



新氧发起首届中国医美飞翔奖

100万元大奖激励医生回归“术与道”

2019年12月22日,第五届新氧亚太医美行业颁奖盛典(以下简称“新氧盛典”)在北京成功举办。过去5年,新氧致力于构建一个让各方获益的规则,成为产业基础设施的打造者。2019年5月2日,作为互联网消费医疗科技平台新氧登陆纳斯达克,成为医美行业发展的一个里程碑式事件。

新氧对行业作出的最大贡献,是推动了整个社会大众对医美的认知改变,这是拉动整个行业快速发展的一个基础。新氧董事长兼CEO金星在盛典现场致辞时表示,让消费医疗回归医疗本质,回归以医生为核心,是新氧目前和未来的发力点。 ■李琪

打破伪概念回归医疗本质 医美五年来“正气”巨变

“过去很长一段时间,消费者忽视了医美的医疗属性,也因此催生了医疗机构重营销的发展模式。新氧的出现,就是希望打破伪概念,让消费者对于医美消费有一个理性的认识,让医生的价值得到认可。这样,行业才能恢复正气,医疗机构才会将资源投入到提升医生技术水平上面。”金星在接受媒体采访时表示。

联合丽格(北京)医疗美容投资连锁有限公司创始人、董事长李滨表示,整个中国的医美市场是被低估的。现在绝大多数医美民营医院里面医生说了不算,这种情况严重影响了这个行业的价值。

作为最大的互联网消费医疗流量入口,新氧的出现引起了市场的关注。在金星看来,新氧能获得业界的认可,最根本的原因是对规则的改变。“机构传统的获客方式依靠的是市场预算,谁的钱多,可以做大规模的线上和线下投放,谁

就能获取更多的关注。这才有技术特色但没有钱的医生,也只能在偏僻的地方开个小诊所,做熟客的生意。在新氧,医生可以用非常低的成本,直接跟消费者建立连接,留下消费者评价,形成医生个人IP。”

过去的五年,医美行业快速发展的同时,监管在不断地强化。中国医师协会美容与整形医师分会会长江华接受记者采访时介绍:“对医疗机构的监管进一步加强,对医生资质的审查进一步强化,对广告宣传进一步严格,这是未来的三大趋势。”

随着深耕行业的程度不断提升,新氧成为行业里最大的流量入口的目标已经实现。金星介绍,公司未来的发展目标是成为整个消费医疗领域最大的产业互联网平台,深入产业,提升运营效率,降低成本。“五年仅仅是一个开始,消费医疗领域未来会迎来成百上千倍增长。”



2019年12月22日,第五届新氧亚太医美行业颁奖盛典在北京成功举办。



新氧董事长兼CEO金星在盛典现场致辞。

发起首届中国医美飞翔奖 激励医生回归“术与道”

为提升医美行业的生命力和竞争力,2019新氧亚太医美行业颁奖盛典特别策划了“中国医美飞翔奖”,包括特别贡献奖、年度技术突破奖、年度公益贡献奖。此次奖项评审面向医美行业的所有医生,只要符合条件都可以提报。提报后的案例会接受大众在线投票、媒体打分以及专家评审,案例最终得分也由这三部分构成。其中年度技术突破奖、年度公益贡献奖的奖金额度分别为50万

元,共100万元大奖。在发起中国医美飞翔奖的背后,是新氧及权威人士共同呼吁和致力于行业回归医疗本质,回归以医生为核心。金星介绍,新氧之所以发起“中国医美飞翔奖”,目的就是激励从各个维度为行业做出突出贡献的人。

作为互联网消费医疗的流量入口,新氧给医生提供了非常完整的自媒体内容生成工具和传播平台,在线上推出了医

生问答、直播、视频面诊、短视频、医生专用客户端等功能,帮助医生构建个人IP。在线下新氧还投资了共享医院,给这些医生提供线下手术的场地,助力医生一站式创业。

数据显示,2019年新氧平台GMV过百万的医生数量为423人,较2018年增长70%。过去一年,他们的平均客单价增长了31.53%,平均每人新氧创收203万元,其中创收500万以上“大咖”有16人。

90后大学生回乡卖冰糖橙,3年卖出千万斤

转变:山货触网成致富金果 规划:打造怀化特色农产品供应链

规划

“以前,冰糖橙都烂在家里;现在,上门收货,坐着收钱。”12月24日,说起麻阳冰糖橙在市场上的变化,果农周小英笑颜开。2018年,她家借助“标哥”的网店销售麻阳冰糖橙,毛利润超5万元,从黑瓦房搬入两层“小洋房”。

这位被当地农户称作“标哥”的电商大佬,本名张海。2017年返乡创业后,在短短3年内卖出上千万斤麻阳冰糖橙,也让“藏在深闺无人识”的山货变成“相识满天下”的致富金果。

■记者 黄亚苹



12月24日,果农周小英正在果园采摘冰糖橙。记者 黄亚苹 摄

打造怀化特色农产品供应链

2019年,社交电商风雨再起,大佬纷纷将目光投向四至六线城市,此时,张海选择将京东旗下社交电商平台“京喜”作为主战场,不仅在“标哥拼购店”内上架了9.9元5斤拼购包邮的引流商品,还引入大V原产地直播卖货、付邮试吃等玩法,“眼下正是冰糖橙销售旺季,网店的日均发货量超50万斤。”

12月20日,在张海临时租用的仓库门口,一辆辆满载着冰糖橙的三轮车正排队卸货,它们将经过人工筛选、清洗、机器分拣、包装等多个步骤,以最快的速度送到消费者手中。“经机器分拣的冰糖橙被分为50毫米以下、55-60毫米、65毫米以上3个等级,包装称重贴上快递面单,保证在48小时内发出。”张海介绍。

“微信客户端购物的一级入口直通‘京喜’,为我们这样的原产地商家提供了巨大的流量入口,平台原产地直采模式,也能让消费者买到更多优质低价的特色农产品。”张海表示,要将怀化的特色农产品推向全国,单打独斗难以成气候,联合经营才能多方共赢。今后,他想以怀化为根据地,做靖州杨梅、黔阳黄桃、麻阳红心猕猴桃等农产品供应链。

缘起

冰糖橙滞销,大学生决心回乡创业

“好东西卖不出好价钱,可惜了这么好的麻阳冰糖橙。”2016年,毕业于北京体育学院短跑专业的张海,得知家乡的冰糖橙一度陷入滞销的窘境,毅然决然回乡创业,开起了第一家冰糖橙网店。

交谈间,你很难将眼前这位阳光、朝气的年轻小伙,与果农口中那位不苟言笑、杀伐决断的“标哥”联系起来。张海笑着介绍,开店后,他与表哥张标分工,分别负责冰糖橙的种植与线上运营,“网店是以标哥的名义开的,大家口中的标哥并非本人。”

“麻阳苗族自治县路途遥远、信息闭塞,当地贫困户种植的冰糖橙主要靠采购商上门采购,销往本省或临近省份的连锁超市、水果店、水果批发市场。”张海介绍,传统的“坐商”模式让他看到了家乡电商的潜力。

靠着大学时琢磨网店代运营、店铺引流、直通车曝光等电商玩法积攒起来的经验,2017年,张海开的第一家网店,两个月售出200万斤麻阳冰糖橙,最远卖到了黑龙江省,大大拓宽了冰糖橙销售范围。

转变

山货成金果,农户从黑瓦房搬入小洋房

超50%的回购率、30%咨询成交转化率……出货量逐年上升,张海承包的600亩果园已无法满足销售所需。每年8-9月的冰糖橙开花期,他将品相好、口味佳的种植户签为合作农户。

“找不到销售渠道,遇上滞销年,冰糖橙只能倒进河里。”12月20日,回忆起2016年麻阳冰糖橙大规模滞销的情景,果农周小英叹了口气。她介绍,2016年阴雨绵绵,往年收购价在1元1斤

的冰糖橙,一度跌至0.28元1斤,“2万多斤腐坏的冰糖橙直接倒入河里,当年就亏了4万元。”成为张海的合作农户后,周小英果园的冰糖橙收购价格从市场价每斤1元涨到1.2元。

如今,周小英一家承包了20亩冰糖橙基地,销量有了保证,家庭年收入也明显提升。2018年,一家人从黑瓦房搬入两层“小洋房”,“儿子也娶了媳妇,生活越变越好。”