

文：向善财经 作者：刘能

11月23日，上海市市场监督管理局公布了数起“刷单炒信”违反不正当竞争的典型案例。令人意外的是，在这当中，医美行业内的明星企业之一上海联合丽格医疗美容门诊部有限公司因委托他人以虚假交易的方式为其平台网店刷单并发布虚假好评和体验笔记而“黑榜”留名，并处以罚款20万元。

所以在这种情况下，掌握行业支配权的上游厂商们愿意适当放权，与大型医美机构集团合作进行产品定制，从而获得稳定的大额销量。只是反过来看，中游医美机构们被动的市场地位似乎还是没有发生根本性改变.....

另一方面则是携医美强

监管大势，主动向下向渠道要话语权

。随着《指引》的落地，本就持续处于“最严监管季”的医美行业再度迎来了监管力度的收紧。对此，许多业内人士将2022年视作中国医美行业的“合规元年”。

而一旦医美行业的长期痛点——“黑医美”问题被监管进一步剥离，那么处于中游的联合丽格们的渠道话语权似乎也将逐步从新氧、美甲店、美容店等平台渠道收回。最直接的表现是，曾经“黑化”过的新氧等医美种草平台们也在监管大势，以及多次受到虚假宣传、黑医美等一系列舆论反噬下，推出了“新氧严选”等主打消费者口碑的业务板块。

由此观之，中游的医美机构似乎不仅正在挺直腰杆，更是在化被动为主动，重构医美行业价值链。

不过这一翻身的前提是，联合丽格等医美机构自身要能率先扛过医美强监管的压力，不然又何谈未来呢？