

是谁让初普美容仪成为“大街货”

第一个进入中国市场、频繁出现在各大直播平台、有着“逆转肌龄、驻颜青春”的“神奇”功效……初普美容仪火有火的道理。然而，北京商报记者调查发现，走红背后，初普美容仪已经从当初定位高端的品牌变为如今随处可低价购买的“大街货”。这一方面是初普美容仪为保销量自降身价，并多次陷入虚假宣传品牌受到影响；另一方面则是低价高仿产品混迹市场，产品质量堪忧。

初普系列产品原价活动价对比

TriPollar stop vx Gold金钻旗舰版美容仪
原价为7864元 | 活动价为4998元

TriPollar stop vx美容仪
原价为6115元 | 活动价为3992元

TriPollar stop eye2二代美容仪
原价为3864元 | 活动价为1998元

TriPollar stop美容仪
原价为2990元 | 活动价为2090元



打折出售成常态

初普美容仪有多火？小红书上1万+的推荐笔记，抖音上不计其数博主的推荐，这种出现频率，即便是你没有用过，也会听说过有这么一款美容仪的存在。值得注意的是，被疯狂推荐的初普美容仪正在被打折出售。

在淘宝TriPollar初普旗舰店，一款今年推出的新款TriPollar stop vx Gold金钻旗舰版美容仪价格为7864元，活动到手价格为4998元，直降2866元，接近3000元。京东初普旗舰店同款产品原价为5888元，优惠后到手价为4798元，直降1000元左右。而另一款TriPollar stop eye2在各大电商平台的优惠力度也都超1600元，其中抖音平台该产品原价为3580元，领取优惠券后的价格为1980元。

其实，初普美容仪打折出售在一定程度上已经成为日常，部分产品打折力度基本在2000元左右。此外，在李佳琦直播间，TriPollar stop vx Gold价格为3922元，比原价低了一半。

值得注意的是，打折出售并非初普美

容仪最初方向。资料显示，自2012年初普美容仪进入中国市场以来，便定位高端，以“80后”“90后”一二线城市的都市丽人为主要消费群体。

北京商报记者从知情人处获悉，在2014年期间，初普产品售价为3388元左右，为当时市场最高价，是当之无愧的高端产品，但随着后续的发展，初普产品逐渐与高端市场脱节。

据了解，目前，初普在中国市场的主营产品分别是作用于面部和颈部的stop vx及眼部和细节皱纹处的stop eye。其中，stop vx系列产品价格在6000元到8000元之间，优惠之后的价格在3000元到5000元之间；而stop eye系列产品价格在3000元到4000元之间，优惠之后的价格则在1000元到2000元之间。

一位业内人士表示，初普美容仪进入中国市场之初确实定位高端，但随着后来多个外资高端品牌进入，这些产品价格基本在上万元，功能也更强，而初普美容仪在功能创新上没有太多进展，价位也停留在4、5千元左右，逐渐无法与高端市场匹配后有些转向中低端市场。

折扣力度不小，初普的销售情况颇为

亮眼。相关数据显示，2020年初普美容仪“双11”销售额超5亿元。2020年TriPollar初普在中国GMV（即网站的成交金额）达约10亿元。

相关资料显示，初普美容仪为以色列医疗健康公司Pollogen旗下产品，2012年正式进入中国市场，是第一个进入中国市场的家用美容仪品牌。

自降身价求销量？

作为第一个进入中国市场的家用美容仪品牌，初普美容仪从高端逐渐走向中低端市场，或许和品牌方及代理商的“自降身价”分不开关系。

北京商报记者从知情人处获悉，初普前代理商上海奋博电子商务有限公司（以下简称“上海奋博”）之所以中途选择与Pollogen公司结束合作关系，主要是因为随着竞争品牌大量涌入，TriPollar数据开始下降。面对日益严峻的市场环境，TriPollar母公司Pollogen问题显露，新品研发投入少、速度慢，销售手段单一，逐渐落后于高端市场节奏，为了数据的稳定放弃高端市场，并通过降低价格转战中低端市场，

这种行为与公司主张的高端策略不符，所以终止合作。

据了解，2014年，上海奋博与Pollogen公司达成合作关系，成为初普中国线上代理。随后依托移动互联网的风口，在2015年开设天猫旗舰店，推动初普产品进入消费者视野。接着在2016年，上海奋博成为初普亚太独家代理，合约签至2021年底。不过，在2020年5月，上海奋博与Pollogen公司结束合作关系，初普代理变更为南京美洲豹。

由于南京美洲豹方面未针对相关问题给予回应，上海奋博口中的“新品研发投入少，为保销量放弃高端市场”说法是否属实暂未能得到验证，但从南京美洲豹的财务状况来看，刺激销量或许是行之有效的策略之一。2020年4月，南京美洲豹在南京建邺区市场监督管理局组织的听证会上公开表示，公司经营状况不好，属于半停业状态，需要承担人员工资和房租，无力承受5万元罚款。

更换代理商后初普美容仪的打折促销战略奏效，2020年TriPollar初普在中国GMV（即网站的成交金额）达约10亿元。然而，问题也随之出现。2020年年底，初普一款产品因在宣传语中使用“获得美国FDA技术认证”被质疑虚假宣传，最终此事以初普删除相关宣传收场。

此次的虚假宣传事件给初普美容仪带来一定的影响，在一份关于初普产品虚假宣传的公开回应中，初普美容仪公司表示，因陷于“虚假宣传”舆论风波，在随后开始的双旦促销季中，公司的业绩与原先的预计销售规模产生了非常大的差距。

初普美容仪营销翻车事件还在继续。2021年8月期间，因李佳琦直播间初普产品使用“全脸激活胶原蛋白、提拉紧致、提拉淡纹，效果巨明显，坚持用了一个月，就相当于打了一次热玛吉，效果真的很可怕很神奇”等词汇，被当地市监局认为忽悠并误导消费者、虚假或者引人误解的商业宣传为违法行为。

此外，北京商报记者发现，作为小家电的TriPollar初普旗舰店美容仪产品在宣传界面依旧使用“提拉下颌线”“激活胶原，激活苹果肌”“提拉肌底、定格年轻”等医疗器械用语。

对于上述情况，北京商报记者对国家药监局进行电话采访，但电话未接通。在四川天府健康产业研究院首席专家孟立联看来，作为家用电器，“提拉、重建”这些词汇不能使用，需要按照电器制品的相关规定营销，如果家用电器按照医疗器械进行营销，属于违规行为。

在业内人士看来，近年来美容仪产品开始火热，乱象也逐渐显现。部分商家在介绍美容仪产品时会在很大程度上进行夸大宣传甚至虚假宣传，吸引消费者，刺

激销量。

高仿混迹质量堪忧

如果说连续陷入虚假宣传漩涡让初普美容仪的品牌受到影响，那么一些质量难以保障的高仿产品趁机混入市场，则让初普美容仪面临着来自消费者的信任危机。

北京商报记者调查发现，官方售价5000元左右的TriPollar stop vx高仿款在一些商家手中，800元就能拿到手，且外观甚至辨别真假的序列号都与正品相差无几。

一位电子商务公司人员告诉北京商报记者，公司可生产TriPollar stop vx高仿款，使用技术材质均与正品无二，价格只要800元。当记者询问高仿款是否会出现安全问题时，上述人员再三保证，公司做此业务已经有五年时间，绝对没有安全问题。不过，据该公司人员透露，会存在少部分产品出现一些瑕疵的情况，譬如按键失灵等。

根据初普官方客服介绍，辨别初普仪器真假的方法为机身上独一无二的序列号，通过序列号登录官网可查验是否为正品。

这种序列号辨别真假的方式早已被高仿生产商们破解。在高仿生产商那里，每款机器的序列号也可在官网查询。序列号完全可以放心，登录官网查询时显示已注册，那就说明是正品。公司每天可生产100台左右的初普美容仪，主要针对B端零售商进行销售。”上述电子商务公司人员说。

除了大量高仿品出现在市场中，北京商报记者搜索发现，在各大电商平台，存在着数量不少的销售初普美容仪的店铺，且均显示为官方授权。

“triPollar韩菲专卖店”客服人员表示，店内产品均为正品，已经得到官方授权。根据该客服人员提供的授权书，该店铺授权方为■宇蓝海科技有限公司。同时，“JS全球闪购”客服人员表示，也已得到官方授权，授权方同样为■宇蓝海科技有限公司。北京商报记者了解发现，■宇蓝海科技有限公司为Pollogen中国（包括香港）地区的总代理，而南京美洲豹则为■宇蓝海科技有限公司的子公司，为中国大陆地区的独家代理。

南京美洲豹既为中国大陆地区独家代理，为何网上还出现多家其母公司授权的店铺？就此问题北京商报记者对南京美洲豹进行求证采访，但截至发稿并未收到回复。

独立经济学家王赤坤表示，目前我国就家用美容仪宣传方面还未正式出台对应的监督管理条例，尚处于无法可依，没有明确的界定，国内基本无标准来考核这类产品的情形中，部分商家趁机进行虚假、夸大宣传，甚至有部分厂家制造高仿品扰乱市场秩序。北京商报记者 郭秀娟 张君花 图片来源：初普官方微博截图

0添加的奶酪棒

就选爱氏晨曦



配料表里的
香精/色素/防腐剂
没了



爱氏晨曦

百年品质传承
专注高端奶酪



广告