



医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或侵入性医疗技术方法对人体各部位的修复或者再塑。医疗美容领域的欺诈除了虚构疗效和夸大宣传外，往往还包括医疗机构或医疗人员缺少医疗资质、擅自更换医疗机构或服务人员、违规引流等。在审理医疗美容案件时，应当严格审查医疗美容机构的诊疗服务行为全貌，秉持社会主义核心价值观，切实保障好消费者的合法权益。

医疗美容欺诈行为及责任的司法认定

医疗美容欺诈的类型分析

医疗美容欺诈应当符合具有欺诈故意、存在欺诈行为、消费者陷入错误、误导消费者进行消费四个方面。在医疗美容领域，则主要包含以下几种类型：

一、虚假宣传

虚假宣传是最为传统和典型的欺诈类型。虚假宣传作为一种恶性竞争行为，散见于法律规范之中，意为宣传呈现的内容不实，意图导致信息接收者产生错误认识。其表现形式大致包括虚构、夸大美容机构的地位、市场影响力、行业认可度，虚构相关医生专业资质、执业经历、职务职称，夸大产品特征或手术效果等。关于虚构和夸大医疗机构的地位，例如，在林某诉北京某医院有限公司医疗服务合同纠纷案中，该医院自称为“综合性国家正规三甲老医院”，患者李某出于信任至该医院诊疗花费6万余元。经查，该医院仅为一级医院，而非三级甲等医院，法院据此判令该医院承担三倍的赔偿责任。而医疗美容机构夸大产品特征和效果方面则更为普遍和多见，例如，在杨某诉成都某医学美容门诊部有限公司服务合同纠纷案（人民法院案例库参考案例，入库编号：2025-18-2-137-001）中，患者杨某至医美机构行鼻部整形，医疗美容机构却将国产膨体冒充进口膨体，术后发生感染症状，法院认为成都某医学美容门诊部的行为构成欺诈，判决承担惩罚性赔偿。

二、虚构资质

虚构医疗机构资质或医疗人员资质，违规向患者提供超出资质等级的医疗服务也将构成欺诈。作为专业的美容机构经营者，其为消费者提供的医美服务往往涉及消费者的人身、健康安全，理应知晓提供相关服务应当具备相适应的资质。若美容机构及其具体的经营人员、操作人员不具备相应资质就向消费者提供相关医美服务，或者尽管具有资质但资质未达到标准，或者在手术过程中擅自更换没有资质的操作人员，抑或夸大资质等级，都应当视作主观上具有欺诈消费者的故意，从而应当适用惩罚性赔偿。根据《医疗美容服务管理办法》（2016年修正），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。而负责实施医疗美容

项目的主诊医师必须同时具备下列条件：一是具有经注册的执业医师资格；二是具有从事相关临床学科工作经历（实施美容外科项目的应具有6年以上从事美容外科或整形外科等相关专业临床工作经历、实施美容牙科项目的应具有5年以上从事美容牙科或口腔科专业临床工作经历、实施美容中医科和美容皮肤科项目的应分别具有3年以上从事中医专业和皮肤病专业临床工作经历）；三是经过医疗美容专业培训或进修并合格，或已从事医疗美容临床工作1年以上等。但凡不符合上述条件之一，即构成违规向患者提供医疗美容服务。

三、虚假承诺

经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的民法基本原则。消费者享有知悉其所购买商品或者接受服务真实情况的权利。医疗美容机构及其经营者应当向消费者提供商品的真实信息，不得做虚假的承诺和保证疗效。虚假承诺医疗产品、医疗服务效果，过分夸大自己的医疗技术水平和能达到的结果，诱使患者购买相关产品、服务的，将构成欺诈。例如，在刘某诉某医院医疗服务合同纠纷案（北京市第三中级人民法院2025年11月11日公布的依法审理医疗领域消费欺诈案件典型案例）中，某医院在广告中强调隆鼻整形“无排斥反应”“手术一次成型”“无需反复”等，夸大了隆鼻填充术的效果，与患者刘某手术后出现的并发症大相径庭，法院据此认定某医院构成欺诈，支持刘某主张的三倍赔偿诉请。

四、过度治疗

过度治疗，是指医方在诊疗活动中，违反法律规定的义务或与当事人约定的义务，为患者提供远超治疗疾病所需的医疗服务，从而导致患者财产损失及人身损害的行为。认定构成过度医疗，医疗机构或医务人员主观上需存在恶意，同时也违反了相关法律法规、医疗管理制度的要求，违背了作为医务人员的职业道德；医疗行为本身需是过度的、多余的，甚至是对患者有害的。2025年3月15日，最高人民检察院与中国消费者协会联合发布了一批消费者权益保护公益诉讼典型案例，其中一个案件中，黄石某医院对125份病历中113份存在无手术指征的患者强行手术，牟取不法利益17万元，构成了典型的过度医疗。检察机关据此提起公益

诉讼，法院最终以黄石某医院存在“欺诈”定性该过度医疗行为，从而支持了惩罚性赔偿。

归责的考量因素

一、职务代理：机构及其工作人员

医疗美容机构、医疗服务具体实施者以及医疗机构的工作人员存在欺诈行为，其赔偿责任应由该医疗美容机构承担。职务行为本身属于职务代理，据此可将工作人员的行为后果直接归属于该组织。医疗美容机构中的工作人员包括相关负责人、一般职员、医护人员等。作为消费者，碍于信息差和专业能力，如果医疗美容机构的相关人员作出相应的承诺或表示，应认为该承诺或表示的法律效果及于该医疗美容机构。

二、表见代理：第三人

当前医疗美容行业中，广泛存在“渠道”人员，通过推介医疗美容服务而取得返现，甚至获得“定价权”而获取大部分医疗美容服务费，当纠纷发生时，却因系个人而脱逃于法律关系之外，亟待法律规制。若“渠道”人员在推介业务时以医疗美容机构的名义开展宣传活动，实际收取消费者服务费，促成交易实现，发生纠纷后又斡旋其中，达到足以令消费者信赖系医疗美容机构人员的程度，则该代理行为仍然有效，其后果拘束医疗美容机构。特别是当消费者是善意且无过失时，如强令代理行为无效，置善意相对人的利益于不顾，势必影响交易安全。

惩罚性赔偿的考量及范围

对商品或服务的相关信息应当作广义理解，既可以包括关于商品或服务自然属性的信息，也可以包括商品生产者、经营者、服务提供者的信息，还可以包括商品的市场信息。当认定是否属于虚假宣传、虚构资质、虚假承诺和过度治疗构成欺诈时，要考虑该行为是否对购买行为有实质性影响。如果信息虽然不真实，但对购买决策没有实质性影响的，不宜认定为欺诈。反之，则应当予以认定。在赔偿标准方面，我国目前采用三倍赔偿标准。在赔偿范围方面，存在按照全部商品或服务的价格与按照存在欺诈部分的商品或服务的价格计算的分歧。通常情况下，需根据欺诈部分的商品或服务在整个商品或服务中的作用或地位进行综合判断。

一、部分计算情形

当欺诈的部分具有单一性或可分性时，应当以接受该部分医疗美容服务所支付的价格作为惩罚性赔偿的基数。具体而言，当消费者接受了单个的医疗美容服务，该服务的提供过程中存在欺诈的，以该单个服务的价款作为计算惩罚性赔偿的依据。同样，如果消费者接受了多个医疗美容服务项目，但仅有其中一个项目存在欺诈，该项目与其余项目互不隶属或牵连，则亦仅就该单个项目的价款作为计算惩罚性赔偿的依据。如消费者在医疗美容机构分别行眼部整形与鼻部整形，当医疗美容机构仅对鼻部整形存在虚假宣传、虚假承诺和过度治疗等欺诈行为时，不宜将眼部整形费用一并纳入惩罚性赔偿金额计算之中。

二、整体计算情形

当欺诈行为涉及医疗美容整体，或者尽管仅在部分美容项目中存在欺诈，但该项目与其他项目之间具有不可分性或紧密牵连时，应以整体服务价款作为惩罚性赔偿的计算基数。例如，在上述杨某与成都某医美公司服务合同纠纷案中，法院认为，双方合意是接受隆鼻整体塑形服务。虽然手术项目包括“鼻中隔延长术”“鼻小柱延长术”“鼻尖再造术”等，但成都某医美公司对杨某实施的手术是对膨体与自身肋软骨雕刻缝合，从而形成完整鼻部的医疗美容服务，杨某不能也没有必要单独购买膨体；杨某的支付凭证也能证实其接受的是鼻部医疗美容，不应将三个手术项目割裂计算。可见，如果消费者购买的商品或服务是一个不可分割的整体，而存在欺诈的商品或服务不能独立于整体且属于核心关键部分，则经营者应当按照整体商品或服务的价格为基数而非按照存在欺诈部分的商品或服务的价格为基数承担惩罚性赔偿责任。

结语

在医疗美容案件的审理中，应依法审慎认定是否构成欺诈：第一，严格区分欺诈类型，明晰欺诈构成及其责任范围；第二，要将具备表见代理特征的“渠道”人员的违规行为归责于医疗美容机构，维护好消费者的合法权益；第三，在欺诈实体认定时，要区分服务接受者主观感受未达到预期效果与客观上已经构成损害之间的关系，把握好故意误导和错误决策这一实质要件，将违规行为与民事欺诈严格区分，既保护消费者的合法权益，也维护企业合法依规经营。

（作者系上海市杨浦区人民法院民事审判庭副庭长、一级法官）