

助力“美”！

我国美容整形价格项目有了统一规范

爱美之心，人皆有之。

从“皮秒”“超声炮”“热玛吉”等美容项目，到“隆鼻”“丰唇”“割双眼皮”等微整形……2024年，我国美容整形市场规模已近3000亿元，展现出市场活力与潜力。在“扩容”的同时，建立更加透明、有序的市场环境成为行业共识与努力方向。

6月18日，国家医保局发布《美容整形类医疗服务价格项目立项指南（试行）》，首次对美容整形类价格项目进行统一，引导医疗机构自主合理定价，让“求美”更安全、更安心。

新规范将如何引导美容整形市场规模健康发展？将注入怎样的新活力？

收费价格项目统一规范，“美”的账单更清晰——

“此前，医疗机构自主设定美容整形领域的收费项目并备案，这容易导致收费项目名称繁多、收费混乱。”国家医保局医药价格和招标采购司有关负责人介绍，立项指南旨在统一价格项目，规范医疗机构定价行为，并不改

变美容整形类价格市场调节价的管理方式。

“规范化的价格立项，有助于医美整形行业形成更好的价格体系，让老百姓享受到性价比合理的服务。”中国医学科学院整形外科医院副院长王永前说。

随着立项指南逐步落地，对于消费者来说最直观的变化是“医疗账单”更清晰，收据、发票等显示的收费项目更加“一目了然”。

“如根据技术原理将‘光子嫩肤’‘超声炮’‘热玛吉’统一规范名称后，分别映射为皮肤美容治疗光/激光、超声、射频，项目名称简单易懂。”国家医保局医药价格和招标采购司有关负责人说，这既有助于消费者理解项目的技术原理，也有助于横向比价。

通过公立医疗机构的引领作用，有望引导非公立医疗机构规范服务和收费行为，让公众更加充分感受到“减负”效果。

支持纳入更多新技术，让“美”紧跟潮流——

当前，美容整形行业迅速发展，新技术、新材料等不断涌现。为更好满足消费者的个性化需求，立项指南设立的价格项目也考虑了对新设备、新技术的兼容性。

“一些新技术、新材料要想纳入收费项目，需要重新向相关部门申请备案，时间流程较长。”中国医学科学院整形外科医院医保物价处处长王沛陵说，此次发布的立项指南价格项目兼容性较好，有助于医院引进新技术、新材料。

比如在“填充注射”价格项目中，不仅包括常见的玻尿酸注射，临床新出现的聚乳酸、聚己内酯、羟基磷灰石等新材料填充注射也可按此进行收费。

当前，美容技术和仪器设备更新迭代快，为更好满足消费者个性化需求，立项指南也明确规定，有条件的医疗机构可自行设立加收项、扩展项。

充分体现技术价值和劳务付出，提供更多“美”的服务——

北京协和医院整形美容外科主任医师龙笑说：“在临床治疗中，一些技

术手段、操作项目难度较高。新发布的立项指南更多考虑了技术价值和劳务付出，有助于推动医疗服务质量的整体提升。”

例如，立项指南统一新增“减张美容缝合”和“切口美容改型”两个价格项目，有条件的医疗机构均可根据患者需求提供服务，帮助患者从源头上减少瘢痕形成，在核心术式之外就“缝合”进行单独收费。

“求美”不可忽视安全，王永前提示，美容整形本质是医疗行为，有技术门槛，消费者要树立理性、切合实际的求美观念，不可盲目追求通过医美“改头换面”。如有进行美容整形的需求，要选择正规医疗机构、有经验的医生就诊。

“我们期待，通过价格项目的进一步规范，为美容整形行业健康发展营造更有活力、更加规范的市场环境，为医疗机构和相关企业带来增量发展。”国家医保局医药价格和招标采购司有关负责人说。

新华社北京6月18日电

超长版“618”，折射哪些消费新动向？



“618”购物节超长“待机”，让“剁手式消费”回归理性购物；潮玩、萌宠等细分市场崛起，更多垂直赛道涌现新蓝海；AI加快对消费全产业链改造，助力行业提“智”向“新”……今年“618”，折射消费领域新动向。



消费更加理性

“618”越来越长了，这是近几年不少消费者的共同感受。

今年5月中旬，京东、淘宝、抖音等平台开启“618”预热促销活动。记者了解到，部分平台促销活动将持续至6月20日，总时长超过1个月，创下“618”最长时间纪录。

告别复杂“算数题”，平台补贴规则也更加简单直接。京东在“每人每天可领超6180元补贴”等优惠基础上，再加码“618”补贴力度；天猫取消“满减”等需要复杂计算的优惠，只设“官方立减”叠加各种优惠券等；抖音电商投入百亿消费券补贴爆款商品，用户每人最高可领2280元……

“今年大促活动时间长，可以慢

慢挑选自己真正需要的东西，避免了很多一时‘上头’的冲动消费，也不用费脑筋凑单满减，感觉‘618’变得更清爽和松弛了。”河南郑州的消费者赵女士说。

聚焦打造多元消费场景和体验，线下商业也纷纷抢抓“618”节点开展一系列促消费活动。

定制AI照片、戴上眼镜体验AI翻译等互动吸引人们排队打卡；在电竞体验区，多款顶配电脑装备让电竞发烧友直呼过瘾；沉浸式实景样板间与全屋定制服务，为顾客提供家电家装“一站式”解决方案……在不久前亮相北京的京东MALL双井店，多元业态融合场景为人们带来别样的消费

体验。

“我们推出‘京补+品牌补贴+银行补贴’等多重优惠，并通过设立沉浸式体验专区、引入首店首发潮品等，让消费者在线下享受更加个性化、多元化的商品和服务。”京东MALL北京双井店副店长陈瑞说。

国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家李鸣涛分析，今年“618”，多个平台流量分配机制从“价低者得”转向“优者多得”，线下商超也更加注重体验感和场景打造，这背后是消费者从“价格敏感”到追求品质和理性消费的转变，从需求导向出发，才能让大促活动有效激活消费动能。



AI助力商家提“智”增效

“自主选择搭配服装、模特、场景，就能用AI一键生成各种风格的真人上身短视频，大促期间帮我们快速完成商品视频矩阵，实现视觉升级。”云尚武汉国际时尚中心相关负责人说。

这位负责人告诉记者，传统服饰行业上新频率快，图文视频等商品内容制作成本高，AI视频工具极大提升了传统视频生产的效率，让企业腾出更多精力投入到产品设计和营销上。

“AI不仅是生产工具，更是市场洞察的放大器。”口腔护理品牌参半联合创始人常宁晓曦告诉记者，通过对用户行为数据进行智能分析，能帮助品牌发现潜在的市场需求，为产品研发提供更精准的决策参考。

京东云向商家开放免费AI营销产品，京东数字人累计服务超13000家品牌商；淘宝上线生意管家“图生视频”系列工具，一个多月时间内累计为商家生成超150万个视频素材……今年“618”，AI加速融入电商业态，助力更多平台商家提“智”增效。

今年“618”，有消费者在收快递时同步收到了一份“惊喜语音”——“奶奶，我和女朋友祝您端午节快乐，等我们安顿好，请奶奶来深圳玩”“快高考了，要记得身体第一考试第二，哥哥是你永远的后盾”……

“我们近期上线了‘惊喜电话’功能，由AI外呼提供技术支持，消费者可以选择录制一段语音，或者让京东大模型生成的‘AI百变声线’用自己的声音来说。收件人收到快递时，就能一同收到这份语音。”京东相关负责人说。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示，人工智能加速融入千行百业，成为激活消费潜力、牵引产业升级的重要力量，随着技术迭代和落地场景逐渐丰富，人工智能与消费领域的结合正向个性化、多元化发展，有望在未来激活更多消费增量。

新华社北京6月18日电



“购物车”映射消费新动向

作为一年一度重要的促消费节点，“618”无疑是消费市场新动向的重要风向标。

潮玩、宠物等细分市场崛起——

Labubu掀起社交平台上的“开箱狂欢”，线上线下一“bu”难求；“养娃式养宠”催生大量宠物产品消费……这个“618”，更多垂类细分赛道火热，为激活消费打开了新空间。

“今年‘618’，淘宝天猫玩具潮玩领域多个商家销售破亿元，近800个单品销售破百万元。‘谷子类’商品海外订单增速同比实现三位数增长，其中绝大部分成交是国产IP的

衍生品。”淘天潮玩行业负责人对记者说。

服务消费成为新引擎——

“端午假期带孩子去贵州玩了一趟，顺便趁‘618’大促在网上订了一套亲子旅拍服务，体验很好。”深圳市民宋倩说。

“从冰雪经济火热到银发经济崛起，服务消费日益成为拉动消费增长的新引擎。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵说，积极拓宽服务消费场景，增加优质服务供给，将更好满足居民在养老、托育、文娱等方面不断增长的消费需求。

“即时零售”加速入场——

今年“618”，各大平台即时零售业态加快布局，美团闪购联合知名餐饮、零售品牌旗下百万家线下门店开启大促活动，淘宝闪购也在“618”期间链接更多线下实体，进一步加大补贴力度。

“用户越来越追求‘即时满足’，即时零售逐渐延伸到母婴、3C、美妆、服饰等多领域。仅5月28日到6月1日，就有超过800个品牌商、零售商在美团闪购成交额同比翻倍，‘618’期间手机、小家电、白酒等商品十分畅销。”美团闪购负责人说。