

“免费美容”背上网贷

武汉警方成功侦办医美诈骗案



豪华气派的美容医院在微信群里发布免费整形案例模特活动广告,让爱美的女网友欣喜若狂,纷至沓来。就在签订协议后不久,她们竟发现自己落入了“美丽陷阱”,背上了网贷。

近日,调查走访多时的武汉警方一举捣毁这个诈骗窝点,刑拘12名犯罪嫌疑人。据办案民警介绍,这是武汉警方侦办的首例医美诈骗案。初步统计,不到一年时间,诈骗团伙获得近千万元的“销售收入”。

2021年初,武汉市公安局武昌区分局收到一条反映武昌区中北路悦秀美容整形医院欺骗消费者的举报信息。当事人称,经朋友介绍在这家医院做美容手术后,按协议要求完成任务,却突然被停止了事先承诺的奖励返款,导致其背上了网络贷款,她认为其中有诈。

这到底是一起美容手术纠纷,还是一起诈骗案件?专案组安排便衣警察到这家美容医院进行暗访。民警发现,区别于刻意隐匿踪迹的不法窝点,这家医院租用了高层写字楼一楼的门面,装修档次较高。医院内部环境优雅,专业设施齐备。在醒目的墙面上,医院经营执照等一应俱全。医院还专门张贴了一张处理美容纠纷事项的告示,称医院规范经营,如果因手术发生纠纷,可以通过法律渠道解决。

正面取证存在困难,专案组安排警力秘密收集线索。很快,民警联系了山东姑娘晓洁。2020年8月,她曾到悦秀医院美容。她告诉民警,当时,在一个礼仪车模群里看到网友“小Q”发的广告,推荐武汉悦秀医院的优惠活动。“小Q”称,只要和医院签订消费整形协议,不但数万元整形手术的费用分文不收,医院还可以让其担当整形医院的案例模特。不仅如此,如果客人从外地来,机票、车票全部报销。“小Q”还介绍,全国只有20个优惠名额。晓洁迫不及待地赶从山东赶到武汉。

接受面诊时,她表示想做面部脂肪填充。医生检查后,认可她的想法,同时也提出了增加一个新项目的建议,共报价26800元,正好在优惠活动的范围内。

“我真的什么也不需要吗?”晓洁不放心。“您帮我们完成任务就可以了,不过是举手之劳,每月推荐两位有美容意向的微信好友给我们就可以。”听销售人员说出要求,晓洁觉得很轻松,便打消了疑虑。

见晓洁心意已定,销售人员又说:“我们还是要给您一点小小的压力,防止任务落空,影响我们的业绩。”

于是,销售人员向晓洁介绍网络贷款,让其通过网贷先把26800元款项贷出来支付给医院,医院将其分成24期约定两年时间完成,每个月完成后,医院返还1170元,正好就能把贷款还上。

手术后,晓洁回到山东,每个月推荐两位爱美姐妹的微信给医院,医院也如约打来1170元款项。

第4个月突然出了问题。晓洁完成任务后,返款迟迟未到。致电询问客服,竟得到回复:公司任务有变,必须带客上门消费,否则不算完成。

“明明合同里写的是推微信好友,我在山东怎么带到医院来。”晓洁急得团团转。

在武汉本地,也有同样的受害人,50岁的洗碗工李大婶就是其中一位。“我去割双眼皮,自己都不信可以当案例模特,他们一个劲儿地承诺,我就是符合他们条件的人。”两个项目让李大婶背上4万多元的网贷,收入本就不多的李大婶很着急。

今年4月,在前期侦查的基础上,武昌区分局适时收网。专案组调集多个单位警力突袭悦秀整形医院等窝点,措手不及的王某、夏某、彭某等12名涉案人员当即落网。5月25日,出资人朱某也被抓获归案。随着对涉案人员审查的展开,该团伙违法“赚快钱”的情况逐步明朗。

据专案组民警李启明介绍,该团伙瞄准礼仪、模特、主持等有修正形象需要的群体,以及爱美心切经济条件有限的女青年群体,想方设法加入相关微信群、QQ群发布虚假活动广告,用免费案例模特,费用医院全额垫资引人入钩。在当事人来医院后,销售人员抓住“面诊”流程,推销更多项目,每项单价均远高于正常市场价。(新华)

高利润医美业揭秘: 上游瓜分市场利润 中下游“吃土”

“近段时间医美行业并购很火热,收购方背后多是上市公司或大型投资机构,给出的溢价也很高。”中国整形美容协会医美机构分会副会长田亚华日前在接受记者采访时表示,虽然并购热会催生泡沫,但对于市场分散且缺乏品牌影响力的医美机构来说,是一种积极现象。

资本对医美市场前景预期的乐观,也让A股接连不断刮起“医美风”。今年多家上市公司纷纷开启了转型医美之路,甚至有业内人士感叹“沾上医美身价就涨”,全然不顾医美产业链到底哪里“美”。

上游轻松瓜分市场利润

一个行业的爆发,往往源于生态链发生了结构性变化。艾媒咨询统计数据显,2020年中国轻医美用户数达到1520万人,并以复合增长率超过50%的速度持续增长。医美服务已从“轻奢品”转向“快消品”,医美消费从“小众消费”走向了“大众消费”。

巨丰投资首席投资顾问张翠霞在接受记者采访时表示,从目前国家对药品以及医疗设备采取资质管控措施来看,能取得医美上游原材

料和产品、器械领域经营资质的合规企业是相对少数,因此这类企业处于行业的主导地位,分得市场最丰厚的利润蛋糕。

不过,医美行业上游市场近乎垄断的地位正在被动摇,一些外资为主的医美设备制造企业正被国内企业追赶并超越,原材料和产品供应的企业也在增多。由于医美行业是一个正在成长的新兴产业,不断出现新的技术和疗法,因此,创新能力才是这类企业真正的核心竞争力。

中游“最吃土”也最被资本青睐

医美机构作为产业链中游,是支撑整个医美产业的核心部分,也是最被资本青睐的对象,近期多家上市公司公布收购医美机构,股价也得到市场的追捧。

一位医美从业人士表示,医美机构在整个医美产业链中可以用“最吃土”来形容。

表面上医美机构有极高的利润率,但其中三分之一要分给上游原料端,三分之一要分给下游渠道方,自己的利润还要分给知名医师防止对方“单飞”,一旦发生医疗风险,医美机构往往要独自承担。

业内人士透露,医美机

构近年的发展并不顺利,盈利企业也是少数,但医美机构连锁化经营的可复制性,颇受资本欢迎,因此很多投资机构包括上市公司都会跨界进入这一领域,促进了行业集中度提升。

智研咨询数据显示,中国医美相关企业注册量已经从2014年的2384家增长至2020年的8007家,医疗美容项目也从最初的眼皮手术,逐步扩展到隆鼻、面廓整形、隆胸、吸脂、自体脂肪面部填充等。除了美容外科手术,医美也延伸到了非手术方面,包括美容皮肤科、美容中医科、美容牙科、植发等。

下游获客渠道成本上升

由于医美机构分散化特点,使得定价权有逐步向下游转移到医美渠道方的趋势,这也导致医美机构的盈利空间越来越小。

据Mob研究院发布的报告显示,中国医美App用户中,95后逐渐扛起主力大旗,以29.2%比例占据最多用户群。超七成95后医美用户是通过以小红书为代表的分享类App接触医美,超六成的用户被身边朋友“种草”医美。

然而,这些互联网医美公司反而在资本热潮中遭遇冷流,缺乏国内资本的关注,一些App陆续陷入兑付和倒闭危机,一些海外上市的在线医美平台,年内股票最大跌幅则已超过50%。

为了获得新客,这些渠道方不得通过各种方式吸引消费者,背后往往存在代运营、代写代刷的团队造假问题,这种刷量、整形案例造假、代写代发等行为,导致医美渠道的收入长期难以“洗白”。

“互联网虽然给医美渠道带来一定的内容模式创新,但并未改变整个行业的畸形发展。医美作为一种高度定制化服务,仅靠互联网是无法实现充分的信息获取,它需要完整的线上、线下服务体验,帮助消费者正确认识医美,了解自己对于美的需求,目前来看在线医美平台还无法提供此类服务。”田亚华说。

(证券日报)

■ 魏江磊谈脑病

魏江磊,上海曙光医院神经内科原主任、3个上海名医院开的医院——无锡锡可中医医院创始人之一、受邀出版《魏江磊学术集萃》。

名医也曾患有偏头痛 如今擅用虫药通络止痛

丁阿姨:偏头痛快40年,年轻时吃头痛粉,现在吃止痛药感觉“没劲”,每次发作恶心想吐,不能吹风,夏天空调都不敢开,该怎么办?

名医解读:这是典型的偏头痛,血管神经功能紊乱,受到风寒刺激容易发作、加重。中医讲通则不痛,治疗的关键要“活血”,魏江磊强调完整的活血包含“行气化瘀通络”三方面。

魏江磊教授年轻时也曾患有严重

的偏头痛,喝水都吐,后在一位全国名老中医处寻得一副方子,吃8周后至今30多年过去,偏头痛未曾复发过。

如今他不仅将这个方子应用于临床,还要求药房采用现代破壁技术加工,并制作传统丸剂,为保证疗效且改善口感,方便患者服用。

