

击碎“容貌焦虑” 医美广告强监管落地

重点打击

《这届年轻人该怎么对抗容貌焦虑》是医美医疗美容医院在其官方微信公众号刊发的一文；其实很多女孩都有过这样那样的容貌焦虑，她们嫌弃自己皮肤不好、鼻子不够挺……为了自信，她们选择整形或其他方式改变自己”。在推文中，医美将容貌焦虑和整形两个话题结合起来，紧接着在推文附上了各个项目的价格。

但现在“容貌焦虑”相关的宣传行不通了。《指南》提到，市场监管部门将依法整治各类医疗美容广告乱象，着力解决危害性大、群众反映集中的问题。

其中，制造“容貌焦虑”被列在了首位。《指南》称，违背社会良好风尚，制造“容貌焦虑”，将容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”等负面评价因素做不当关联或者将容貌出众与“高素质”“勤奋”“成功”等积极评价因素做不当关联是重点打击情形之一。

此外，违反药品、医疗器械、广告等法律法规规定，对未经药品管理部门审批或者备案的药品、医疗器械作广告；宣传未经卫生健康行政部门审批、备案的诊疗科目和服务项目；宣传诊疗效果或者对诊疗的安全性、功效做保证性承诺；利用广告代言人为医疗美容做推荐、证明；以介绍健康、养生知识、人物专访、新闻报道等形式变相发布医疗美容广告；对食品、保健食品、消毒产品、化妆品宣传与医疗美容相关的疾病治疗功能等情形也将被重点打击。

新氧科技风控委员会负责人张力明表示，医疗美容同时具有医疗属性及消费属性，市场监管总局制定的《指南》规范了医疗美容市场，也切实保护了消费者的合法权益。

容貌不佳就是懒惰贫穷？容貌出众就是勤奋成功？近年来，“容貌焦虑”一词频频，颜值经济演变成一门生意，但乱象也层出不穷，其中医美广告成“重灾区”。继此前公开征求意见后《医疗美容广告执法指南》（以下简称《指南》）正式出台。11月2日，国家市场监督管理总局发布《指南》，其中排在首位的就是打击制造“容貌焦虑”。然而，医美行业蓬勃发展的当下，虚假宣传医生资历、整容失败等乱象丛生。随着医美广告监管政策落地，医疗美容市场进一步被规范。

医疗美容广告乱象重点打击情形



医美市场行业规模

《2020年中国医疗美容行业洞察白皮书》显示

- 2020年中国医疗美容市场规模约1975亿元
- 预计到2023年其市场规模将达3115亿元

行业投诉频发

据中消协统计，2015-2019年，中国医美行业投诉大幅增加

- 2019年医美行业投诉6138件
- 是2015年的近13倍

乱象丛生

医美市场近年来蓬勃发展《2020年中国医疗美容行业洞察白皮书》显示，2020年中国

医疗美容市场规模约1975亿元，预计到2023年其市场规模将达3115亿元。然而，频繁发生的事端也让行业饱受争议，虚假广告、编造评价、仿冒混淆层出不穷。

有的机构虚构诊疗前后对比图，有一

鼓吹产品或服务疗效，通过使用虚假案例、虚构疗效等方式，对医美效果进行夸大、虚假宣传，对风险、后遗症避而不谈。

据中消协统计，2015-2019年，中国医美行业投诉大幅增加，2019年医美行业投诉

6138件，是2015年的近13倍。日前，国家市场监督管理总局公布2021年度重点领域反不正当竞争执法典型案例（第三批），医美机构虚假宣传医生资历、机构资质荣誉、医美产品功效、服务疗效，通过“刷单炒信”、直播等方式虚假宣传等行为被曝光。

“容貌焦虑”渲染，虚假宣传横行下，整容失败案例频发。今年2月，演员高潜在微博发文讲述了自己做鼻子整形手术失败的不幸遭遇，引发各界对医美乱象的广泛讨论。7月，网红小冉在某整形医院进行抽脂手术后感染身亡……

相较之下，医美机构赚得盆满钵满。据艺星医美此前向港交所递交的招股书，2015-2017年，其三年营收合计超20亿元，其中2017年的净利润年化复合增长率达196.1%。鹏爱医美此前的招股书显示，2016-2018年，鹏爱医美的收入分别为5.85亿元、6.97亿元和7.61亿元。根据最新数据，鹏爱医美2020年营业收入约为9.02亿元，处于行业内领先地位。

由于医美广告发布方式多元、隐蔽性强，导致监督执法面临着监测难、取证难、判定难等挑战。《指南》施行后，将对监督执法起到很好的规范和指引作用。北京君都律师事务所高级合伙人、生命科学与健康医疗法律部主任张文波告诉北京商报记者，《指南》正式出台，有效抑制焦虑释放效应，求美者更加理性，非合规机构的处罚力度加大。

根据国家市场监督管理总局的要求，各级市场监管部门要指导、督促网络平台建立健全内部审核机制，在广告发布、提供互联网信息服务过程中，拦截违法违规医疗美容广告宣传信息。网络平台经营者未依法履行平台责任的，市场监管部门依法从严查处。

北京商报记者 姚倩

头条、西瓜并入抖音 字节跳动架构大调整

2021年5月20日，张一鸣卸任字节跳动CEO，由梁汝波接任。时隔近半年，字节跳动迎来首次组织架构大调整。11月2日，字节跳动方面向北京商报记者确认，梁汝波已正式接任字节跳动CEO，全面负责该公司的整体发展。梁汝波上任后的第一件事就是梳理公司业务线，成立六大板块，今日头条和西瓜视频等尽数并入抖音板块，教育、游戏、TikTok和to B业务也分别独立成板块。

梁汝波“掌权”

在张一鸣卸任半年后，字节跳动新任掌门人梁汝波烧出第一把火。当日，梁汝波发布全员邮件宣布组织调整，实行业务线BU化（Business Unit，业务单元），成立六个业务板块：抖音、大力教育、飞书、火山引擎、朝夕光年和TikTok。相关业务板块负责人均向梁汝波汇报。

字节跳动方面对北京商报记者表示，这是该公司最新一次组织调整，按照“紧密配合的业务和团队合并为业务板块，通用性中台发展为企业服务业务”的原则，旨在应对业务变复杂以及团队规模变大的挑战。

说到新任CEO梁汝波，今年5月，字节跳动创始人和原CEO张一鸣就在内部全员信中宣布，他和梁汝波会于2021年底前完成字节跳动CEO职责的过渡交接。此次组织调整，意味着交接已如期完成。

公开资料显示，梁汝波与张一鸣是大学同学，两人自2009年共同创办垂直房产搜索引擎“九九房”起，即成为长期创业伙伴。2012年，梁汝波与张一鸣共同创办字节跳动，此后至2016年，梁汝波一直担任字节跳动产品研发负责人，负责早期多个重要产品和用户增长系统等；2016年起，梁汝波负责飞书和效率工程；2020年起，梁汝波负责集团

人力资源和管理等工作。

目前，字节跳动全球员工数超过11万人，业务覆盖超过150个国家与地区。该邮件称，最新的组织调整是基于业务需要；为了使命驱动，始终创业，保持组织灵活高效，激发创造力”。

文渊智库创始人王超认为，以业务为主要的BU是大互联网公司最终的选择，而不是把很多类似的业务并列出来，这样做有助于类似业务之间互相配合，阿里和腾讯都是如此调整，阿里曾经有二十几个BU最后也是归为几大业务线。这样的好处还在于给一些新业务更高的层级，可以调动更多公司的资源，比如企业业务等新兴业务，如果不提升位次，它们在内部比较难以出头争取内部资源。”

“这次的优化调整对字节跳动来说是一个阶段性的调整，因为过往字节跳动的业务线非常多，各方面都有涉足，相似业务也比较多。”艾媒咨询CEO张毅指出，但并不是所有业务单元都能成长，这次调整有利于字节跳动理顺自己的业务线，汇集公司的资源力量并充分利用。

梳理为六大板块

梁汝波在邮件中简单对六大板块梳理了一遍。

其中，最值得关注的调整是，抖音的业务板块变大，今日头条、西瓜、搜索、百科以及国

内垂直服务业务都将并入抖音。该板块主要负责字节跳动国内信息和服务业务的整体发展，为用户提供更优质的内容及服务。

此外，飞书、EE（企业效率部门）、EA（企业应用部门）合并成飞书板块，聚焦提供企业协作与管理服务；而火山引擎板块聚焦打造企业级技术服务云平台；TikTok板块负责TikTok平台业务，同时支持海外电商等延伸业务的发展。

还有两大板块主要针对教育和游戏业务：朝夕光年板块负责游戏研发与发行，主要方向为提供顶级游戏和打造玩家社群；字节跳动员工发展部门的部分职能转型为职业教育方向，并入大力教育板块，该板块致力于建立终身教育服务体系，覆盖智慧学习、成人教育、智能硬件、校园合作等领域。

眼下，字节跳动迫切需要一次面向未来的进化。除去抖音作为主要业务发展已经成熟，以及在电商上发力初见成效，在教育、飞书、游戏以及TikTok商业化方面，字节跳动在寻找第二增长曲线的道路上，仍有很长的路要走。

在王超看来，字节跳动大部分的营收和利润都来自于内容平台业务。作为一家大公司，需要分散风险，比如腾讯目前游戏占比已经在五成以下，未来字节跳动也需要降低内容平台收入，互联网监管越来越严格，字节跳动这种11万人的大平台公司必须开拓新业务，找出新的增长方向。”

其中，TikTok海外业务总体来说还是比较成功的，但未来的盈利模式主要还是看电商，TikTok能不能在海外站稳脚跟，在转型方面的速度能否跟得上，这对于字节跳动来说是需要特别留意的。张毅说。

值得关注的是，TikTok CEO周受资不再兼任字节跳动CFO，该公司财务部转向梁汝波汇报。在今年3月加入字节跳动之前，周受资任小米国际部总裁。

北京商报记者 石飞月

破产清算开庭 拜腾翻身有点难

北京商报讯 记者 刘洋 刘晓梦)一桩破产清算案件的开庭，将沉寂的拜腾汽车拉回公众视线。11月2日，天眼查显示，拜腾汽车关联公司南京知行新能源汽车技术开发有限公司（以下简称“南京知行新能源”）破产清算案件已开庭审理。

作为较早入局“造车”的企业之一，拜腾汽车从融资量到豪华的高管阵容曾让业内羡慕，然而经历创始人离职、新车跳票、债务逾期、停工停产，拜腾汽车每况愈下。

今年7月，拜腾汽车等来破产清算。7月12日，南京知行新能源新增破产重整信息。10月25日，该案件被上诉到南京市中级人民法院。截至11月2日，南京知行新能源已有数十则限制消费令、终本案件，并有88条法律诉讼，被执行总金额达2567.608万元。

从整体实力上来看，拜腾汽车并不输蔚来“蔚小理”，但手握大笔融资的拜腾汽车造车难产。2019年4月，原拜腾汽车首席执行官戴雷表示，拜腾汽车首款量产车M-Byte将于2019年底实现量产，2020年初交付。但同年9月，拜腾汽车方面改口称，M-Byte将于2020年中期正式进行交付，给出的解释为“从产品质量等角度考虑”。然而，M-Byte屡屡“跳票”至今无下文。去年6月，中央电视台财经频道以《烧光84亿元造不出量产车 拜腾被曝欠薪》为题，报道拜腾汽车的困境。

“拜腾汽车迟迟没能下线量产车型，成为资本对其没有信心的主要原因，加之竞争对手不仅早已实现量产，更是借助国内新能源汽车高销量表现不断扩充产品线，而拜腾汽车却很难让资本市场看到希望。”中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示，如今破产清算案件已开庭审理，拜腾汽车的翻身可能性再次缩小。

针对拜腾汽车破产清算案件情况，北京商报记者联系拜腾汽车方面，但截至发

稿尚未收到回复。

虽然拜腾汽车翻身的可能性缩小，但其并未放弃自救。去年9月10日，国家企业信用信息公示系统显示，南京盛腾汽车科技有限责任公司（以下简称“盛腾汽车”）正式成立。天眼查显示，盛腾汽车注册资本15亿元，由段连祥、成都蓉璞科技合伙企业（有限合伙）、南京兴智科技发展有限公司、一汽股权投资（天津）有限公司、厦门道合智联投资合伙企业（有限合伙）5个股东出资成立。经营范围包含汽车零部件研发、新能源汽车整车销售等。其中，段连祥认缴1亿元，持股6.67%。值得关注的是，盛腾汽车法定代表人段连祥此前正是拜腾汽车中国研发副总裁。

盛腾汽车成立前，有报道称，拜腾汽车已申请注册成立新科技公司，命名为“盛腾”。新科技公司拟融资20亿元加速量产M-Byte，目前一汽集团等股东方正积极推进该项融资。业内人士认为，拜腾汽车成立盛腾，二者相互独立，拜腾汽车的债务问题并不影响盛腾，新公司可以轻装上阵推进量产车型落地。不过，盛腾想要在如今的汽车市场突围也并非易事。

目前，造车新势力已形成蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车组成的第一梯队和哪吒汽车、零跑汽车领衔的第二梯队。其中，“蔚小理”交付量均超过10万辆。无论是盛腾还是拜腾汽车，在未实现量产情况下，很难与目前的一、二梯队抗衡。颜景辉认为，除了产品竞争，同时“蔚小理”均已成功上市并持续扩大客户群，这些都是拜腾汽车或盛腾所不具备的，即便量产车型下线也仍有很长的路要走。

值得关注的是，不仅新势力造车企业，百度、小米等科技企业也纷纷下场造车，其拥有强大的软件实力作为背书，让新能源汽车领域的竞争更加激烈。业内人士表示，尽管拜腾汽车换壳自救，但如今的竞争环境早已改变，能否实现翻身仍未可知。