

九价HPV难约 黄牛乱象难止

求苗心切误入骗局

迟迟预约不上九价HPV疫苗，湖北女大学生小琴（化名）和同学有些急了。在九价HPV疫苗扩龄前，九价HPV疫苗获批应用于16-26岁的女性。面对26岁的临界点，小琴于2022年10月在微博“HPV九价”超话中发帖表达了HPV九价预约难的问题，随即便有黄牛主动联系。

为了博得小琴的信任，黄牛向她展示个人身份证、社交媒体信息以及医院凭证等，最后获得了小琴的信任。小琴和同学分别向黄牛转了700元代约费，并收到了黄牛发来的武汉市第七医院的缴费和预约成功凭证。

随后，黄牛又向小琴表示，需要先付第一针费用1318元。小琴与同学付款后黄牛又向二人开掘一张疫苗收据。直到迟迟打不上，小琴与同学才得知自己被骗了。在微博上，像小琴这样被骗的人还有很多。收费方面，有女孩被骗交了一针费用，也有女孩三针费用一并支付，而单针价格在1300元左右。

受骗以后，小琴与同学向法院和公安机关提起诉讼，相关部门表示同一个黄牛已有六起相同案件。

北京商报记者加入与小琴相关的受骗的七个女孩的群聊中，记者发现这七个女孩的受骗经历相类似。黄牛先收取代约费用700-1000元，并提供相关城市的公立医院挂号信息。预约医院有济南市历城区妇幼保健计划生育服务中心、武汉市第七医院等公立医院和社区医院。

北京商报记者以预约疫苗的消费者身份向武汉市第七医院电话咨询，该医院表示疫苗接种只需电话预约，并没有代预约的服务。

对于在社交平台中代约疫苗受骗的现象，沈阳市皇姑区法院法律从业人员告诉北京商报记者，受害人与嫌疑人双方通过微博平台联系，嫌疑人骗取受害人信任后，双方在微信中进行转账后嫌疑人不能提供承诺的HPV疫苗相关事项，亦不提供退款。在行为上嫌疑人涉嫌诈骗。

上述从业人员还表示关于微博、微信与医院这三方平台。其中微博平台已经进行了相关管控手段，但仍无法阻挡受害人的需求，一方面，微博平台可以增加提醒功能。另一方面受害人应当提高防骗意识。微信与医院两平台并不承担任何责任，双方通过微信转账是使用了微信所提供的基本功能，转账时亦有提醒，而医院在其中并未参与，显然不承担责任。

“约不上”“拼手速”的九价HPV疫苗催生了猖獗的黄牛市场。在社交媒体上“可约”“有苗”的字眼随处可见，一些求九价心切的年轻人轻易信以为真，本以为通过“代约”成功上岸，谁知早已卷入黄牛的骗局中。

一个月来，北京商报记者走访了数家医院，包含私立医疗机构、普通社区医院及部分公立医院，工作人员均表示HPV疫苗可预约，但是目前没有苗，需要等疾控中心调配。预约以后具体注射时间以医院通知为准。而在北京和睦家医院和北京明德医院，记者了解到私立医院表示疫苗库存充足，可做到“随约随打”，九价HPV疫苗三针价格在5100-5700元之间。

黄牛九价HPV疫苗形成了一条完整的利益链，尽管有一些人通过黄牛渠道抢到了九价HPV疫苗，但市场背后也暗藏诸多风险。



黄牛纯利2万元/月

众多黄牛混迹在“HPV”相关超话中，北京商报记者尝试一一联系这些账号，对方均表示可提供类似“代约”“代购”服务，但需要先交一定费用。

北京商报记者以打疫苗为由在微博中随机联系了多名黄牛，其中一名用小号私聊记者并表示自己大号被封。记者相继询问在北京市与其他城市接种疫苗代挂号费用。三名黄牛的代约价格相同，北京市及上海深圳等一线城市公立医院代约1000元，其他城市700元。

黄牛称其已查询可接种HPV疫苗的相关医院，北京朝阳区清华大学附属第一医院华信医院保健科和左家庄社区医院显示有苗。在3月10日周五，黄牛向记者表示“北京市朝阳区左家庄社区医院四价九价有苗，周日上午，周一下午打针，不限户籍”。

不过，记者随即走访了上述两家医院，医院均表示目前HPV疫苗可预约，但是目前没有苗，需要等疾控中心调配。预约以后具体注射时间以医院通知为准。并且左家庄社区医院医生叮嘱记者，疫苗什么时候有货是不确

定的，只有一个线上小程序预约渠道在每周日晚8点，其他渠道都是假的。

在此之后记者走访了和平里社区卫生服务中心、安定门社区卫生服务中心、朝阳区社区卫生服务中心、北京市海淀区妇幼保健院等医院，工作人员均向记者表示二价疫苗有国产现货，九价疫苗需要预约，预约形式有小程序、医院官方公众号等，具体注射时间不确定。

一针难求的九价HPV疫苗给了黄牛市场。北京商报记者以代理需求联系上了一位黄牛，该黄牛向记者推来了其上线，这位上线介绍称，成为黄牛的代理费有388元、888元和1888元不等，约成一单后，则可以分别提成200-300元、500-600元及1000元，全国各地都可以做，预约医院为官方放苗途径，代理费越高提成越多。缴纳代理费后，会有人教授如何引流找人，并培训具体话术。

“每月纯利润2万元。”该上线向记者透露成为黄牛为其带来的回报。

上述黄牛能否成功约上苗仍需打一个问号。不过，市场不乏有通过黄牛约上疫苗的消费者。一消费者称，实在约不上九价，便联系了黄牛，过了不久就在社区医院打上了第一针，社区医院的工作人员也知悉黄牛的存在，

并对消费者表示，“都是签的一个黄牛”。九价HPV疫苗一针的费用正常在1300元，上述消费者打完三针共花费了6000多元。

不仅是黄牛市场，一针难求也给医疗机构带来商机。早在2022年6月，微博健康医疗大V“六层楼先生”就发文称，“我才知道现在打HPV疫苗也要配货，就是你打九价，必须要同时购买其他种类的疫苗，比如戊肝疫苗啥的”。今年2月，“九价HPV疫苗现捆绑销售”再度引发关注。报道称，民营医院接种九价HPV疫苗，出现了捆绑销售“体检套餐”的乱象，普遍溢价约2000元。

九价为何难约

九价HPV到底有多难约？北京商报记者在3月12日晚8点进入左家庄社区医院小程序预约HPV疫苗，但刚放出来号，就已抢空。

为了了解市场上九价HPV疫苗是否都短缺的，北京商报记者以接种疫苗为由，在3月初向北京和睦家医院和北京明德医院等提供HPV疫苗注射的私立医院咨询，记者了解到私立医院疫苗库存充足，可做到“随约随打”，九价HPV疫苗三针价格在5100-5700元之间。和睦家医院工作人员向记者表示该医院

的疫苗是正规渠道获取，向疾控中心申领得到，疫苗的程序和真实性是可靠的。

以和睦家医院为例，九价HPV疫苗现货接种佳达修的默沙东（美国进口）品牌，一共5104元，包含了1298元/针的三针费用和医生门诊诊费1135元和25元一次的接种服务费。同时医院也提供相关HPV检查。

北京商报记者同时走访了北京嘉禾妇儿医院莱佛士医院、五洲妇儿医院等私立医院，医院均表示九价HPV目前有现货，并且在注射前会将包装盒拿给顾客扫码确认是否为正品。

一家独大是市场紧缺的原因。北京商报记者致电北京市卫生服务热线，工作人员向记者表示九价HPV疫苗需要向默沙东进口，量少需求大。

内蒙古大学附属医院妇产科李医生在接受北京商报记者采访时表示，九价疫苗目前没有国产，都是靠进口，由于受到程序繁琐又要供需全球的原因导致九价疫苗预约难度增加。据了解，进口HPV疫苗需要经过中国海关的质量检验，确保产品符合中国的药品质量和安全标准。这些检验包括货物清关前的检验、海关的抽样检验和NMPA的审批。

“能打疫苗的正规机构较少，很多公立医院申请不下来打疫苗的资质，这个资质很多都在疫苗防保站和社区。”李医生补充称，医院申请接种HPV疫苗的资质需要符合《中华人民共和国疫苗管理法》《疫苗流通和预防接种管理条例》《预防接种工作规范》和各地预防接种单位管理办法。

医疗战略咨询公司Latitude Health创始人赵衡认为，HPV供给不足的原因一方面是需求增长较快，另一方面是生产周期长，且进口流程长，造成了供需错位。赵衡称，供需失衡的能否缓解需要看后续国产化疫苗是否能跟上以及进口疫苗的产能能否进一步提高。

目前，国内涉及HPV疫苗企业主要有包括智飞生物、万泰生物、沃森生物、康乐卫士以及瑞科生物等。其中智飞生物代理默沙东的四价和九价HPV疫苗产品，万泰生物则是国内第一家自主研发并已上市销售二价HPV疫苗的企业。

沃森生物在去年的3月刚刚获批上市自主研发的二价HPV疫苗，成为了国内第二家能够上市生产销售二价HPV疫苗的企业。不过，目前仍尚未有国产九价HPV疫苗上市。

针对HPV疫苗市场供货情况和市场格局等问题，北京商报记者对智飞生物、万泰生物、沃森生物等进行采访。但截至发稿，未收到回复。

北京商报记者 姚倩 李想

市场复苏 家电企业赶“红海”

截至4月23日，包括奥维云网在内的多家机构发布了2023年一季度家电市场数据。期间，北京商报记者也走访各大卖场采访了店家与消费者，不难看到，虽然家电领域有了难能可贵的复苏，但是尚未达到2019年前的水平，同时，细分赛道表现各异，新兴品类层出不穷，但高端化、套系化的大趋势没有改变，在“红海”中寻求增长，无疑是对企业更大的考验。

回暖可期

今年一季度，虽然国内家电市场仍处于下滑状态，但复苏趋势隐约可见。不含3C产品，家电市场一季度的零售额约为1554亿元，同比下滑3.5%，但是下滑主要集中在1月，下滑幅度为23.9%，2月和3月则分别同比增长28.1%和0.8%。

另外一个复苏的迹象，是线下市场逐渐回暖，由于疫情期间，消费者长期居家，导致线下市场萎缩迅速，2020年之前，线下市场零售额长期高于线上市场；2021年，线上、线下零售额“平分天下”，各占50%；2022年，线上销售占比54.4%的占比首次超过线下市场，不过今年一季度两个渠道再次持平，预计线下市场之后会形成反超。

北京商报记者走访苏宁、国美等线下家

电市场发现，相比去年同期人流量有所提升，不过有商家向记者透露，真正的出货高峰尚未到来。

一位海尔洗衣机销售人员告诉北京商报记者，真正的线下购买高峰还得是“五一”假期或者是“6·18”这样的重要节点。

该销售人员称，“五一”假期以及“6·18”期间，家电的打折方案多来自于厂商或者是上级经销商，折扣力度显然更大，其他时间点的促销更多是商场方面组织的返券，例如购买满1000元，返给消费者500元消费券，或者是储值多少钱以后，再给消费者返券或折扣，这样的优惠感觉更多是一种引流手段，并不如真金白银的降价更有力度。

部分消费者也对北京商报记者表达了类似观点，消费者张先生称，家电集中促销季更方便货比三家，而且可以确信促销力度不小。

家装需求

诚然，消费季点燃顾客和商家的热情，但是对于整个家电市场而言，还是更多依赖家装需求。

从行业整体市场规模来看，2016-2020年家装需求呈上涨趋势，2020年后有所下降，随着疫情管控逐步放开，家居装修市场也会得到恢复，预计2023年家居家装市场规模约为2.85万亿元。

业内观点指出，家装需求时消费者主要的购买动机，据奥维云网调查数据显示，2022年中，47%购房者的目的是置换住房，24%的购房者是首次购房，以上两种都以自住为目的，是购买家电的主要群体，其余一些购房行为不会过多附带家装需求，例如有15%的群体以投资为目的，9%的群体以学区为目的，也就难以对家电出货有明显的促进作用。

家电产业观察家许意强指出，促销季更多是拉动一些小家电的出货，但是对于冰箱、彩电、空调这样的传统白电、黑电，家装市场的重要性无可替代，因为只有大件产品才有更高的售价，支撑着家电市场的销售额，反观小家电则是一种“量高质低”的状态。

从数据上看，今年一季度空调出货量约

1067万台，洗衣机出货量704万台，彩电出货量744万台，均远不及小家电的6653万台。但是从零售额来看，空调品类贡献了将近400亿元的零售额，彩电约有226亿元，冰箱约198亿元，反观小家电只有136亿元。

套系、集成

值得注意的是，家装需求带动了套系化家电增长。

据IDC最新统计数据，2022年国内智能家居设备出货量达到2.2亿台，同比持平微涨，全屋智能市场销售额将突破100亿元，预计未来五年内复合增长率将达到46.9%。

资深产业经济观察家梁振鹏指出，套系化家电最明显的优势，就是增强用户体验感，如今的消费市场，已不是商家满足消费者诉求的逻辑，而是商家主动创造需求的逻辑，利用套系化家电产品在线下卖场设置场景空间，能够进一步刺激消费者的购买欲望。

与套系化相伴的，是产品功能的多样化，不同功能相叠加，让产品突破原有的边际，举例来说，在传统彩电出货下滑的背景下，游戏电视这一细分赛道却逆势增长，在电视领域内占比不断提高，2021年至今一季度，其占比分别为5.3%、15.4%、20.4%。

此外，集成洗碗机的零售额相比传统的台式、水槽式产品也实现了快速增长，今年一季度，集成洗碗机线上市场涨幅为84.7%，线下市场同比增长54.8%。

梁振鹏认为，家电套系化变革也影响了销售渠道，以往的线上渠道以京东、淘宝、天猫为主，如今不难发现，抖音、小红书等渠道后来居上，直播的影响力功不可没，相比传统网上零售，直播带货给消费者提供了更强的现场感和体验感。

满足娱乐需求的黑色家电，更是集成化的用武之地，如今彩电市场已经从追求尺寸、画质，转向全套娱乐智能解决方案。

近日，在“云启未来·视界有为”大屏交互创新论坛上，北京视果科技有限公司总经理黄海华对北京商报记者介绍称，公司提供的智能电视系统Turnkey方案，包含运营商自定义Launcher+视频内容的SDK及API接入+智能电视运营后台系统+硬件产品，能够通过集成化的方式，助力广电运营商实现智能IP化转型。

专家认为，可以肯定的是，如今的家电市场正在向红海迈进，在数轮家电下乡之后，市场空白渐被填满，如今企业需要精耕细作、日拱一卒，才能打开新的增长空间。

北京商报记者 陶凤 王柱力