

黑名单待建 非法医美将被围堵

水光针正品还是水货傻傻分不清楚,美白舱是否有用?蓬勃发展的医美市场难免藏着暗角。6月10日,国家卫健委发布《关于印发打击非法医疗美容服务专项整治工作方案的通知》(以下简称《通知》)称,国家卫健委等八部门定于2021年6-12月在全国范围内开展打击非法医疗美容服务专项整治工作。工作任务包括严厉打击非法制售药品医疗器械行为,严肃查处违法广告和互联网信息等。值得一提的是,各部门将对严重违法犯罪的机构或个人依法依规建立“黑名单”,并纳入社会信用体系,实施联合惩戒。



四“严”的整治工作

为期半年的专项整治工作将围绕“严厉打击非法开展医疗美容相关活动的行为”“严格规范医疗美容服务行为”“严厉打击非法制售药品医疗器械行为”“严肃查处违法广告和互联网信息”这四“严”展开。

在严格规范医疗美容服务行为方面《通知》要求严禁机构聘用非卫生人员、超范围开展诊疗活动,严禁“以次充好”、使用不符合国家规定的药品、医疗器械和消毒器械等。

此外,在严厉打击非法制售药品医疗器械行为方面《通知》要求加强我国境内上市的药品和第三、二类医疗器械产品注册管理,未取得注册批准的产品不得上市;未依法取得药品、医疗器械生产、经营合法资质的,严禁从事药品、医疗器械生产、经营活动。

未获批医疗器械等资质,但从事经营活动的例子不在少数。以火热的水光针为例,北京商报记者了解到,水光针的主要成分为注

严禁医美机构聘用非卫生人员、超范围开展诊疗活动

未经依法审查取得批准,严禁发布医疗广告,或以新闻形式、医疗资讯服务专题(栏)、健康科普等形式变相发布医疗广告、虚假信息

严禁发布虚假医疗广告以及服务资讯类信息

各部门对严重违法犯罪的机构或个人依法依规建立“黑名单”,并纳入社会信用体系,实施联合惩戒

国家卫健委牵头建立医美机构专项整治联络员制度

严禁违规分解手术项目

严禁价格欺诈,以及不按规定项目名称和标准收费

专项整治工作方案要点一览

八部门定于2021年6-12月联合开展打击非法医疗美容服务专项整治工作

射用透明质酸,在我国按照三类医疗器械进行管理,生产和经营此类产品须取得相关资质。而市面上的一些“水光针”产品,其批准文号为“妆”字号。

医美项目套路多

市面上的医美项目让消费者眼花缭乱

乱。作为十分火热的医美项目,美白舱单次价格在300元左右。华悦府医疗美容相关工作人员介绍,美白舱用固定二级管发射低能量激活细胞线粒体,舒张与强化微细管,修复老化皮肤。治疗过程简单,只需要先清洁身体,涂抹美白精华,平躺20分钟便可达到效果。

新氧实验室运营负责人张琪告诉北京商

报记者,美白舱宣称给求美者涂抹所谓的美白精华并照射红光后,肤色就会显著美白,但是在模特洗掉精华后并没有明显美白效果。专业检测颜色的分光测色计检测结果显示,洗去精华后肤色逐渐还原至原本肤色,又通过MPA10检测了手臂亮度,也显示美白舱对肤色的提亮效果也只能维持短暂1周,直至恢复初始水平。

北京商报记者 姚倩

搭上华为进京卖车 赛力斯准备好了吗

官宣“卖车”一个多月,赛力斯展车终于开进华为北京授权店。北京商报记者走访发现,“华为版”赛力斯SF5已悄然进驻北京金地广场华为授权店。该店工作人员表示,新车到店后吸引不少进店消费者关注,但“为什么不是华为制造”“赛力斯是谁”等,也成为他日常最多解答的问题。业内人士认为,凭借华为背书,赛力斯收割了一波定单。但赛力斯并未出现在首批华为鸿蒙系统名单中,退去华为“光环”,赛力斯相对羸弱的品牌力及产品力,让该品牌在逐渐扩大的华为卖车体系中充满不确定性。

问的多买的少

位于北京大望路金地广场一层的华为授权店内,一辆蓝色赛力斯SF5展车颇为显眼。展车毗邻手机展台空间略显局促。虽然不像造车新势力体验店设有专门的洽谈区,但该店还是在展车旁边摆放了座椅,并放置销售人员名片。

“目前北京金地广场和崇文门华为授权店均有展车,但未来并不是所有华为授权店均售车,一些面积较小的店面不具备摆放展车的条件。”一位华为授权店专门负责汽车销售的工作人员表示,手机与汽车销售人员是分开的,售车人员上岗前经过专业培训,目前金地店内共有3位汽车销售人员。

据了解,作为华为首款销售车型,此前“华为版”赛力斯SF5已在上海和深圳部分华为授权店开售,并获得不错的订单量。上述销售人员称,店内可以安排试驾但需要提前预约。同时,由于是定制生产,消费者购车需交纳1万元定金,店内工作人员会帮助消费者在赛力斯App下单订车。

北京商报记者发现,尽管不是周末,但半个小时内有6组消费者进店咨询,不过多数消费者是对华为店出现汽车感到好奇。对此,一位销售人员坦言,展车进店后,消费者咨询的最多问题是“这是华为制造吗?”当得知该车型仅为华为合作车型,车辆本身制造商为赛力斯时,接下来的问题便是“赛力斯是谁?”

“其实,在销售该车型前,我也不知道赛力斯是谁。”该销售人员笑称。据透露,“华为版”赛力斯SF5在崇文门华为授权店开售一周,仅收获一张订单。一位华为授权店销售人员表示,目前消费者“问的多,买的少”,加之对于增程、插混、混动等车型,在北京并不能使用新能源小客车指标,只能使用燃油车指标,更多消费者还处在观望期。

交付要到直营店

值得注意的是,华为授权店仅提供在线下单和试驾环节。一位赛力斯客服人员表示,车辆交付及售后由位于北京五方桥的赛力斯用户体验中心负责。

在该用户体验中心,北京商报记者看到,展厅内摆放着4辆不同配置的赛力斯SF5,消费者若有试驾需求,也有试驾人员一对一进行服务。华为授权店属于代售,消费者下单后的新车交付及未来的售后保养还是要到用户体验中心。“一位赛力斯用户体验中心工作人员称,同时,他指着店内一辆绸布覆盖的展车说,该车即将发往华为授权店,北京华为授权店内的展车均由用户体验中心提供。

“用户体验中心也能完成订单服务,选择与华为合作能借助华为的渠道优势。”该工作人员说。据了解,此前北京共有2家赛力斯门店,但由于渠道调整,位于北京北辰亚运村汽车交易市场内的门店已经关闭,目前赛力斯在北京仅剩五方桥用户体验中心。



展车毗邻手机展台,空间略显局促



“华为版”赛力斯SF5进驻北京金地广场华为授权店

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,对于赛力斯而言,华为能带来客源,帮助其实现增量。同时,对华为来说,技术合作得到分成的同时,整车销量也能帮华为获利,并借赛力斯试水汽车行业。有消息称,在赛力斯车辆销售分成上,华为能够获得汽车销售额的10%左右。其中,华为线下门店的分成成为销售额的7%-8%。但是,崔东树也表示,相比今后更多华为授权店售车,目前赛力斯门店的布局稍显缓慢。以北京为例,一

仅剩1家用户体验中心

此前北京共有2家赛力斯门店,但由于渠道调整,位于北京北辰亚运村汽车交易市场内的门店已经关闭,目前赛力斯在北京仅剩五方桥用户体验中心。

家用户体验中心很难应对增量后的售后需求。对此,上述用户体验中心工作人员透露,未来东风小康经销商有望加入,负责赛力斯车型售后项目。

光环能顶多久

事实上,如果退去华为的光环效应,赛力斯的品牌力及产品力并不乐观。赛力斯是谁?2016年,赛力斯母公司小康

汽车投资3000万美元成立金康赛力斯,2017年以1.1亿美元收购美国汽车解决方案集成供应商AM General公司位于印第安纳州的民用汽车工厂,2019年推出赛力斯SF5。

彼时,赛力斯还未与华为合作,SF5为一款搭载1.5T发动机的增程式中型SUV,但上市两年该车型销量并不理想。数据显示,去年赛力斯SF5销量仅为1015辆。有消息称,由于销量低迷,今年初金康赛力斯以1.45亿美元的价格低价出售曾经耗资1.6亿美元(包含改造费用)打造的美国生产基地。这意味着,在与华为合作前的赛力斯产品、品牌均处弱势。

与此同时,头顶华为光环后,这家科技巨头改变了赛力斯什么,也成为关注焦点。北京商报记者发现,事实上双方的合作并未在根本上解决赛力斯较弱的产品力。上述赛力斯用户体验中心工作人员表示,“华为版”赛力斯SF5的前电机和发动机依然由小康汽车提供,后轮电机则由华为提供。这意味着,在“三电”方面该车型提升并不多。

同时,在消费者关注的车载系统方面,目前销售的“华为版”SF5车型依旧为赛力斯系统,HUAWEI HiCar智慧互联系统要在消费者购车后通过OTA升级才能更新。不仅如此,相比已经宣布即将搭载华为鸿蒙系统的北汽极狐,先一步与华为合作的赛力斯还未宣布是否搭载鸿蒙系统。上述赛力斯客服人员表示,目前未得到赛力斯车型搭载鸿蒙系统的消息,如有相关信息官网将进行披露。针对后期车型是否还与华为进行合作,北京商报记者联系小康汽车相关负责人,但截至发稿,尚未得到回复。

此外,有报道称,后续其他华为赋能的汽车品牌也将陆续进驻华为智选平台,赛力斯也将与更多车企在华为平台竞争。汽车行业专家颜景辉表示,抛开华为加持,在产品方面赛力斯的竞争力并不强,短期内能够依靠华为光环收割销量,但随着热度降温赛力斯的后劲很难预期。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄