

医美机构的另一个销售“诀窍”,就是不给顾客任何思考的时间。

对陈欣“前后夹击”的销售人员被业内称为“医美咨询师”,通常没有医学背景,主要任务就是诱导消费者增加医美项目。据了解,一些医美机构还会另外设立公司管理咨询师,以此增加消费者取证维权的难度。

陈欣所做的注射填充项目属于“轻医美”。所谓“轻医美”,一般认为是通过各种非手术医学手段来补充完善传统的手术项目,包括激光治疗、化学剥脱、注射填充、生物技术、射频治疗等,近年来发展尤为迅速。

相关数据表明,非手术类轻医美市场规模由2021年的977亿元增长至1461亿元,其中注射类项目占比40.91%。然而,在轻医美市场迅猛发展的同时,问题也逐渐显现。有机构统计显示,医美市场上流通的针剂正品率仅为33.3%,即每3支针剂中就有2支水货、假货等非法针剂。

“面部血管神经复杂,注射填充危险性很高。如果填充物质注入血管,就可能造成血管堵塞,堵塞血管所支配的区域会出现缺血坏死,如果血栓进入眼底血管,如眼底中动脉,可能会造成失明,如果血栓随着血液进入脑部血管,甚至可能引起脑梗塞、瘫痪。”一名北京三甲医院整形外科医生表示,注射美容是一项对技术、材料都有着严格要求的医疗美容项目,需要人们谨慎对待。

人员机构不具备资质、医疗效果不佳、店方虚假宣传、没有合同明细……陈欣的经历踩遍了这些数得上的“坑”,而挖这些“坑”的,正是自称“渠道医院”的医美机构。

据了解,医美机构的推广手段主要有直客和渠道拓客两种。直客方式是指通过户外和电视广告等方式吸引消费者直接前往店内咨询或消费;渠道拓客方式则是指医美机构渠道商合作,渠道商为医院提供客源,并从中获得分成佣金。

从美容院、美甲店,到网红微商、身边熟人……只要能输送客源,就都能够成为渠道商,利用顾客与医美机构间的信息差,合伙瓜分“天价美容项目”的巨额利润。

“渠道医院的许多医生都没有资质,宣传的专家往往只存在于朋友圈的海报上。”一名医美行业人士表示,医美行业中“重营销轻技术”的情况较为普遍,“有些干得久的医生,不重视口碑,也不怎么脚踏实地,这样的医生做手术,还能靠得住吗?”

艰难的维权

根据北京阳光消费大数据研究院、对外经济贸易大学消费者保护法研究中心等联合发布的《国内医美消费维权舆情报告(2023)》显示,2023年1~5月,医美行业维权舆情总计90769条。

点开陈欣帖子的评论区,下面有来自全国各地网友的好心建议、有对骗局的愤恨感叹,但最多的还是正经历着类似困境的网友的提问,如何维权挽回自己的损失成了他们最关心的问题。

轻医美以美化外貌、形体为主要目的,但目前缺乏统一的标准,损害结果一般难以确定。中国医学科学院整形外科医院面颈整形科主任医师王太玲曾表示,医美结果具有很大主观性,比如一项手术,消费者觉得没有达到自己想要的效果,但在其他人看来手术很成功,双方各执己见,这就容易产生纠纷。判断整形手术是否属于医疗事故,还是主要通过鉴定医疗机构人员在手术过程中是否存在过错。如果消费者难以从专业角度证明

受到损害,其诉讼请求就难以得到法院支持。

考虑到仲裁与诉讼的时间金钱成本,一些消费者在遇到医美纠纷时,会首先选择用质问争吵等较为激烈的方式,与医美机构解决纠纷。但北京恒略律师事务所白佳冉律师表示,这种方式不太可取,一些医疗美容机构会有一套成熟的应对消费者维权的策略,在沟通时如果没有做好充分准备,消费者很容易落入语言陷阱,在后续的维权中处于不利地位。

“医美维权的重点是要保留证据,证明自己的诊疗经历。”白佳冉表示,“如果是合同类的纠纷,消费者需要保存好合同、转账记录、医疗美容机构开具的发票等。如果消费者在医美项目中受到人身损害,那么就需要及时去实施机构封存病历并整理相关证据,比如与机构沟通的微信聊天记录或语音通话记录、整容前后的照片等影像资料,再结合自身情况向医美机构维权。”

《医疗美容服务管理办法》明确规定,美容医疗机构必须经卫生行政部门登记注册并获得《医疗机构执业许可证》后方可开展执业活动,对负责实施医疗美容项目的主诊医师也有着严格资质规定。《中华人民共和国基本医疗卫生与健康促进法》也明确规定,未取得医疗机构执业许可证擅自执业的,由县级以上人民政府卫生健康主管部门责令停止执业活动,没收违法所得和药品、医疗器械,并处违法所得五倍以上二十倍以下的罚款,违法所得不足一万元的,按一万元计算。

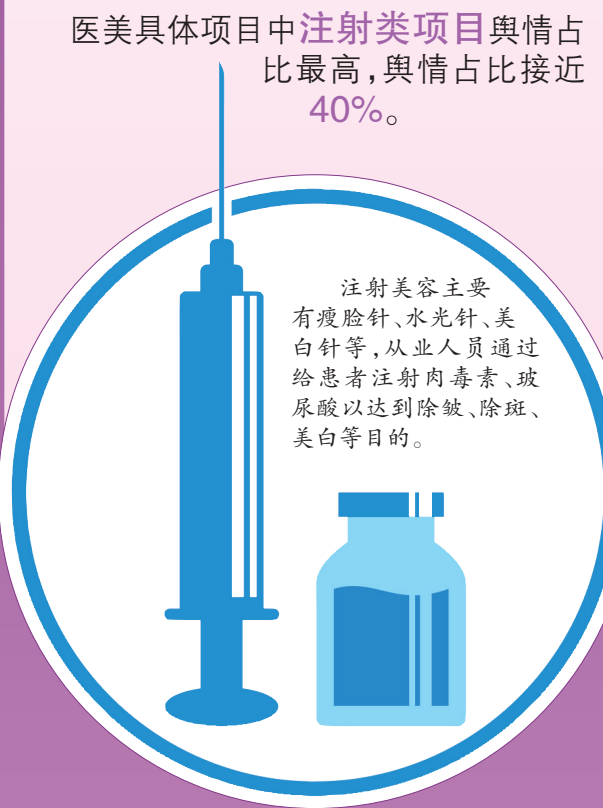
白佳冉建议,消费者可以主动要求医疗美容机构出示医疗机构执业许可证,核实医护人员资质,在进行医美服务时,留存签订的手术知情同意书与相关合同,以便发生纠纷后有效维权。

在咨询律师后,陈欣重新前往医美机构搜集证据,凭借着与客服人员间的录音证据与索要来的简陋病历,她成功从商家手中拿回了退款。

“我的维权已经基本结束了,但是到现在,我也不知道他们给我注射的到底是什么。”她的声音里有些疲惫,“如果给我注射的是国家明令禁止注射的生长因子等材料,导致未来面部畸形生长,那我还是会继续维权。”

这场艰难的维权战斗已经结束,可它造成的余波仍未平息,陈欣仍在等待着未知的“对手”。

《国内医美消费维权舆情报告(2023)》显示



谨慎选择医美 莫要掉进“美丽陷阱”

王恒

现下,医美行业因为低价竞争、虚假宣传、使用非法药品器械等遭到越来越多的诟病,不少医美机构的各种“套路”“陷阱”让为美丽而来的消费者防不胜防,而由此引发的诸多纠纷也成了社会舆论关注的热点。

医美机构想与消费者达成交易,必须取得消费者的信任。为了提高获客率,不少医美机构会与消费者关系密切的商家达成“合作”,通过熟人推荐和口口相传等方式,增加消费者的信任感,并使其在不经意间落入事先编织好的“网”中。消费者一旦入“网”,面对有目的的“话术”洗脑、诱导消费等伎俩,往往一时难以招架、乖乖掏钱,事后则懊悔不已。

而这些医美机构及其“利益同盟”对消费者进行“围猎”,不仅败坏了行业声誉,损害了行业发展前景,更给消费者带来了挥之不去的阴影。

医美是“医疗”与“美容”的结合,直接作用于消费者身体之上,其服务效果不仅是外貌、体型上的改变,更会对消费者的自信心等心理产生影响。因此,医美机构的产品、技术一旦出现问题,其后果不单单是消费者金钱的损失,更会对其身心健康造成极大的负面影响。

由医美纠纷产生的维权难题让很多深受其害的消费者苦恼不堪。一方面,面对医美机构,消费者天然地处在弱势地位。想要维权,却不得不应对医美机构早已准备好的各种“策略”和“花招”,时间、人力成本耗费巨大。

另一方面,则是举证困难。消费者接受医美服务时,往往未注意留存相关的病历、合同等文件,事后去机构索要相关证据则是难上加难。还有部分消费者因为想解解因医美失败带来的社交影响,轻易就删除了过往照片,等维权需要之时,却为时已晚。

医美行业直接关系到人民群众的生命健康。对于医美行业种种乱象,需要相关管理部门在医美机构的登记管理、资质审核等方面发力,加大对医美行业药品器械的核力度,同时拓宽维权渠道、加强维权服务和宣传力度。广大消费者也要擦亮眼睛、不要盲从、跟风、攀比,谨慎选择医美消费,如遇侵权问题,要及时拿起法律武器维护自身合法权益。

医美消费维权舆情类型占比(2023年)

医疗资质问题	人员机构资质问题	33.1%
	药品器械资质问题	
医疗质量问题	医疗效果不佳	31.1%
	医疗感受不佳	
营销问题	虚假宣传问题	35.3%
	价格问题	
	消费问题	
其他问题		0.5%

数据来源:《国内医美消费维权舆情报告(2023)》