



2022 年医疗美容机构规范运营指南

中国整形美容协会舆情信息中心 编制

中国整形美容协会政策研究室 发布

公益支持：广州远想生物科技股份有限公司

技术支持：北京鸣医智造科技有限公司

发布日期：2022 年 1 月



前言	4
一、2021 年医疗美容行业现况概述及行业监管背景	5
(一) 新冠疫情对医疗美容行业的影响	5
(二) 后疫情时代医疗美容机构面对的市场竞争格局	5
(三) 行业监管政策趋紧对医美机构运营的影响	6
二、医疗美容机构不良事件典型案例汇总分析	7
(一) 医疗美容机构违规运营概述	7
1.不良事件所在机构的类型分布	7
2.不良事件的医疗服务项目分布	8
(二) 医疗美容机构违规运营分类及成因分析	8
三、资质理过程中常见违规行为及改进建议	9
(一) 资质管理的违规行为汇总分析	9
(二) 机构资质管理违规行为汇总分析	10
(三) 人员资质管理违规行为汇总分析	11
(四) 产品资质管理违规行为汇总分析	12
(五) 资质管理的重点管控环节及改进建议	12
四、一般管理过程中常见违规行为及改进建议	13
(一) 一般管理的违规行为汇总分析	13
(二) 医美机构的违规广告和违规销售	13
1.违规广告的类型及其原因	13
2.违规销售的类型及其原因	15
(三) 一般管理常见薄弱环节及改进建议	16
五、医疗管理过程中常见违规行为及改进建议	16
(一) 医疗管理的不良事件汇总分析	16
(二) 医疗管理过程中常见管理缺陷和不当行为	17
1.咨询预约环节的不当行为	17
2.术前环节的常见管理缺陷	18
3.术中环节的常见管理缺陷	19
4.术后随访环节的常见管理缺陷	19
5.术后维护环节的常见管理缺陷	20
(三) 医疗管理常见薄弱环节及改进建议	21
六、医美机构规范运营的重点环节及运营建议	21
(一) 医疗美容机构典型违规/不当行为汇总	21



（二）医疗美容机构规范运营建议.....	22
七、医疗美容法律法规及临床技术规范目录.....	23
八、附录.....	24
国家药监局通报查处可用于医疗美容医疗器械违法典型案例	24
2021 年度重点领域反不正当竞争执法典型案例—医美领域不正当竞争篇.....	26

前言

我国现代意义上的医疗美容行业，起步于 20 世纪 80 年代，始于公立医院开始提供美容外科服务。

20 世纪 90 年代，少数医生主动走出公立医院，自主开设、运营民营医疗美容机构提供美容医疗，随后吸引了社会力量大力投资医疗美容行业，奠定了医疗美容行业的基本格局，以美容外科为代表的医疗美容行业开始进入快速发展期。

21 世纪初，伴随医疗美容新技术、新材料的出现以及互联网信息传播的变革，美容就医需求开始从创伤较大的整形（美容）外科逐步拓展到创伤小、恢复快的微创美容、皮肤美容、抗衰老等更广泛领域，需求量急速上升，医疗美容行业进入爆发式增长阶段。

2009 年，中国整形美容协会成立。其时，医疗美容行业已经具备完整的上下游产业链格局，行业进入繁荣发展阶段。目前，我国已成为全球第二大医美市场。

医疗美容行业的快速发展，是我国经济的高速增长和消费规模的快速膨胀所驱动的。这种发展速度远高于行业管理政策更新的速度，也远高于医美企业自觉规范经营的速度。在超额利润的诱惑下，出现了大量的“黑医美”、“水货假货”。医美维权事件或负面新闻经常见诸公众媒体，有些成为了社会热点问题。规范医疗美容行业的呼声变得越来越强。

国家行政部门的监管政策一直努力跟上行业发展的脚步。国家卫生计生委等 7 部委于 2017 年 5 月-2018 年 4 月联合开展了严厉打击非法医疗美容专项行动；2020 年，国家卫健委等 8 个部委联合下发了《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》；2021 年，国家卫健委等 8 个部委再次联合定于 2021 年 6 月-12 月开展打击非法医疗美容服务专项整治工作。另外，新的《医疗器械监督管理条例》的实施，以及《医疗美容广告执法指南》的颁布，均表明医美行业的系统性监管和整治工作已经展开，医疗美容行业已经进入“强监管”时代。

2022 年，将成为“规范医美”的关键的一年，规范运营将成为对每一个医疗美容企业的基本要求，每一个企业，都将经受这一场考验。

2022 年伊始，为促进医疗美容行业的健康规范发展，帮助医疗美容机构更好的达成规范经营的要求，中国整形美容协会舆情信息中心、政策研究室对 2021 年网络公开的医疗美容的违规和不良事件进行汇总，结合案例分析，梳理医美机构的常见管理薄弱环节，编制并发布《2022 年医疗美容机构规范运营指南》。同期，中国整形美容协会三正规医美平台正式上线，为广大医美消费者和业内企业提供公开、客观的信息查询、验证、舆情服务。

中国整形美容协会三正规医美平台：WWW.CAPARZ.CN

希望广大医疗美容机构参照“规范运营指南”的建议，尽早进行“三正规平台”验证，规范运营、砥砺前行，共同迎接医疗美容行业更美好的明天！

一、2021 年医疗美容行业现况概述及行业监管背景

2021 年是医疗美容行业发展史上十分特别的一年。经历了 2020 年的新冠疫情肆虐，2021 年医美行业享受了短暂的疫后报复性消费红利，消费者的医美需求十分强劲，一时间医美机构内人头攒动，医美行业呈现十分火热景象。进入下半年，经济发展面临需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力，消费者对医美服务需求的欲望下降，加之新冠疫情在全国各地零星散发，局部地区人员流动受限，各地美容就诊量显著减少，尤其是美容外科手术量呈断崖式下滑。整体来说，全年医疗美容行业的发展呈现前高后低的态势。同时，2021 年政府主管部门进一步加强了医疗美容行业的监管，先后出台了多项综合监督政策，医疗美容行业正式进入“强监管”时代。

（一）新冠疫情对医疗美容行业的影响

2020 年，新冠疫情对各行各业形成了巨大冲击，全国各地实行严格的人员流动管控措施，服务行业遭受重创，尤其是 2020 年 1-5 月，医疗美容行业作为典型的服务型行业受到了严重的冲击，这期间大多数医疗机构关门歇业，现场医疗服务基本停滞，服务需求受到疫情压制。2020 年下半年，全国各地各行业全面复工复产，受疫情压制的医疗美容潜在需求得以强劲释放。从医美消费促进角度看，疫情因素对行业同时存在正反两个方面的影响，一方面，因疫情防控所产生的海外旅行和海外消费的限制，导致海外消费的医美客群转向国内消费，这加快了医美行业市场规模的提升。另一方面，局部散发疫情导致的社群封闭，限制消费者的社交消费场景，从而对医疗美容消费产生了抑制，同时，疫情对经济各个方面形成冲击后反作用于消费，消费意愿的降低、服务性消费的减少会进一步影响到医疗美容行业，随着疫情延续的时间拉长，这一因素对消费的影响将愈加凸显。从 2020 年 9 月开始，各地医疗美容机构的业务量呈爆发式增长。这一蓬勃发展的势头一直持续到 2021 年 5、6 月份。

2021 年，从医疗美容消费角度看，行业基本上摆脱了 2020 年疫情对行业冲击的负面影响，进入逐步回暖阶段。同时，因疫情所引发的国际供应链紧张，也在一定程度上造成部分医美材料、设备的紧张，材料和设备成本出现小范围上升。

（二）后疫情时代医疗美容机构面对的市场竞争格局

2021 年，医疗美容行业虽然度过了艰难的疫情时代，但仍面临着由疫情引发的深层次经营环境改变，疫情后，消费者分享意识得到强化，医疗美容服务体验分享成为医美行业的主要信息传播方式，消费者体验传播的快速成长，不光推动着医美行业发展，同时也成为医疗美容机构优劣的“试金石”，由此，将推动医疗美容行业进入以消费者为中心的时代。

从行业竞争格局看，医疗机构间的竞争仍然比较激烈，因直播和电商销售的引入，也引发部分地区的价格竞争，在这种情况下，行业内“回归医疗”、“差异化经营”、“塑造技术竞争

力”等呼声变强，部分医美机构已积极开展这方面的尝试。

伴随着行业透明度的持续提升，消费者的信息差已经越来越小，消费者更易于获得医美机构的口碑信息，机构的违规和不良事件的传播变得越来越容易，这也意味着医美机构的不规范成本越来越高，这有利于推动行业向成熟规范的方向发展，合规经营、规范运营将成为医美机构的必然选择。

（三）行业监管政策趋紧对医美机构运营的影响

党中央国务院历来高度重视医疗美容行业的健康发展。自 2017 年开始，医疗美容乱象已经引起了国家有关部门的高度关注。

2017 年 5 月，国家卫生计生委等 7 部委于 2017 年 5 月-2018 年 4 月联合开展了严厉打击非法医疗美容专项行动；2017 年 5 月，国务院《关于支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》，鼓励医疗美容机构向集团化、连锁化方向发展，扩大服务有效供给。2018 年 8 月，国务院《关于改革完善医疗卫生行业综合监管制度的指导意见》打击和整治医疗诈骗、虚假宣传、乱收费、骗保等医疗乱象。健全机构自治、行业自律、政府监管、社会监督相结合的多元化综合监管体系；2019 年 3 月国家卫生健康委等《关于开展医疗乱象专项整治行动的通知》打击和整治医疗诈骗、虚假宣传、乱收费、骗保等医疗乱象；2020 年 4 月，国家卫健委等 8 部委联合下发了《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》；2020 年 7 月，国家卫生健康委《关于印发医疗美容主诊医师备案培训大纲的通知》指导各地规范开展医疗美容主诊医师培训工作。

2021 年，多个医疗美容行业相关管理部门发布通知，进一步加强医疗美容行业管理，医疗美容行业将面临更严格、规范的监管环境。

2021 年 5 月，国家卫健委等 8 部委发布《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》，决定于 2021 年 6 月-12 月联合开展打击非法医疗美容服务专项整治工作。

2021 年 6 月，国务院新版《医疗器械监督管理条例》正式施行，对涉及质量安全的违法行为提高处罚力度、加大行业和市场禁入处罚力度。

2021 年 7 月，国家市场监督管理总局广告监管司发布《关于加强干细胞广告监管的工作提示》，明确表态目前没有干细胞在抗衰、美容方面的研究，所有关于干细胞在抗衰、美容等方面的功效宣称均属于虚假违法广告。

2021 年 8 月，国家市场监督管理总局发布《医疗美容广告执法指南（指导意见稿）》，引发社会各界对医美行业监管的热议。

2021 年 9 月，国家药监局再次发布消息，将重点加强整形用注射填充物和光电治疗美容设备等产品的管理，并提醒经营企业和使用单位要从合法渠道购进依法取得注册证或者备案凭证的医疗器械，做好进货查验和销售记录；

2021 年 11 月，市场监管总局正式发布《医疗美容广告执法指南》。

2021 年 11 月，国家药品监督管理局发布关于征求《医疗器械分类目录》调整意见的通知，其中进一步明确把水光针分类为 III 类器械来监管。

2021 年 11 月，国家药监局通报了 6 起可用于医疗美容医疗器械违法典型案例。

医美行业的发展，长期以来一直伴随着“行业不规范”的阴影，这种不规范的行业背书之下，一方面加大了消费者选择医美服务的顾虑，限制了医美行业的发展，同时，低廉的违规成本、不公平、不透明的竞争环境，也在行业内造成“劣币驱逐良币”的现状。

密集的监管政策落地，说明了行业相关主管部门的决心，也给予医疗美容行业一个规范、持续、繁荣发展的契机。

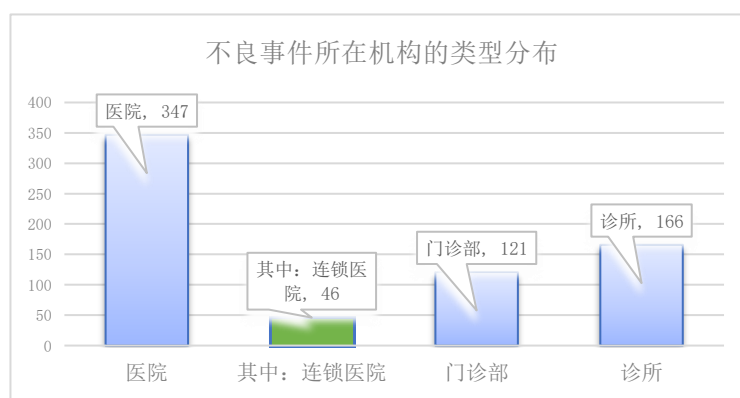
二、医疗美容机构不良事件典型案例汇总分析

医疗美容机构不良事件，主要是指发生在医疗美容机构的就医者投诉、医疗纠纷、医疗事故，或者机构存在违规经营行为等事件。在医疗美容行业加强管理的政策背景下，行业相关管理部门的管控力度逐步加大，社会各界及媒体对行业的关注度持续提升，2021 年尤其是下半年，医疗机构不良事件曝光数量显著增加。对此类不良事件进行汇总分析，可以看到不良事件的发生与医疗机构的日常经营管理直接相关，通过总结归纳，也为行业内企业标示出常见的医美机构运营管理薄弱环节。

（一）医疗美容机构违规运营概述

中国整形美容协会舆情信息中心利用网络大数据平台对 2021 年全网（包括论坛、新闻、博客、问答、视频、微博、贴吧、平媒、微信、电视、股吧、手机新闻等）公开的医疗美容负面信息进行收集、整理，共汇总出 787 例不良事件典型案例。这些不良事件共涉及 680 家医疗美容机构。

1.不良事件所在机构的类型分布

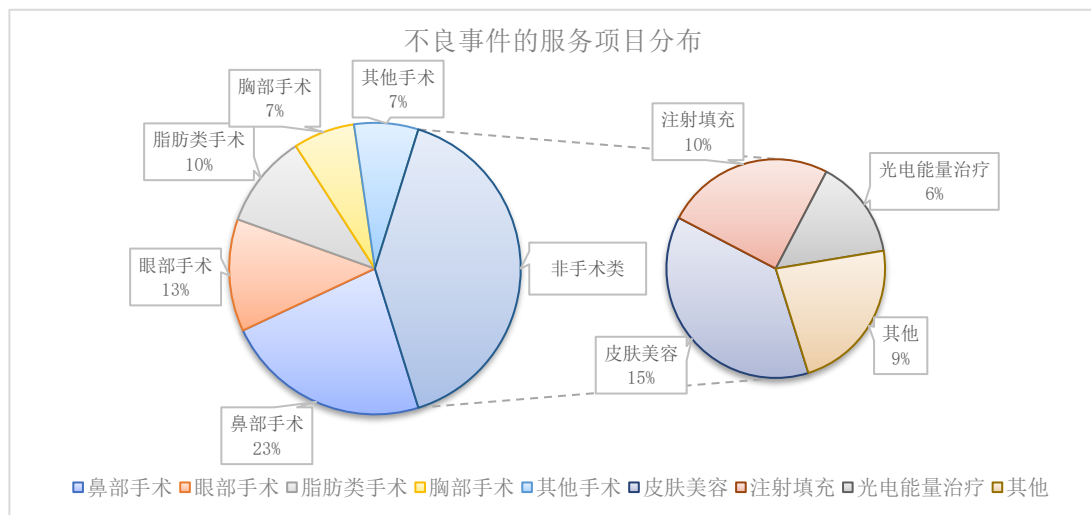


（图 1：医疗美容不良事件所在机构的类型分布图）

从医疗机构类型来看，专科医院、门诊部、诊所等三种类型的医美机构均有不良事件发生，其中专科医院占比最高（57.8%）。这与专科医院规模较大、管理链条较长、风险环节较多

密切相关，同时也与专科医院是当地监督部门的关注重点相关。

2.不良事件的医疗服务项目分布



（图 3：不良事件的服务项目分布）

从不良事件的服务项目分布来看，美容外科项目占比 60%。其中以鼻部手术项目为最多（23%），其次为眼部手术项目（13%）。眼部、鼻部手术项目是美容外科中最常见的两类项目。这表明与非手术类项目（主要是光电类、皮肤微创类）相比，外科手术类项目更容易引发医患纠纷。其原因在于美容外科项目诊疗操作更复杂、难度更高、风险更大，对医疗机构软硬件条件要求更高，因此对医疗机构规范运营和质量控制提出了更高要求。

由于手术类项目存在较高风险，替代手术的非手术方法、技术和材料快速涌现，就医者对非手术治疗项目需求的持续增长，非手术项目也将成为医美机构规范运营的重点项目领域。在非手术项目中，皮肤美容类项目的不良事件占比最高（15%），其次注射填充类项目（10%），光电能量治疗最少（6%）。这三类项目相互比较可以看出，皮肤美容类项目因为治疗频次多、涉及医疗材料多、技术应用场景多样化等，在非手术类中不良事件发生的可能性最高。

（二）医疗美容机构违规运营分类及成因分析

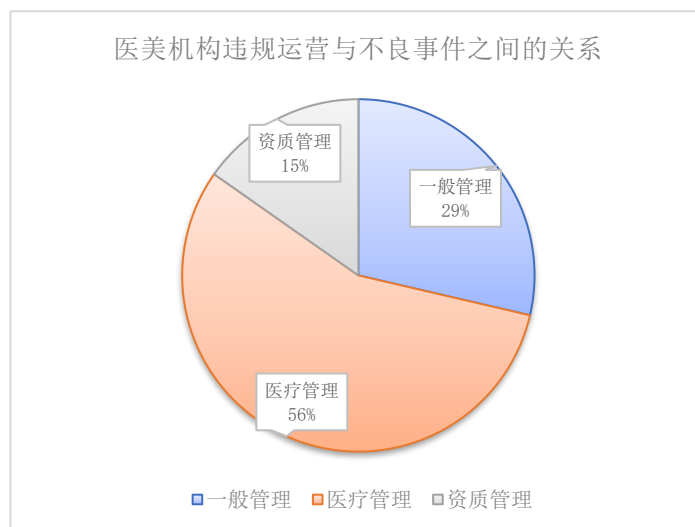
不良事件的发生，与医疗美容机构的日常运营管理水平优劣直接相关。医美机构违规运营是导致不良事件的主要因素。通常情况下，根据医美机构在日常运营过程中管理不善导致不良事件的情形分为：资质管理、一般管理、医疗管理三个部分，其中：

资质管理，指与医疗机构资质、医护人员资质、药品或医疗器械准入和使用相关的运营管理范畴。

一般管理，指与医美机构日常运营相关的管理行为，主要有市场推广、产品设计与运营、服务管理、财务管理等经营管理行为。

医疗管理，指与医疗美容临床诊疗直接相关的管理行为，包括医疗质控管理、病例管理、

围手术期管理等多个方面。



（图 4：医美机构违规运营与不良事件之间关系图）

从上图可知，在医美机构日常运营管理过程中，大多数不良事件（占比 56%）是因医疗管理不善导致的。医疗管理的漏洞，很容易导致医疗质量问题甚至出现医疗事故，加之医疗服务的效果评价受就医者主观感受影响较大，不良事件可能出现在诊疗服务的任何一个环节，包括咨询、预约、接诊、术前、术中、术后等。

其次，一般管理缺陷也容易导致不良事件（占比 29%），往往与医美机构的经营方式、思路、策略相关，主要表现在医疗机构虚假宣传、违规广告、过度开发等。

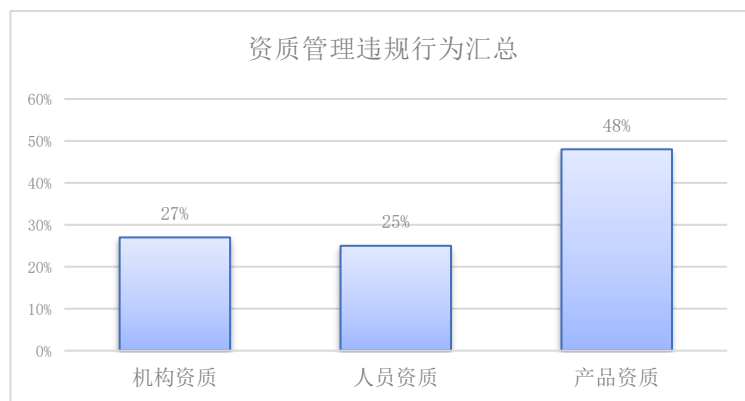
再次，资质管理是医美机构合法合规执业的基础，常见的违规行为集中在医疗机构资质不足（超范围执业）、医护人员资质不足（非卫生技术人员从事诊疗活动、医生超执业范围行医、医生超执业地点行医）、药械资质管理漏洞（违规使用假药水货）方面。

三、资质管理过程中常见违规行为及改进建议

随着医疗美容行业相关法律法规的不断健全，资质管理已成为医美机构规范经营的重要工作内容，在 2021 年医美机构违规典型案例中，有 15% 的违规案例，是由资质违规所导致的。

（一）资质管理的违规行为汇总分析

医美机构的资质管理，主要包括医疗机构资质管理（机构资质）、卫生专业技术人员资质管理（人员资质）、药品和医疗器械资质管理（产品资质）三个方面。

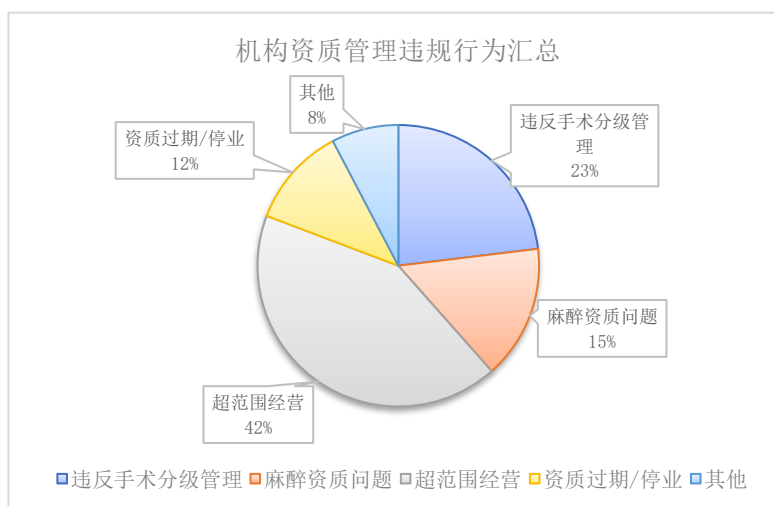


（图 5：资质违规引发的医美机构违规事件）

三个方面的资质管理中，产品资质所导致的违规行为占比最高，达 48%。这源于两方面原因：一方面，长期以来医疗美容产品水货、假货盛行，另一方面，食品药品监管部门加强了药械合规监督检查。自 2021 年 6 月 1 日起，新的《医疗器械监督管理条例》正式施行，各地食品药品监督部门开展了专项行动，重点检查医疗器械的违规生产、销售和使用情况，其中医美行业的玻尿酸、光电仪器属于重点检查项目；其次，因机构资质产生的违规行为占比 27%；再次，因医生资质产生的违规行为占比 25%。

在医美行业规范管理的环境氛围下，药品和医疗器械的合规化使用已成为行业受关注度最高的领域，相关管理部门也在持续加大这一领域的管控力度，可预见在 2022 年，规范化的产品应用将继续成为医美机构合规经营的重点管控领域。

（二）机构资质管理违规行为汇总分析



（图 6：机构资质管理违规行为汇总图）

医美机构资质引发的违规问题中，42%的案件出现医疗机构超范围经营问题，主要为诊所级别机构违规开展难度系数高的外科项目、中医美容机构违规开展外科项目等。

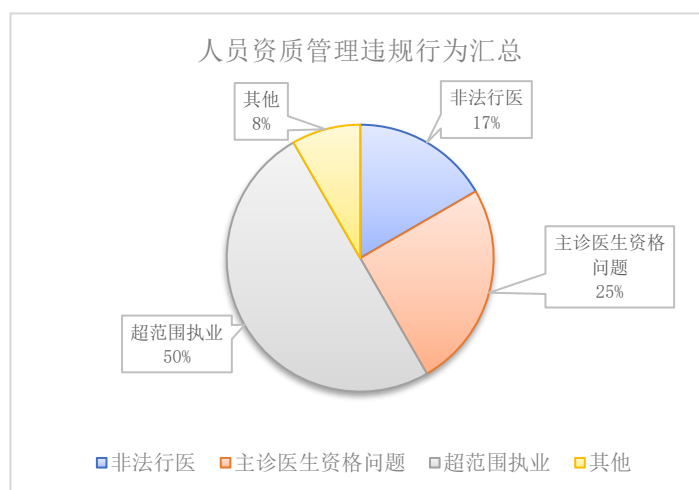
有 23%的机构资质违规是由违反手术分级管理规定，主要是超范围开展三、四级整形手

术。

15%的机构因违规开展麻醉项目而引发违规，主要是未设立麻醉科而开展全麻手术、无麻醉药品使用资质、违规使用毒麻药品等问题。

12%的机构，因未及时进行或通过医疗机构校验、年审，停业期间违规继续营业，而引发机构违规。

（三）人员资质管理违规行为汇总分析



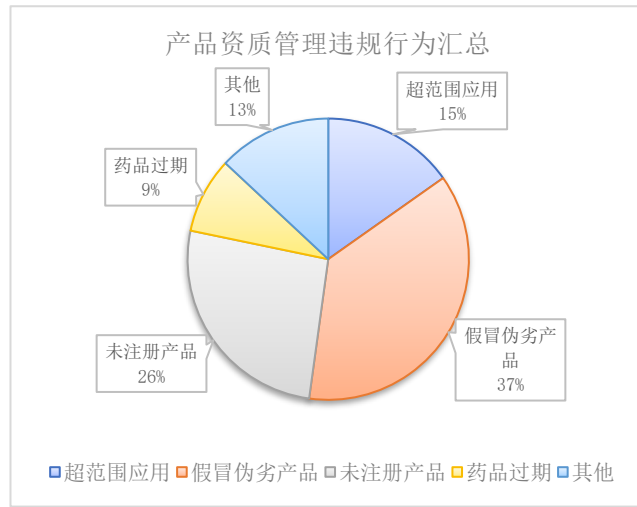
（图表 7：人员资质管理违规行为汇总图）

人员资质问题导致的违规案件中，有 50%与医生超范围执业相关，主要包括非外科/美容外科医生违规实施美容外科或整形外科手术，中医科/口腔科医生超范围实施注射填充治疗等。

25%的人员资质违规与主诊医生的资格问题相关，主要为主刀/治疗医生未取得主诊医生资质所致。目前主诊医生资格管理在各区域有所差异，具体管理要求需符合当地主管部门的规定。

非法行医行为占人员资质违规的 17%，主要是医美机构雇佣护士或其他无行医资质人员从事医美治疗。

（四）产品资质管理违规行为汇总分析



（图 8：产品资质管理违规行为汇总图）

产品资质引发的违规案件中，使用假冒伪劣产品的占比 37%。此类行为具有很强的主观故意，是目前医美行业违规查处的重点领域。

26%的违规案件是使用未取得合规注册证的产品。主要存在于面部微整形治疗和皮肤治疗领域，这一领域也是医美行业合规管理的重点。

15%的违规案件与药品和医疗器械的超适应症使用有关，主要存在于肉毒素和面部填充类产品应用方面。

其他产品资质问题，主要包括使用过期药品，使用违规医疗器械等原因所致。

（五）资质管理的重点管控环节及改进建议

资质管理，是医美机构规范经营的基本要求，也是医美机构合法合规经营的前提，在资质管理方面，建议医美机构注意加强以下方面工作：

1.严格遵照医美行业的法律法规以及各级卫生行政部门颁布的管理办法的要求与规定，定期开展资质管理方面的自查，严格把控人员准入（特别是医生准入）、产品准入等管理制度，确保在资质管理方面合法合规。

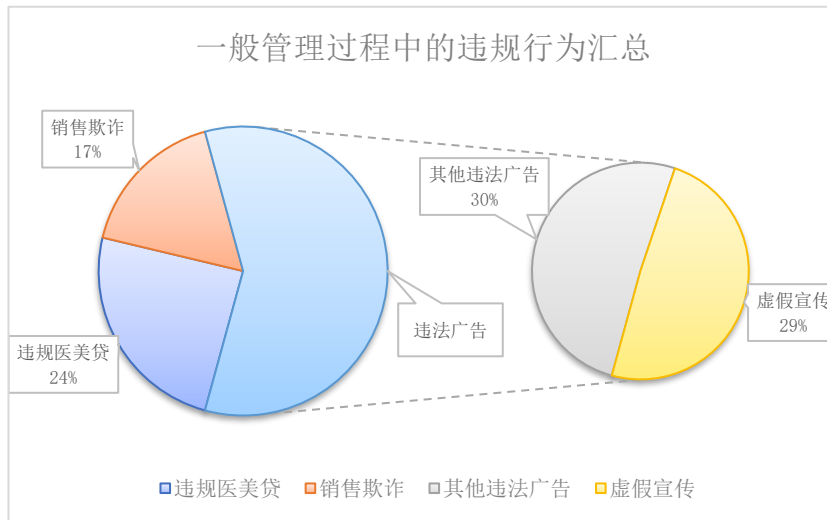
2.根据医美机构自身条件，设立专业部门或专人进行医美机构的各项资质管理工作，积极参与各级卫生主管部门组织的各项培训，定期组织院内相关人员进行资质管理培训教育。

重点加强药品和医疗器械资质管理工作，自觉禁止、抵制假冒伪劣产品流入医美机构；规范药品和医疗器械采购流通渠道，杜绝未注册药品和医疗器械的使用，依照相关主管部门的要求，合规使用正规产品；加强临床药品与医疗器械使用管理，有效根据合规要求管理药械适应症使用范围。

四、一般管理过程中常见违规行为及改进建议

医美机构一般管理过程中的违规行为，多与其经营方式相关，常见于市场推广和销售行为中，医美机构经营方式不规范、员工培训不到位、日常管理缺失，是此类违规行为发生的主要因素。

（一）一般管理的违规行为汇总分析



（图 9：医美机构一般管理过程中的违规行为汇总）

一般管理的违规行为主要发生在医美产品及服务的推广和销售两个环节。

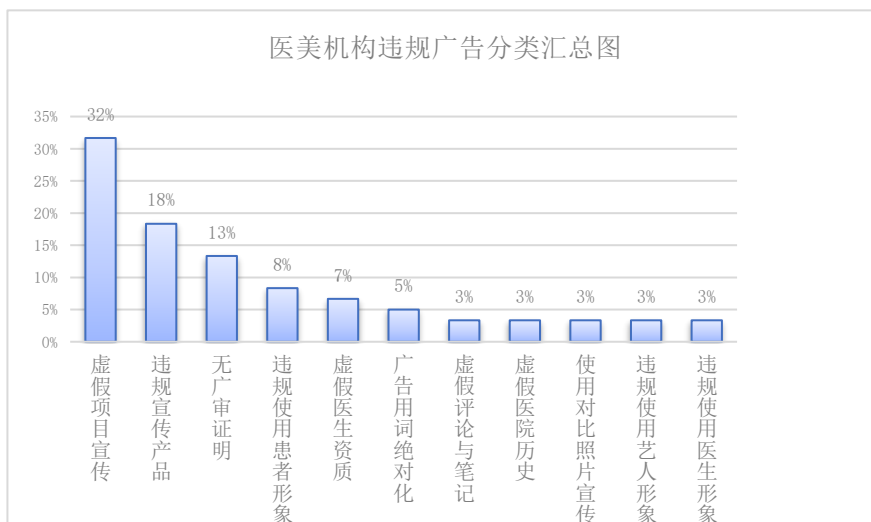
在市场推广环节，违规广告是最常见的违规行为，占总数的 59%，这表明目前医美机构争取客户、抢占市场的主要手段还是依靠广告宣传，因而违规发布广告的风险大增。在违规广告中主要表现为虚假宣传，几乎占违规广告的一半。虚假宣传是目前市场监管部门的重点管控领域，在管控力度和处罚力度上与其他违规广告有所区别。

在产品、服务销售环节，违规行为表现为违规医美贷（24%）和销售欺诈（17%）。尽管公安和金融监管部门今年大力整顿“医美贷”等违规医疗美容分期贷款行为，取得了显著效果，但是违规的医美分期贷款仍然存在。另外，销售欺诈行为也较常见，主要表现为虚标价格、项目“以次充好”、套路消费、乱收费等行为。

（二）医美机构的违规广告和违规销售

1. 违规广告的类型及其原因

违规广告主要出现在医美机构的市场推广行为中，与市场推广方式、思路直接相关，违规行为多出现在夸大宣传、虚假宣传上，具体类型如下：



(图 10: 医美机构违规广告分类汇总图)

在所有的违规广告中，虚假项目宣传、违规宣传产品项目、无广审证明占到市场推广违规行为的前三位。

其中虚假项目宣传，主要包括对假冒产品项目进行宣传、虚构新技术项目、虚构项目功效等违规行为。

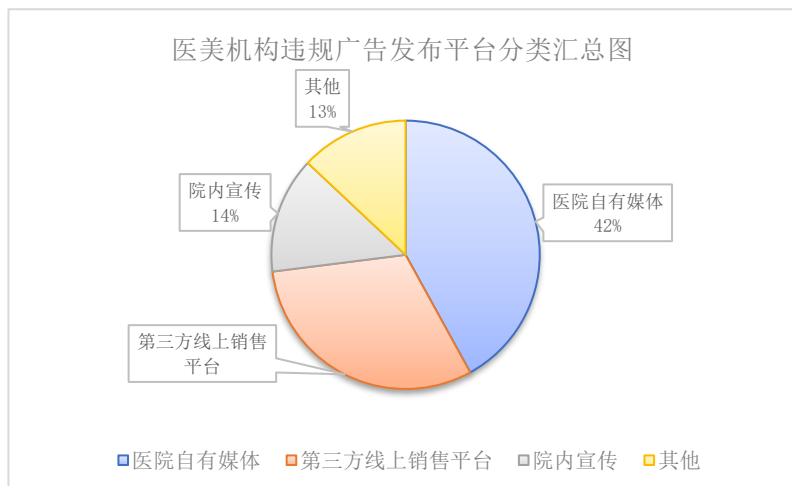
违规宣传产品项目，主要包括夸大项目功效、超适应症范围宣传、推广禁止宣传的产品等。

无广告证明违规，主要指未取得广审证明或广审证明过期情况下仍进行市场宣传。

其他违规使用患者形象、医生形象、艺人形象、对比照片行为以及宣传中绝对化用词均为医美行业相关法律法规中明确规定的禁止行为。

医美机构的违规广告问题中，大部分与项目、产品、技术的宣传相关，这与经营中对项目的过度包装直接相关，在市场竞争中，在缺乏核心技术和差异化优势的情况下，只靠夸大包装、偷换概念、虚构功效，不光难以取得经营成效，更会触及合法合规的“红线”。

医美机构在市场推广环节的管理缺位，是导致违规广告发生的另一个主要因素。对市场推广人员的合法合规培训教育不足、市场推广行为中缺乏内容审核管控、推广中急功近利，均是市场推广环节的常见隐患。



(图 11: 医美机构违规广告发布平台分类汇总图)

从违规广告发生的媒体平台分析, 医院自有媒体、第三方线上销售平台、院内宣传是违规广告的高发平台, 其中:

医院自有媒体, 主要包括医疗机构网站、微信公众号、微博及其他被认证为医疗机构所有自媒体账号。

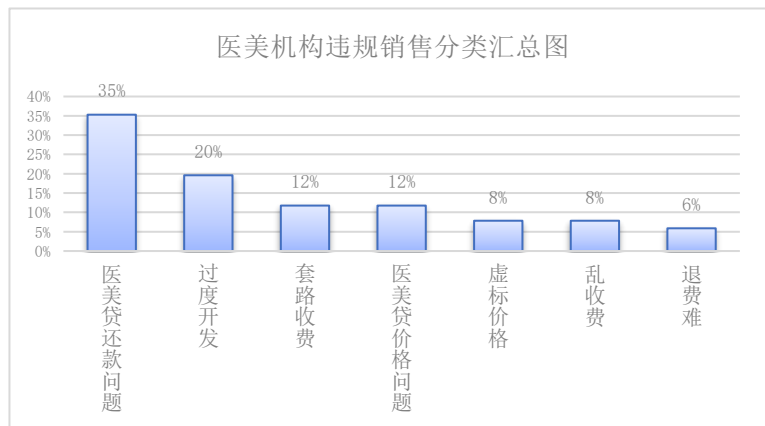
第三方线上销售平台, 主要包括各类线上销售平台的医美机构账号和线上销售的已认证的医美产品项目。

院内宣传, 主要指在医美机构院内陈列或张贴公示的宣传推广内容。

违规广告多发生在经医美机构认证的平台, 此类平台的传播内容往往被认定为用于市场推广目的, 不光要受到平台规则的制约, 更要遵照相关法律法规的要求。对于医美机构认证账号或平台的管控缺失, 是导致违规广告发生的重要因素。

2. 违规销售的类型及其原因

销售环节的违规行为, 多由不规范的销售模式和销售方法所致, 与医美机构的销售方式、销售团队管理、销售绩效导向有关。



(图 12: 医美机构违规销售分类汇总图)

在销售违规行为中, 主要是两类行为:

一是违规医美贷导致的问题, 主要包括主管部门重点管控的套路贷、不当还款催收方式、项目价格虚高等。

二是与销售团队管理及绩效导向相关的不当销售行为, 包括较为常见的过度开发、套路收费、虚标价格、乱收费和退费难的问题。

其中过度开发主要表现为偏离正常范围的巨额消费、违反医疗安全原则的多项目消费以及违背医疗伦理的项目销售等。

套路收费主要表现为医美机构以免费或低价吸引消费者, 并设定强制后续消费的行为。

虚标价格主要出现在促销活动或线上销售中, 包括抬高原价的“假促销”、虚构低价项目等行为。

乱收费和退费难主要源自价格公示不规范、未说明的收费以及退费中拖沓、推诿等问题。

销售违规行为的发生与医美机构的销售管理思路直接相关，急功近利的过度销售开发是导致这一问题的关键。

（三）一般管理常见薄弱环节及改进建议

在医美机构一般管理所导致的违规行为中，市场推广和销售管理是常见的薄弱环节，建议医美机构加强以下环节的管理：

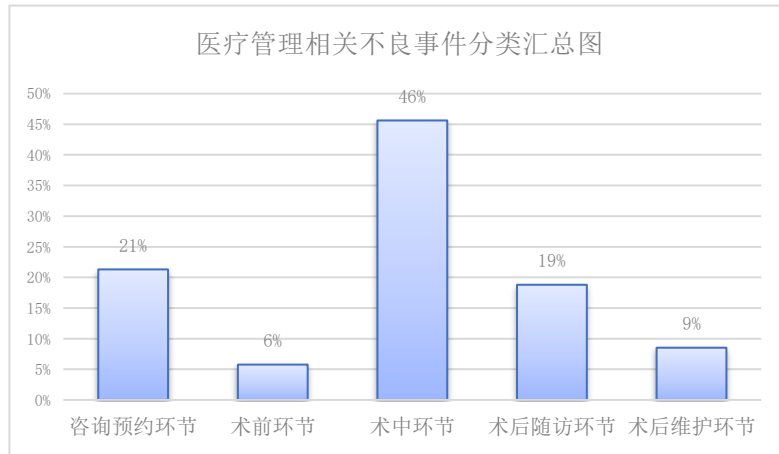
- 1.规范医美机构的市场推广方式和思路，以诚信、客观、规范作为市场推广工作的准则，杜绝虚假内容的宣传。
- 2.在医美项目的设计与策划上，以核心技术和客观功效为主导，不采用夸大、虚构的内容进行项目包装，不制造“容貌焦虑”，规范表达技术项目的原理与功效。
- 3.加强市场推广人员的合规培训与教育，对医美广告的相关法律法规进行系统培训，建立市场人员日常培训和规范化考核机制，并对市场人员流动进行规范有序管理，健全市场人员准入机制。
- 4.建立健全市场推广内容审核制度，加强广告内容审批管控机制，通过多级审核机制杜绝违规广告内容的产出。
- 5.加强医美机构自有媒体、平台、账号的管理，设立专人专管机制，落实自有媒体渠道的管理责任到人。
- 6.规范医美机构销售指导思路，采用规范、公开透明、真诚的思路开展销售工作，杜绝违规医美贷行为。
- 7.加强销售团队销售方式的引导和日常管理，制定销售规范化管控机制，加强销售人员的专业技术培训考核，杜绝过度开发等不当销售行为。
- 8.加强医美机构的促销和价格管控机制，做到价格规范公示、优化收费和退转费机制。

五、医疗管理过程中常见违规行为及改进建议

医美机构的医疗管理不善是导致不良事件发生的主要因素。在全部典型案例中，56%的不良事件是由医疗管理不善导致的，医疗管理过程与消费者接受医疗美容服务的效果和体验度直接相关，也是导致消费者客诉的主要管理环节。这揭示，医美机构应当将医疗管理作为日常运营管理的重中之重。

（一）医疗管理的不良事件汇总分析

医美机构的医疗管理环节，与医疗美容服务的流程环节直接相关，与其他医疗领域相比，医美服务的治疗效果评价受消费者自身感受影响较大，在医美服务任一流程中出现的管理缺陷，均可能导致消费者客诉或不良医疗后果，所以，医疗美容服务的医疗质量管理，应覆盖医美服务实施的各个环节。



(图 13: 医疗管理相关不良事件分类汇总图)

根据医疗管理及服务缺陷发生的服务流程划分, 因医疗管理所导致的违规和不良事件中, 管理缺陷及不当行为主要出现在咨询预约、术前、术中、术后随访、术后维护 5 个环节, 其中术后随访环节指术后 2 周内的随访过程, 术后维护指随访环节过后直至治疗副反应消失或治疗效果完全呈现为止。

部分违规和不良事件的发生, 是由多项医疗管理缺陷所导致的, 在系统分析的典型案例中, 平均每一起不良事件对应 1.67 项医疗管理缺陷, 这说明不良医疗后果的产生并非单一因素引起的孤立事件, 而往往是多项医疗管理缺陷叠加的结果。

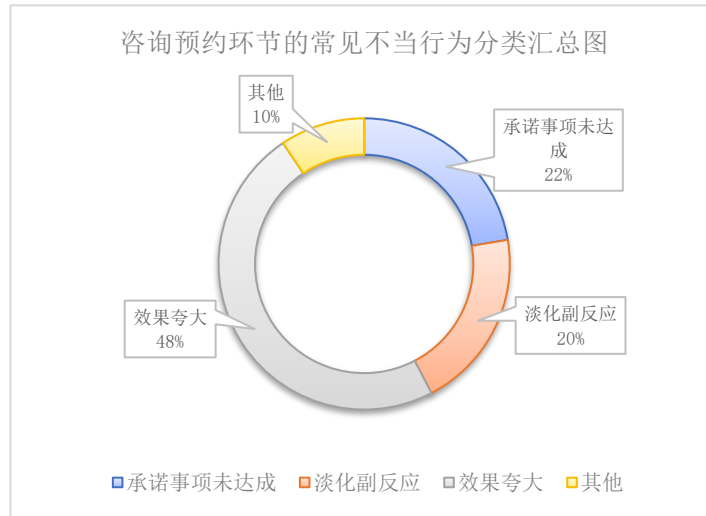
从医疗管理缺陷的分布看, 术中环节、咨询预约环节和术后随访环节是医疗管理的主要薄弱环节, 其中, 咨询预约环节的缺陷居第二位, 说明有 21% 的不良事件在这一环节已埋下隐患; 术中医疗缺陷占比为 45%, 说明多数不良事件的诱因存在于医美服务的核心环节; 术后随访环节的缺陷占比 19%, 也印证了医美服务术后管理的重要性。

(二) 医疗管理过程中常见管理缺陷和不当行为

医美服务的各个流程中, 均存在一些常见的管理缺陷, 这些管理缺陷与参与医疗服务的各岗位人员相关, 包括医生、护士、咨询师、检验师、回访人员等多个岗位。

1. 咨询预约环节的不当行为

咨询预约环节不仅指院内咨询, 还包括网络、电话等远程咨询预约环节。

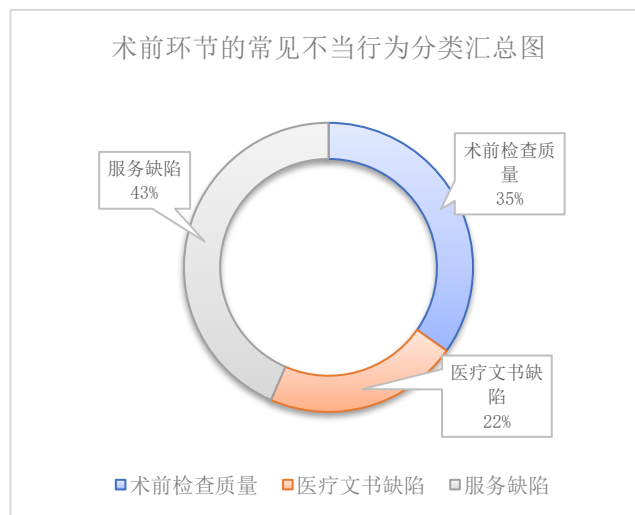


(图 14: 咨询预约环节的常见不当行为分类汇总图)

在咨询预约环节的不当行为中，效果夸大占到接近 50%，这主要是由咨询人员项目表达不客观所致，夸大的效果表达也为后续的医美服务实施埋下隐患；淡化治疗的副反应占比 20%，会导致消费者对医美治疗的副作用和恢复期未做心理准备，从而引发消费者不满；承诺事项未达成占比 22%，这与咨询人员为了销售达成而做的随意承诺有关。

2.术前环节的常见管理缺陷

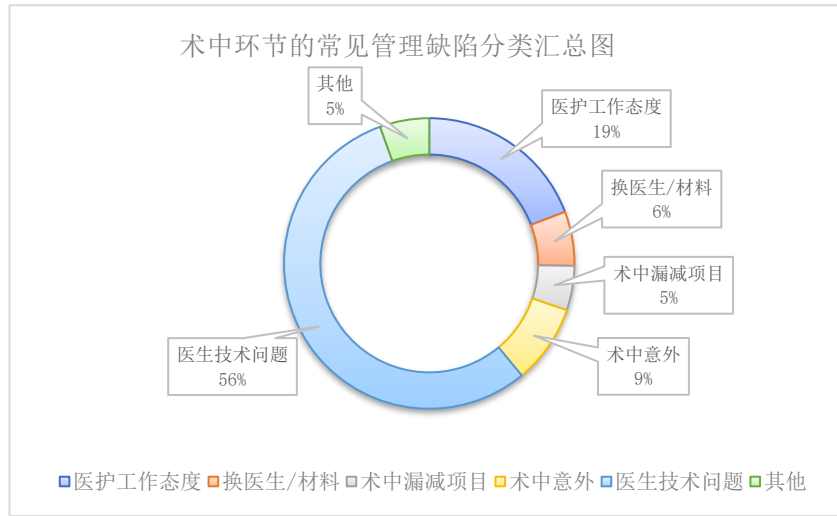
术前环节主要包括术前检查、医疗文书签署和术前准备等服务环节。



(图 15: 术前环节的常见不当行为分类汇总图)

术前环节的医疗管理缺陷多表现为服务问题，主要包括流程不畅、服务态度差等问题；术前检查质量问题占比也较高，主要为未做术前检查、应检项目未检、检查结果不准等问题；医疗文书缺陷占比 22%，主要为未签署医疗文书、篡改医疗文书、医疗文书书写不全等问题。

3.术中环节的常见管理缺陷



(图 16: 术中环节的常见管理缺陷分类汇总图)

导致不良事件的术中医疗管理缺陷中，由医生技术问题引发的占 56%，这与医疗管理中的医生准入机制、项目准入机制、医疗质控等因素相关，也是导致不良医疗后果的直接因素。

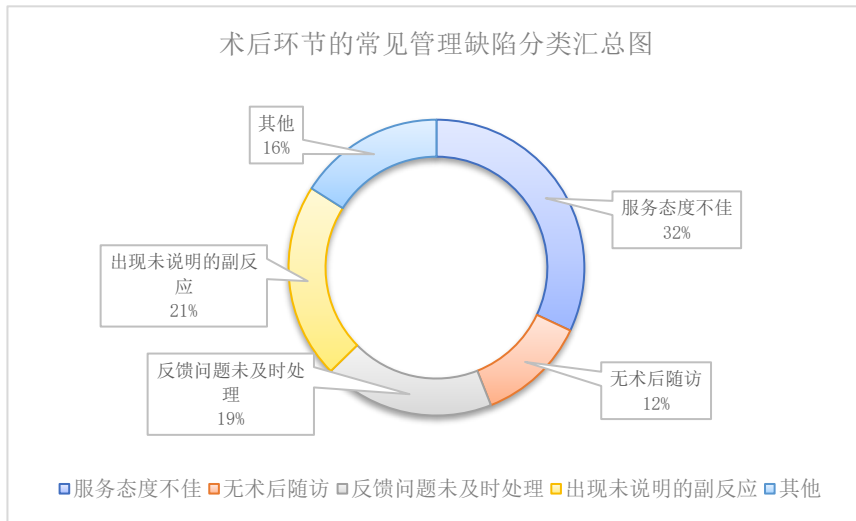
医护工作态度问题，是术中环节缺陷的第二大因素，工作态度问题主要由消费者反馈，也是导致消费者客诉的主要原因之一，这与医美机构管理机制是否健全以及日常管理水平直接相关。

术中意外引发的管理缺陷占比 9%，术中意外虽然存在不可预见性，但在术中意外发生时，考验的是医美机构的应急医疗处置程序和突发事件管理能力，这也是医疗质控管理的重要部分。

术中换医生、漏减项目、更换材料等问题，反应了机构医疗管理的规范性，从管理角度来看，完整的医疗质量管理体系和有效的日常管理应当可以杜绝此类问题。

4.术后随访环节的常见管理缺陷

术后随访环节指治疗结束后的短期术后管理环节，一般涵盖术后两周内，此环节服务多由医生、医生助理、护士、咨询师等岗位共同参与。



(图 17: 术后环节的常见管理缺陷分类汇总图)

此环节出现的服务态度问题，在不良医美事件中较为常见，主要表现为敷衍、拖沓、态度恶劣等问题。

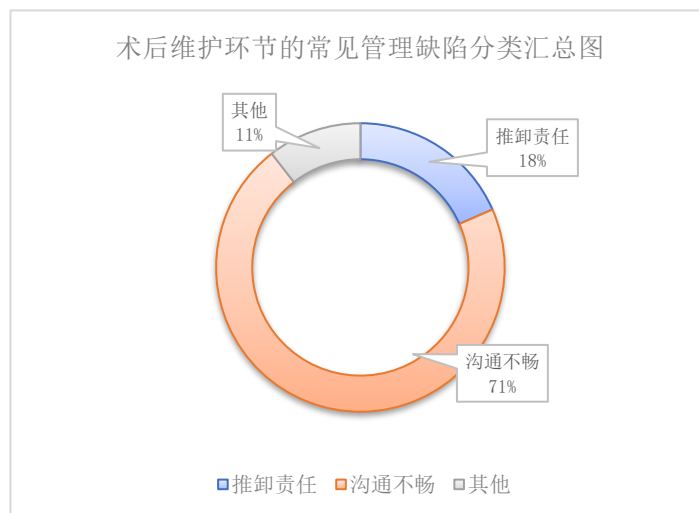
出现未说明的副反应，往往与治疗前的术前谈话、治疗后的医嘱下达等围手术期管理有关，此类问题出现也是导致消费者心理不良情绪的主要原因。

反馈问题未及时处理的比例占到 19%，这与随访的后续管理相关，出现问题未及时处置，也是导致不良医疗后果发生的重要诱因。

部分医美机构术后随访机制不健全，未进行术后随访导致未在第一时间发现问题，从而导致不良事件发生。

5. 术后维护环节的常见管理缺陷

术后维护环节的管理缺陷，多发生于副反应消退和治疗效果呈现阶段，此阶段的消费者担心情绪较浓，服务缺陷容易引发消费者客诉乃至不良事件。



(图 18: 术后维护环节的常见管理缺陷分类汇总图)

术后维护环节的服务缺陷，主要在于沟通不畅方面，占比达 71%，消费者的担心未得到及时的关注与处置，是导致消费者客诉和医疗纠纷的直接诱因；此环节出现的推卸责任行为，也是导致不良事件的另一重要因素；术后维护环节的管理缺陷，与医护团队的培训教育水平相关，也是由医美机构缺乏系统性的随访管理机制所引发的。

（三）医疗管理常见薄弱环节及改进建议

医美机构的医疗管理体系，因覆盖医美服务的整体流程，在上述 5 个主要的医美服务流程中，均应建立系统化的医疗管理制度，建议医美机构在以下管理环节加强医疗质量管理：

1.健全咨询预约环节的医疗质量管理机制，加强对咨询师、远程咨询人员的业务培训和日常管理工作，制定咨询岗位工作规范，主动、客观、真实的向消费者提供医美咨询服务，杜绝夸大效果，隐瞒副作用等不当行为。

2.加强医美服务的术前管理制度，规范落实医疗文书管理机制，依照行业规范严格落实各治疗项目术前检查要求，优化术前检查流程，提高消费者体验度。

3.加强主诊医生准入机制、项目准入机制的管理，加强医生和护士人员的业务培训和继续教育管理，推进治疗技术标准在日常业务中的应用，提高医美机构的技术水准。

4.加强医德医风建设，健全医疗质控管理和手术室管理机制，杜绝擅自更换项目、更换材料等不当医疗行为。

5.健全应急医疗事件管理机制，建立急救等医疗处置绿色通道，加强应对术中意外的应急管理能力。

6.建立健全围手术期医疗管理机制，完善术后随访机制，加强术后环节的医疗质量管理。

7.健全医疗纠纷管理机制，重视消费者客诉，将医疗纠纷管理从“事后管理”转向为“事前预防”，落实医疗纠纷预防管理机制。

六、医美机构规范运营的重点环节及运营建议

（一）医疗美容机构典型违规/不当行为汇总

通过对 2021 年医美机构典型违规案例的分析，梳理出涉及三个经营管理方面的 10 个常见规范经营薄弱环节，以及存在一定共性的 46 项典型违规行为和常见不当行为，汇总如下：

医美机构 46 项典型违规行为或常见不当行为汇总表

分类	常见薄弱环节	典型违规行为/不当行为			
资质	机构资质管理	超范围经营	违反手术分级管理	麻醉资质问题	资质过期违规执业
	人员资质管理	医生超范围执业	主诊医生资格问题	非法行医	

管理	产品资质管理	使用假冒伪劣产品	使用未合规注册产品	超范围应用产品	使用过期药品及医疗器械
一般管理	市场推广环节	虚假项目宣传	违规宣传产品	无广审证明	违规使用患者形象
		虚假医生资质	广告用词绝对化	虚假评论与笔记	虚假医院历史和荣誉
		使用对比照片宣传	违规使用艺人形象	违规使用医生形象	
	销售环节	违法医美贷还款问题	过度销售开发	套路收费	违法医美贷价格问题
虚标价格		乱收费	退费难		
医疗管理	咨询预约环节	效果夸大	承诺事项未达成	淡化副作用	
	术前环节	服务缺陷	术前检查质量问题	医疗文书缺陷	
	术中环节	医生技术问题	医护工作态度问题	术中意外	擅自换医生/材料
		术中擅自漏减项			
	术后随访环节	服务态度不佳	出现未说明的副作用	反馈问题未及时处理	无术后回访
术后维护环节	沟通不畅	推卸责任			

（二）医疗美容机构规范运营建议

针对 10 个常见规范管理薄弱环节的 46 项典型违规和不当行为，建议医美机构加强以下方面的经营管理工作：

分类	医美机构规范运营建议
资质管理	严格遵照相关法律法规要求进行资质管理
	定期开展资质合规的自查，严格进行医生准入和产品准入管理
	设立专岗专人进行资质管理工作
	重点加强药品和医疗器械资质合规管理工作
	规范药品和医疗器械采购渠道，合规使用正规产品
	加强临床药品与医疗器械使用管理
一般管理	规范医美机构的市场推广思路和方式
	围绕核心技术进行服务项目设计，杜绝产品项目过度包装
	加强市场推广人员合规培训与教育
	健全市场推广内容审核机制
	加强医美机构自有媒体管理，管理责任落实到人
	规范医美机构销售管理指导思路，杜绝违规医美贷
	加强销售人员销售方式引导和日常管理，制定规范化销售管控机制
加强销售人员专业技术培训	

	加强促销管理与价格公示管理，优化收费和退转费服务流程
医疗 管理	健全咨询预约环节的医疗质量管理机制
	加强咨询人员业务培训，制定咨询人员岗位工作规范
	加强医美服务术前管理制度，优化术前检查流程
	加强医美机构医疗文书管理
	落实主诊医生准入考核机制与项目准入机制
	加强医护人员业务培训和继续教育管理
	推进临床治疗标准在医美服务项目的实施
	加强医德建设，落实手术室管理制度、医疗质控管理制度的实施
	健全应急医疗事件管理机制
	健全围手术期医疗管理机制，完善术后随访制度
	健全医疗纠纷管理机制，落实医疗纠纷的预防管理

七、医疗美容法律法规及临床技术规范目录

医美机构的规范化运营，需遵照现行法律法规的要求，在机构的日常经营管理中切实落地执行，并建立相应的合规管理机制，确保合法合规经营得到坚定而持续的加强。现将医疗美容行业相关法律法规、行业标准及临床技术规范汇总如下，供广大医美机构参照执行：

- 1994 年 卫生部 《医疗机构诊疗科目名录》
- 1994 年 卫生部 《医疗机构基本标准》
- 1994 年 全国人大 《中华人民共和国广告法》
- 1998 年 全国人大 《中华人民共和国执业医师法》
- 2002 年 卫生部 《医疗美容服务管理办法》
- 2002 年 卫生部 《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准》
- 2002 年 中华医学会 《医疗美容项目》
- 2002 年 国务院 《医疗事故处理条例》
- 2004 年 中华医学会 《临床技术操作规范.美容医学分册》
- 2006 年 卫生部 《医疗广告管理办法》
- 2007 年 卫生部 《医师定期考核管理办法》
- 2008 年 卫生部 《医疗美容机构基本标准（修订意见稿）》
- 2009 年 卫生部 《医疗美容项目分级管理目录》
- 2009 年 卫生部 《医院手术部（室）管理规范（试行）》
- 2009 年 卫生部 《关于纹身不纳入医疗美容项目管理的批复》
- 2011 年 国务院 《医疗废物管理条例（2011.1.8 修订）》
- 2012 年 卫生部 《关于进一步加强医疗美容管理工作的通知》
- 2012 年 卫生部等 《医疗机构从业人员行为规范》
- 2013 年 国务院 《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》



- 2013 年 国家卫计委 《医疗机构病历管理规定》
- 2014 年 国家卫计委 《关于推进和规范医师多点执业的若干意见》
- 2014 年 中国整形美容协会 《医疗美容机构评价标准》
- 2015 年 国家食药总局 《医疗器械分类规则》
- 2016 年 国务院 《麻醉药品和精神药品管理条例（2016.2.6 修订）》
- 2016 年 国家卫计委 《医疗质量管理办法》
- 2016 年 中国整形美容协会 《医学抗衰老行业技术规范指南纲要》
- 2017 年 中国整形美容协会 《埋线提升面部年轻化技术操作规范与共识》
- 2017 年 中国整形美容协会 《毛发移植技术临床应用专家共识》
- 2017 年 国家卫计委等 《严厉打击非法医疗美容专项行动方案》
- 2017 年 国家食药总局 《关于发布医疗器械分类目录的公告》
- 2018 年 国家卫健委 《医疗技术临床应用管理办法》
- 2018 年 国家卫健委 《医疗质量安全核心制度》
- 2018 年 中国整形美容协会 《中国瘢痕疙瘩临床治疗推荐指南》
- 2019 年 国家卫健委 《医疗乱象专项整治行动方案》
- 2019 年 国家卫健委 《国家卫生健康委员会关于进一步加强公共场所卫生监管工作的通知》
- 2019 年 市场监管总局 《关于深入开展互联网广告整治工作的通知》
- 2019 年 最高人民法院等 《关于办理“套路贷”刑事案件若干问题的意见》
- 2019 年 国家卫健委 《关于印发促进社会办医持续健康规范发展意见的通知》
- 2019 年 中国整形美容协会 《脂肪注射移植标准》
- 2020 年 国务院 《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》
- 2020 年 国家卫健委 《医疗机构依法执业自查管理办法》
- 2020 年 中国整形美容协会 《医疗美容病历范本》（试行）
- 2021 年 国家卫健委 《医疗器械临床应用管理办法》
- 2021 年 国家卫健委等 《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》
- 2021 年 市场监管总局 《医疗美容广告执法指南》
- 2021 年 中国整形美容协会 《微针治疗操作规范》
- 2021 年 国家食药总局 《关于征求《医疗器械分类目录》调整意见的通知》
- 2022 年 全国人大 《中华人民共和国医师法》（2022.3.1 起施行）

八、附录

国家药监局通报查处可用于医疗美容医疗器械违法典型案例

按照国家卫生健康委、中央网信办、公安部、海关总署、市场监管总局、国家邮政局、国家药监局、国家中医药局等八部门联合印发的《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》以

及《国家药监局综合司关于进一步加强可用于医疗美容的医疗器械监管的通知》要求，药品监管部门依职责加强对医疗器械生产经营企业和医疗机构的监督检查，依法查处不符合法定要求的医疗器械。国家药监局积极组织各地药品监管部门开展打击非法医疗美容服务专项整治工作。各地加大监管执法力度，严厉打击可用于医疗美容医疗器械违法违规行为，查处了一批违法违规案件，有效维护患者的合法权益。

典型案例如下：

一、南京市秦淮区市场监督管理局查处南京芙若丝医疗美容诊所有限公司使用未依法注册的第三类医疗器械案

2021 年 1 月 18 日，南京市秦淮区市场监督管理局执法人员在南京芙若丝医疗美容诊所有限公司现场检查时，发现当事人经营场所内存放无中文标识的相关产品。经调查，当事人购进使用的产品应当按照第三类医疗器械管理。依据《医疗器械监督管理条例》（2017 年修订）第六十六条规定，对当事人作出行政处罚：1. 责令立即停止违法行为；2. 没收涉案产品；3. 罚款 98880 元。

二、广州市白云区市场监督管理局查处广州朵恩美容仪器有限公司经营未取得医疗器械注册证的第二类、第三类医疗器械案

2021 年 4 月 15 日，广州市白云区市场监督管理局执法人员在广州朵恩美容仪器有限公司现场检查时，发现当事人在经营场所内摆放未标示有产品名称、医疗器械产品注册证、生产企业等信息的相关产品 3 台。经调查，根据涉案产品的结构组成、预期用途、工作原理等，涉案产品中 2 台应当按照第二类医疗器械管理，1 台应当按照第三类医疗器械管理。当事人在 2021 年 1 月 18 日至 2021 年 4 月 15 日期间存在经营未取得医疗器械注册证的第二类、第三类医疗器械的行为，其涉案产品总货值共计 22100 元，违法所得共计 11900 元。依据《医疗器械监督管理条例》（2017 年修订）第六十三条等规定对当事人作出行政处罚：1. 没收当事人的违法所得 11900 元；2. 没收当事人违法经营的医疗器械产品；3. 对当事人经营未取得医疗器械注册证的第二类、第三类医疗器械的行为处以罚款 298350 元；4. 责令当事人改正擅自变更经营场所和库房地址的行为，并对该行为处以罚款 16000 元；5. 责令当事人改正从不具有资质的个人购进医疗器械的行为，并对该行为处以罚款 16000 元。

三、广州市白云区市场监督管理局查处广州市瑞美医疗美容门诊部有限公司使用未取得医疗器械注册证的第三类医疗器械案

2021 年 3 月 10 日，广州市白云区市场监督管理局执法人员在广州市瑞美医疗美容门诊部有限公司现场检查时，发现当事人在经营场所存放无中文标识的相关产品。经调查，根据涉案产品的结构组成、预期用途、工作原理等，涉案产品应当按照第三类医疗器械管理。当事人存在使用未依法注册第三类医疗器械的行为，其涉案产品货值共计 11900 元。依据《医疗器械监督管理条例》（2017 年修订）第六十六条第一款第（三）项、第六十八条第（二）项的规定对当事人作出行政处罚：1. 责令当事人改正未建立并执行医疗器械进货查验记录制度的行为并给予警告；2. 责令当事人改正使用未依法注册医疗器械的行为；3. 没收当事人违法使用的医疗器械；4. 罚款 89250 元。

四、眉山市市场监督管理局查处眉山市悦美医疗美容有限公司使用未经依法注册的医疗器械案

2021 年 3 月 16 日，眉山市市场监督管理局执法人员在眉山市悦美医疗美容有限公司现场检查时，发现当事人在经营场所内使用未标识产品信息的相关产品。经调查，涉案产品均为未依法注册的医疗器械，当事人将其中两台设备作用于人体的行为，构成使用未依法注册医疗器械的违法行为，其涉案产品货值共计 11900 元。依据《医疗器械监督管理条例》（2017 年修订）第六十六条第一款规定对当事人作出行政处罚：1. 没收违法使用的医疗器械；2. 罚款 95700 元。

元。

五、攀枝花市市场监督管理局查处攀枝花正好医疗美容诊所有限公司使用未依法注册的进口医疗器械案

2020 年 1 月 15 日，攀枝花市市场监督管理局执法人员在对攀枝花正好医疗美容诊所有限公司进行现场检查时，在当事人经营场所内发现无中文标识的产品。经调查，认定涉案产品均为未经注册的医疗器械。攀枝花正好医疗美容诊所有限公司存在使用未依法注册的进口医疗器械行为，其涉案产品货值共计 46780 元。依据《医疗器械监督管理条例》（2017 年修订）第六十六条第一款第（三）项、第六十八条第一款第（二）项等法规规定，对当事人作出行政处罚：1.警告；2.没收违法使用的医疗器械；3.没收违法所得 40448 元；4.罚款 191345 元。

六、上海市奉贤区市场监督管理局查处上海瑞莱俪医疗美容诊所有限公司使用未经注册医疗器械案

2020 年 10 月 12 日，上海市奉贤区市场监督管理局执法人员对上海瑞莱俪医疗美容诊所有限公司进行现场检查时，当事人现场未能提供相关产品的资质材料。经调查，涉案产品尚未取得医疗器械注册证。上海瑞莱俪医疗美容诊所有限公司存在使用未经注册医疗器械的行为，其涉案产品货值共计 76600 元。依据《医疗器械监督管理条例》（2017 年修订）第六十六条第（三）项规定，对当事人作出行政处罚：1.没收违法使用的医疗器械；2.罚款 498000 元。

市场监管总局：2021 年度重点领域反不正当竞争执法典型案例——

医美领域不正当竞争篇

医疗美容行业的发展，是人们生活质量提高的标志，有庞大的市场需求。但不可否认的是，这个行业在迅速发展的同时，也出现了许多乱象。一些经营者为了牟取不正当利益，对资质荣誉、产品功效、整形疗效等进行虚假宣传，欺骗、误导消费者。2021 年，市场监管总局在全国范围内开展重点领域反不正当竞争执法专项整治，严厉打击医美市场虚假宣传、仿冒混淆等不正当竞争行为，查办了一批医美市场不正当竞争案件，着力规范医美市场竞争秩序，彰显市场监管部门严厉整治医美市场乱象的决心。2021 年 1-9 月份，全国各级市场监管部门共查办各类不正当竞争案件 5397 件，罚没金额 3.5 亿元。其中，涉及医美领域虚假宣传案件 71 件，罚没金额 355 万元。

现公布医美市场虚假宣传、仿冒混淆等不正当竞争案件 10 件，涉及虚假宣传医生资历、医疗机构资质荣誉，虚假宣传医美产品功效、服务疗效，通过“刷单炒信”、直播等方式虚假宣传等多种行为类型。通过案例曝光，加大以案释法力度，提醒广大消费者，要科学理性消费，切不可盲目跟风，冲动消费。

一、虚假宣传医生资历、医疗机构资质荣誉案

医美行业的违法问题，可以概括为“三非”，即非法的医美机构、非法的医美医生、非法的医美产品。据不完全统计，全国医美机构超过 3 万家，而拿到美容外科主任医生证书的医生不超过 5000 人。实践中，由于医生少、需求大，一些医疗机构以所谓名医名师、专业医疗资质等噱头，为医疗美容效果背书。通过虚构、夸大医生资历、医疗机构资质荣誉等方式，给消费者以服务品质保证的假象；甚至将容貌出众与“高素质”“成功”等不当关联，编造“整容改变命运”等故事，欺骗、误导消费者，扭曲审美认知。

案例 1：北京爱悦丽格医疗美容诊所有限公司虚假宣传医生资历案。

基本案情：2021 年 6 月，执法人员现场检查中发现当事人在大众点评 App“爱悦丽格医疗美容”主页下宣传的诊所医生李某为原三甲医院医生，实际其仅到中日友好医院进修，而非中日友好医院正式医生。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款对当事人责令停止违法行为，处罚款 31 万元。

案例 2：四川省绵阳韩美医疗管理服务有限公司虚假宣传医生及医疗机构资历荣誉案。

基本案情：2020 年 7 月，执法人员现场检查中发现当事人在店内墙壁上“韩美医疗整形美容—专家介绍”栏集中对其机构医生姓名、荣誉资质、擅长项目等进行了详细介绍，其中的“曹某某”“郑某某”既不是当事人的特约专家，也未在当事人处开展过医疗整形服务，在当事人不能提供其荣誉资质、擅长项目的证明资料情况下，仅凭同行推荐，就将其两人放于首要位置进行宣传。同时，利用微信杜撰自己是从韩国首尔发展而来，有 68 个分支机构，国际级连锁医疗美容机构等虚假情况。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 10 万元。

案例 3：江苏省南京美贝尔美容医院有限公司虚假宣传医生资历案。

基本案情：当事人 2020 年 8 月份制作了 6 个 KT 广告板，分别介绍陈某、黄某某、刘某某、潘某某、郝某某和郭某某 6 名工作人员信息。其中，陈某为“韩国首尔大学医学院特聘外籍教授、澳洲墨尔本整形专家课程国际讲师”，刘某某为“日韩鼻整形协会荣誉会员、凝时焕眸术整形专利获得者”等宣传信息不实，系当事人为了包装医生进行的夸大、虚假宣传。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 10 万元。

二、虚假宣传医美产品功效、服务疗效案

医美行业乱象丛生，在利益的驱动下，一些医美机构在消费者中制造“容貌焦虑”“身材焦虑”情绪、虚假宣传、过度宣传等问题凸显。有的机构虚构诊疗前后对比图，有的一味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。规范医美市场营销宣传，不仅要清除虚假、夸大宣传等弊病，也要整治通过“软文”“种草笔记”等形式进行植入推广、虚假营销等变相误导公众。

案例 4：浙江省台州艺星医疗美容医院有限公司虚假宣传整形功效案。

基本案情：2020 年 6 月，执法人员现场检查中发现当事人新氧医美平台上的“氧气 zuzmc 的美丽日记 3.11 假体隆胸”“爱未回生的美丽日记 6.15 鼻部多项”医美案例为艺星集团内其他医院案例，并非当事人医院真实案例，但当事人在案例下标示“医院：艺星整形美容医院（台州旗舰店）”。同时，当事人在网站上使用病人形象作宣传，展示手术过程以及手术后效果照片，使用虚假案例对自身进行商业宣传，容易对消费者造成误导。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 25 万元。

案例 5：浙江省舟山市定海丹颐美容会所虚假宣传功效案。

基本案情：2021 年 4 月，执法人员现场检查中发现当事人在店里悬挂品牌沿革的宣传牌，印有“2015 年引进全国最先进的美容养生项目”等内容，在护理室内有三块“JIMI WATER

CLUB”的宣传牌，上面印有“特性一：通过纳米科学技术，将水转换为纳米雾状粒子，利用热胀原理，打开肌肤毛孔，形成肌肤觉醒效果，把皮肤浸浴于 42℃ 热水 5min，即可防止紫外线造成的伤害多达 1 星期”等内容，并包含 3 组消费者使用前后的对比照片。当事人无法说明宣传内容的真实性，无法提供相关材料予以证明。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 2 万元。

案例 6：浙江省温州建国化妆品有限公司虚假宣传光子能量产品案。

基本案情：2021 年 4 月，当事人在温州顺锦国际宴会中心组织开展“凤凰阳光 光子床养生项目发布会”的美培会，宣传光子能量产品。宣传牌的内容包括：“+睡眠质量优化 85%”“+新陈代谢加速 13%”“+体内毒素净化 69%”“+寒湿气排出 72%”“+亚健康改善 90%”等。当事人经营的光子能量垫、光子能量腰带为一般产品（非医疗器械），却宣传其具有疾病防治效果、医疗功能，以制作宣传资料、编写使用宣传话术资料、组织开展美培会等方式虚假宣传其产品性能、功效，以达到诱导客户购买的目的。截至被执法人员查获之日，当事人销售金额共计 335915 元，销售利润为 67715 元。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 20 万元。

案例 7：山西省阳泉经济技术开发区靓钰美容仪器经销处虚假宣传功效案。

基本案情：当事人于 2018 年 4 月 30 日取得南京项美电子科技有限公司的授权，采取店内体验式销售模式，经销该公司生产的项美美体减肥仪（型号 AM--8200）；2020 年 7 月份，当事人印制了“常见疾病管理方案”，附送给已购买产品的顾客。打印件中含有在身体的不同部位使用该仪器，对糖尿病等疾病的管理方法。其内容易使公众误解该仪器对相关疾病有一定的治疗作用。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 2 万元。

三、通过“刷单炒信”、直播等方式虚假宣传案

随着医美行业消费群体日益大众化，消费渗透率提升，低龄和刚接触医美的消费者增多。然而，医美行业单次消费价高、涉及专业知识复杂、决策失误需要承担的风险大等特点，使得消费者在消费之前大多会通过网络研究“攻略”，“评价”是消费者进行医美消费决策的重要参考因素。正因为医美消费的这些特点，消费评价等原本需要消费者依据真实服务体验来撰写的内容，被部分不良医美机构弄虚作假。一些机构通过“刷单炒信”，编造用户评价、直播带货等方式虚构交易、虚假评价，误导消费者盲目消费、冲动消费，甚至出现医美整形失败等案例。

案例 8：江苏省南京熙涵医疗美容门诊有限公司编造用户评价虚假宣传案。

基本案情：当事人为了尽快打开市场，2020 年 6 月起，雇佣张某等 8 名刷单人员，在大众点评当事人网上店铺平台上以消费者的身份下单并支付费用，实际并不消费，交易完成后，当事人将下单的费用退还给上述 8 名刷单人员，并按照 30 元/单标准给予刷单佣金。2020 年 6 月至 2021 年 1 月，当事人以实际下单、不实际消费的方式虚构交易，编造用户评价，在大众点评网络平台形成虚假的销售状况及用户评价，当事人共计刷单 220 笔，刷单佣金 6600 元，支付刷单费用 13.48 万元，构成不正当竞争行为。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 35 万元。

案例 9：上海美希卓馨医疗美容门诊部有限公司编造用户评价虚假宣传案。

基本案情：当事人作为平台内经营者入驻北京新氧科技有限公司运营的“新氧 App”平台，2021 年 1 月 9 日新氧账号“氧气 bqwbqo”在当事人新氧账号“上海美希卓馨医疗美容”下发布有日记评价内容，而账号“氧气 bqwbqo”的实际用户为当事人公司员工，该员工应其上级要求购买当事人所销售的医美项目是为了编造用户评价给当事人新氧账号获取好评，提升人气，该员工并未实际接受相关项目服务，系以虚构交易、编造用户评价的方式进行虚假宣传。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 0.5 万元。

案例 10：梦泉时尚（北京）贸易有限公司通过直播进行虚假宣传案。

基本案情：2020 年 12 月，执法人员现场检查中发现，当事人通过在快手短视频 App 上注册的个人直播账号进行直播，用以促进自营商品的线上销售。贺某在宣传标称为“花源密语抑菌凝胶”的二类消毒产品（非药品及医疗器械）的产品过程中，使用了治疗类功能性表述，对消费者产生实际误导。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据第二十条第一款责令当事人停止违法行为，处罚款 20 万元。