

当前不法医美商家通过在网络社交媒体、短视频平台宣称“做不了学霸,就做校花”“暑假微整形,开学大变样”

谁在为青少年制造“容貌焦虑”

本报记者 李吉森

暑假即将开始,你有什么计划吗?
“我约了同学一起去做双眼皮、隆鼻微整形,开学后你将见到不一样的我。”17岁的娇娇这样回答同学的提问。她还说,在短视频平台上看到过整容商家的广告,暑假和同学两人组、三人组都可以优惠,比平时的价格便宜30%以上。

与娇娇一样,不少中学生、大学生近期在短视频平台上看到商家发布的引流帖。这些美容商家的广告语足够直白和犀利:“做不了学霸,就做校花”“暑假微整形,开学大变样”“拼成绩拼颜值”“人美运气都会好”……

受“网红”现象的影响,不少青少年出现了颜值焦虑,商家推波助澜,借机敛财,更加助长了青少年群体的整容风。相关机构的数据显示,医美消费者的年龄结构,“95后”占比达36%，“00后”占比达19%,两者总占比为54%,整形低龄化趋势已越来越明显。

与市场火热相对应的是商家服务质量参差不齐、客户投诉不断,甚至整容变毁容的手术失败案例也不断增多。5月初,国家市场监督管理总局、公安部、商务部、国家卫健委等十一部门联合印发《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》,这是自去年9月多部门联合行动以来,对医疗美容行业再次实施的加强监管举动。相关人士指出,医疗美容行业急需树立正确的商业观,不应该把青少年和学生群体当作渔利对象,否则,伤害的将是无数个家庭和他们的未来。

医美商家暑假迎旺季

在刚刚过去的电商大促销期间,有不少学生反映,在短视频平台和电商平台看到一些医疗美容机构在大力促销,不少商家在推销光子嫩肤、瘦脸、双眼皮、隆鼻等整形项目,宣称此类手术时间短、风险小、变美的效果明显等。

在某医美机构自己开发的App上,于近期开启了“医美狂欢节”“夏日轻松瘦”等暑期项目,明显针对学生群体。而在社交平台上,一些美容整形推广测评、笔记、体验等短视频近期明显增多,一些商家、博主甚至呼吁高考学生利用好近三个月的超长假期,以更完美的个人形象迎来人生的新阶段。

南开区一家医疗美容商家的营销顾问介绍,每年的六、七、八三个月都是整形旺季。“十八九岁的学生来做双眼皮、开眼角等整形手术最多。6月底、7月初的咨询量和下单量会达到高峰。”

相关数据显示,去年7月初北京市某整形外科医院的一项纪录被刷新:一天内就接诊了1600多人,相较前一年暑期大幅提升了近25%。

本市学生娟娟,中考结束后想放松几天。近期,她在短视频、社交平台关注了大量同龄人的生活日记。一些同龄人开始提升外在形象,要趁着假期去做双眼皮、瘦脸、抽脂整形项目。当看到这些短视频越来越多时,娟娟也动了心,想约上同学一起去咨询一下,也准备做一做瘦脸和嫩肤项目。

今年15岁的娟娟刚刚进入青春期,她从小就比别人的饭量大,个子却不高。进入中学后,在同龄女孩子中,身材修长的瘦弱型女孩更容易交到朋友;而



网络社交媒体上,有一些人展示自己的医美整形效果,也容易产生诱导效应。(网络截图)



像她这样的胖女孩容易被一些同学私下取笑,很难交到朋友。“课间休息和上体育课时,很少有同学找我一起玩。班里的女生在上体育课做集体运动项目时也不想和我分在一组,怕我给她们拖后腿。”娟娟有些伤心地说。

因为这些原因,娟娟曾想过要是自己能瘦下来就好了。为了变瘦,她尽量少吃饭。有时早餐就只吃一个鸡蛋;午饭在学校吃,只吃别人一半的量;晚饭只喝一杯牛奶。但这样的变瘦方式,娟娟持续一个星期就坚持不下去了。因为学习要消耗很大的能量,进食不足的娟娟在课上非常容易犯困。三天后,她的学业就被落在了后面。而且,经历过短暂禁食后,娟娟体验过饥饿的感觉,恢复进食后又出现暴饮暴食现象,体重反而增加不少。有同学说她“脸圆润了很多”,这让娟娟更加失落。她只能埋头学习,只想着以最好的状态迎接中考,等中考结束后再来考虑身材、外貌之类的事。

等到中考结束,娟娟想着是时候让自己在外貌上有所改变了。她不再试着节食塑形,而是想着现在遍地都是美容机构,不少可以抽脂、打瘦脸针,如果这些项目花钱不多,就尽量说服家长支持她做这些项目。

她拨打过一家医疗美容机构的客服电话,客服人员表示像她这样的中学生,假期来咨询的很多,手术并不复杂,很快就能完成,完全满足客户想瘦身的效果。“费用根据每个人的情况而定,抽脂和瘦脸全做的话,可能需要近一万元,再赠送一个双眼皮美容项目。”客服人员对娟娟说。

娟娟有点犹豫,毕竟一万元不是小数目。她把自己的忧虑分享给了班里的一位女同学,这位女同学也是想做瘦脸项目的,不过,她更想做的是隆鼻。

娟娟和同学讨论了好几天,最终,她们也没有鼓起勇气向家长要钱。在短视频平台上,娟娟看到不少同龄人已经在分享“变美日记”,她心里有些失落。“等过几年我有钱了,一定去做整形,把自己变得更美。”娟娟这样对自己说。

近期,清研智库联合问卷吧在一份针对学生整形的问卷调查中发现,62%的学生有整形意愿,其中49.5%是“想变

得更美”,38.5%是因为“形象好能更好找工作和找对象”,而76.7%则是因为“身边有同龄的朋友或同学进行了整形”。

整形美容纠纷不断出现

有数据显示,我国目前有医美相关企业9.78万家,并保持着高速增长态势。与此同时,医美行业也成为乱象频发的消费领域,不少消费者上当受骗。去年11月,中国消费者协会发布医疗美容领域消费提示。从2015年到2020年,全国消协组织每年收到的医美行业投诉从483件增长到7233件,5年间增长近14倍。

艾瑞咨询发布的《中国医疗美容行业洞察白皮书》也显示,全国数万家医疗美容机构中,合法合规开展医美项目的机构仅占行业的12%。北京市某法院梳理医疗美容纠纷案件时发现,虚假宣传、非法行医是涉诉医美机构的两大突出问题。

天津一所大学的毕业生小荷,去年寒假在某医疗美容机构做了眼部整形和鼻综合项目,花费2万多元。然而,手术后一个多月,她发现鼻子并不美观,没有达到当初商家的承诺。现在,小荷咨询正规整形外科医院得知,这种情况需要做修复手术,而且费用不低。经仔细诊察,她的鼻子已出现骨折现象,不确定是否是当初在医疗美容机构所做的手术造成的。

经小荷与医疗美容机构交涉,她还发现美容商家对病历造假。当时给她做的是全麻,然而病历上写的却是局部麻醉。主管部门介入调查,发现该医疗美容机构不符合相关卫生条款中的十数条,且未开具发票,没有收费价格表。直到现在,小荷的眼睛里还有一个明显的包块。对此,美容商家说:“可能线头没拆干净。”

这次医疗美容手术明显是失败的,然而,商家却未经小荷同意,将她的照片发在该商家的公众号和抖音等平台,宣称达到了美容效果,作为一个成功案例来吸引更多的消费者。对此,小荷感到非常气愤,她认为,这侵犯了她的肖像权和名誉权。

本市另一位女学生珍遐(化名),今年4月12日与同学一起去天津某医疗美

容医院打瘦脸针,注射后却感觉不适,针眼周边发红,之后持续肿胀。当晚,针眼区域面部皮肤肿胀隆起,有触痛感、发热感。第二天,珍遐感觉无好转,她赶紧与美容医院联系,医院推脱说可能是产品批次的问题,会向领导反映该问题。

珍遐和同学联系后,发现同学的症状与她基本相同。她同学的亲人是一家正规医院的医生,已经去医院做了处理。珍遐晚上自行服用抗过敏药,连续几天没有任何缓解,针眼附近仍旧有红肿,并伴有触痛感,红肿面积也没有消减。最终,美容医院承认是药品批次的问题,同时也承认医生的手法有问题,但拒不承担责任,也不主动赔偿。经过正规医院诊治后,珍遐的面部不适已有所缓解。这次瘦脸手术不仅没达到效果,还产生了“毁脸”的后果和较大的心理阴影。“经过这次纠纷,我再也不做医疗美容了。”珍遐这样表示。

未成年人整容亟待规范

2022年9月起,国家市场监督管理总局、公安部、最高人民法院、最高人民检察院等11部门开展全国医疗美容行业突出问题专项治理行动。各地政法机关在有力整治医美行业虚假宣传、非法行医、假货频现、价格欺诈等违法违规问题的同时,助力进一步健全监管规则,提升医疗美容行业发展质量。

今年5月4日,11部门联合印发了《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》,要求扫清“黑机构”“伪医生”“黑药械”,防止医疗美容行业出现“劣币驱逐良币”现象。《指导意见》明确:医美服务属于医疗活动,未依法取得《医疗机构执业许可证》或“诊所备案凭证”,不得开展医疗美容服务;严禁对“零基础”等无行医资质人员提供医疗美容技术培训。

一个不容忽视的现象是,当前不法医疗美容商家为了迎合青少年群体的爱美需求,将学生群体定位为潜在客户。他们不依赖传统媒体打广告,不靠线下渠道揽客,而是通过在网络社交媒体、短视频平台制造“容貌焦虑”、夸大医美效果,再将学生群体引流到线下机构。这种以学生为渔利对象的套路已成为一些不法医美机构的惯用招数,其背后暗藏的乱象已严重危害青少年的身心健康,引发大量消费纠纷,甚至还酿成了医疗事故。

打开某知名网络社交平台,输入“医美”等关键词,各类整形医美营销笔记、宣传广告令人目不暇接,许多面向“低龄求美者”的引导营销也密集出现在评论区。“平价医美组合,‘学生党’看过来”“少女感真的是玻尿酸给的”“大学生医美初尝试”等帖子,无不体现着对学生群体的诱导。

目前,一些国家已规定,18岁以下禁止抽脂、植发、隆鼻、拉皮、削骨及隆乳、割双眼皮等“美容手术”。而在我国,对于整形美容手术现在还尚无明确的年龄界限。对此,全国人大代表王家娟建议,在修订《未成年人保护法》时应该增加相应规定,像“禁止未成年人进网吧”一样,禁止未成年人进行美容整形手术,对于违反规定的家长和医疗美容机构进行严惩,让未成年人远离这些风险,健康成长。