

“颜值经济”不能野蛮生长

医美APP正在制造“美丽陷阱” “失范”行为亟待有关部门“精细监管”

随着“颜值经济”不断升温，整形、医美成为不少爱美人士的选择，医美APP平台应运而生。

众多定位为“社区+点评+团购”的医美平台，原本是从提供咨询、服务用户的立场出发，打造以内容创作、社群参与以及线上预订为主的商业模式，吸引用户和医美机构，弥合供需两端的信息鸿沟。

然而，不少用户表示，一旦进入医美APP便成了商家“精准围猎”的目标，所有浏览内容都与商业紧紧绑定。

再加上平台对入驻商家、发布内容审查把关不严，为不正规的从业者提供了生长温床，消费者利益难以保障。

被“洗脑”后， “对自己越看越不顺眼”

“我们在APP上看到的所有内容，都是平台、机构精心包装设计的‘软文’。”一位“资深”医美消费者直言。这些内容看似是为用户提供参考，实际却是为不良商家洗白、蒙骗消费者的营销手段。

“您感兴趣的方面是？”一打开各类医美APP，立即就弹出针对用户需求的标签勾选——吸脂、注射玻尿酸、抗衰老……用户一开始就被精准画像，一步步掉进营销陷阱。

记者看到，平台里铺天盖地的美女扑面而来，“离婚妇女整容改变命运”“成功换头成人生赢家”“如果不是做了这个鼻子，你今天怎么拽得起飞”“别人屁股已经开始做线雕了，你还在犹豫脸上要不要做”等片面夸大医美效果的标题，极具煽动性。

“为了营造‘全民整容’的氛围，这些APP编造了大量‘整容改变命运’的凡人故事。”长沙一家医美机构营销人员王芮告诉记者。

同时，各类明星整容、微整形等博眼球的话题充斥，“某女星整形实锤”“某女星没有谁整得多，为什么看起来更僵硬”等帖子点击量很高。“很多帖文动辄蹭明星热度、已经出现多起被明星起诉的案例。”王芮透露。

“看多了平台里的整容脸，感觉被‘洗脑’，审美都发生了偏差，对自己越看越不顺眼”，长沙市民徐乐说，“只要不是欧美双眼皮、瘦削瓜子脸、高尖肋骨鼻，都觉得不对劲。”

为了增强客户“焦虑”心情，有的平台还开启“魔镜”功能，用人工智能自动测脸。对准手机前置摄像头，快门一按，3到5秒就有了“AI美学诊断全脸分析”结果。APP会根据照片自动生成对用户年龄、五官、类型的测算，提出类似“鼻长偏短”“眉毛偏细”“下颌角略宽”等分析，还分别从智力感、距离感、年龄感进行打分。

一位用户告诉记者：“平台用一种标准的美貌‘模板’，来查找你脸部的缺陷，为用户量身定制‘焦虑文案’，再进一步提出‘变美方案’，并通过你的定位，直接推送所在城市的医美机构信息给你。”

不少用户吐槽，在医美平台上随便浏览几个帖子，立即就会收到数家医美机构的私信，甚至还会接到线下商家电话，营销攻势强劲。

“用了医美APP，就等于打开了让医美机构来骚扰你的大门”，徐乐吐槽，“自从我在一个APP上注册，就经常接到各家机构的项目推荐电话，毫无隐私可言。”

“整形机构经常发布一些分析某明星整容失败的帖文，对各整形项目的技术种类分析、安全系数测评头头是道，让人产生这家机构技术更高明的错觉。”一位用户告诉记者。

“消费者很在乎机构的资质和积累的案例，喜欢询问有没有明星在这里做过手术。网络营销员通常回答，‘肯定有，但明星签了保密协议，不能透露’。有的则说，‘有很多网红，比如小杨幂、小迪丽热巴、小刘亦菲’，听起来言之凿凿，但不知真假。”这位用户吐槽。



资料图片

高价买“图”，催生“整容日记”造假产业链

不少医美APP对平台发布内容监管不力，虚假营销、美化商家、竞价排名等行为屡禁不止，基本形成了“亲商家坑用户”的模式。

对于整形消费者来说，商家说得再好听，也不如一个普通人真实的案例吸引人。因此，平台充斥着大量整形用户的日记和案例，通过术前、术中、术后的照片对比，来佐证医美机构的技术和服务。常常几张照片，就能引来成群的用户询问：“哪家机构做的？”

记者发现，平台发布的几乎所有整容前后照片对比，都是手术前素颜+原相机拍摄，手术恢复后化妆+美颜相机拍摄，再加上各类滤镜、PS美颜技术，观感差别很大。

为了让整容成功案例更丰富，很多机构不惜高价买“图”，从而催生“整容日记”造假产业链。

“电商平台上有很多‘医美案例对比图’商品，有的机构还专门组织人，去悄悄拍摄其他机构整形者的术前照，再通过化妆、PS合成‘整容照’，宣称是自己的案例。”王芮透露，“如今PS技术发达，哪怕不整容，要做出这样的照片对比，在技术上也不是难事。”

一些细心的用户发现了其中的“猫腻”：“同样的照片，在不同平台上出现，被冠以不同的人物、故事，指向不同的整形机构。”还有人甚至发现，同一个发文用户，在不同帖子中，描述自己所做的整形项目都不一致。

做过整形的人，一般都不太愿意承认，但平台上为什么会有这么多人愿意分享自己的整形经历呢？实际上，一方面，平台方会以补贴的方式，激励用户分享案例；另一方面，医美机构也会直接给“带客”“引流”的“中介”不菲的提成，这已经成为行业内公开的秘密。

于是，众多分享整形经历的医美博主成了“托儿”，不少机构还雇有专业“写手”团队，手握多个水军账号。

“写帖文分享自己的‘血泪’整容史，历数自己数次失败案例，最后终于找到了靠谱的医师，实现华丽转身，这类文章最容易骗取读者的信任。”王芮说。

王芮告诉记者：“有些医托甚至‘欲擒故纵’，在文中声称自己不是‘托儿’，不点明具体的机构，从而吸引用户纷纷找她私聊。她再根据每个人的不同需求，编造各种经历，将用户‘带客’去某家机构，并收取不菲的提成。”

医美平台还存在“出钱多内容靠前”的竞价排名现象。“从商家入驻，到帖文发布再到展示位置，都不是免费的午餐。”王芮说，为了进一步扩大“吸金”能力，医美APP对机构、医师审查“宽松”，对前置展示位收取高额费用，帮机构虚假刷单刷评论，甚至过滤掉用户对合作商家的投诉曝光。

“平台对用户是免费的，只有用户掏钱消费，平台才有盈利、提成，因此都会站在商家立场上坑用户。”王芮说。

“野蛮生长内容失控” 医美APP需严管

据德勤咨询公布的报告显示，中国医美2017年的市场规模达到了1925亿元，居全球医美市场第二位。德勤预计，2022年中国医美市场有望达到4810亿元，居世界首位。

一方面是快速膨胀的市场需求，一方面是有资质的机构、医师供给不足，由此产生了巨大的市场缺口，催生了很多打擦边球、非法行医的医美机构。

这些机构大多依赖线上APP做宣传、引流，湖南大学工商管理学院教授朱国玮说：“线上宣传造势，线下机构资质存疑，手术质量不高，售后难以得到保障，导致医美行业纠纷、投诉居高不下。”

朱国玮告诉记者，目前市场上的医美APP，大多采用“类大众点评”模式，为线下的各医美机构导入流量。APP用内容、服务吸引用户成为潜在消费者，又和商家机构有着密不可分的利益关联。

他分析，由于没有实体技术、资源，服务同质化，医美APP平台处于整个医美行业的下游。面对竞争，平台对入驻机构资质审查时“睁一只眼闭一只眼”，用较低的广告费用吸引“劣质”机构，出卖消费者信息给商家，用非法手段牟取利益。

多位业内人士指出，平台吸引用户是前提，但导流、分成、广告才是真正的吸金来源。因此，用户信息泄露、入驻机构刷单、虚假内容发布、选择性屏蔽真实投诉帖等现象屡

禁不绝。

另外，片面夸大医美效果、过度推崇医美、隐藏医美风险，也成为医美APP的“通病”。

用户“粘度”难以持续是医美APP商业模式面临的一大困境。“医美行业中的核心资源是优秀整形医师，一旦用户找到了满意的医师，线上消费就会转移到线下，平台可持续发展能力存疑。”朱国玮说。

长沙多家医美机构负责人建议，对于医美APP普遍存在的“失范”行为，期待有关部门“精细监管”。否则，任由平台扰乱市场秩序，容易出现“劣币驱逐良币”的恶性循环。

朱国玮认为，对于虚拟化的平台软件，需要相关部门使用先进手段，采取督导结合的方式，有效提供管理服务。另一方面，线下医美行业乱象也亟待严格监管。“医美行业作坊式经营、医师挂牌‘走穴’、手术效果质量堪忧等问题，亟待相关部门关注。”

对于医美APP自身发展而言，需要进一步完善商业模式，摆脱完全依靠广告分成的商业困境。

“优质平台可以利用大数据信息，做类似‘医疗美容师缺口’等医疗整形指数预测分析”，朱国玮建议，“也可以和专业机构合作，做医师培养、实体投放等业务，回避产业弊端，真正做大医美APP的商业前景。”



资料图片