



医美项目“盯”上年轻人 贩卖容貌焦虑年龄焦虑

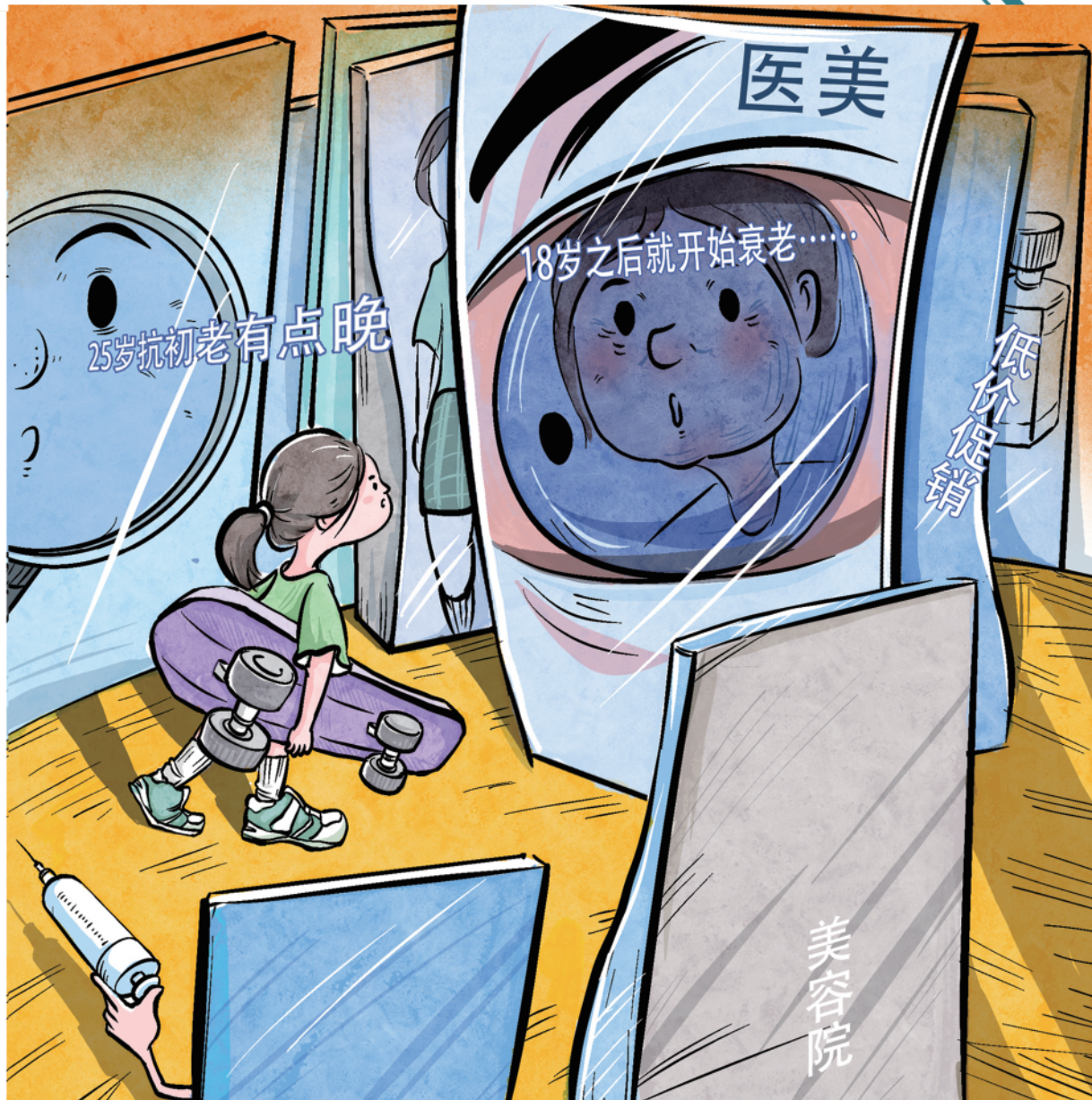
谁在鼓吹“18岁后就得抗衰”？

随着医美行业的火爆，不少年轻人愿意为美买单。然而，为抢占市场扩展客流，一些医美机构在宣传时大肆贩卖容貌焦虑、年龄焦虑，鼓吹“抗衰越早越好”“18岁之后就要抗衰”，引得求美心切的年轻人盲目做医美，忽视了其真实需求

许多医美广告宣传“抗初老”“抗衰要趁早”，大部分产品对“抗初老”的定义是20岁到25岁，有的甚至低至18岁。有的广告则以一些常见且宽泛的皮肤状态来定义“初老”，如毛孔粗大、皮肤松弛、有鱼尾纹

一些医美机构打出“低价”“超低价”让年轻人走进美容院，实际消费时却被店家以多重话术诱导加钱下单。商家表面上让利给消费者，实际中可能存在隐性收费或者线下推销等，提升客单价、增加收入

消费者应选择正规医美机构，拒绝盲目跟风。监管部门应加大力度打击非法提供医疗美容服务行为，紧盯重点领域，全方位严管医美服务，宣传向未成年人、在校学生群体蔓延的现象



本报见习记者 丁一 本报记者 文丽娟

“各种App都在给我推送抗衰项目的医美广告，宣称‘越早抗衰越好’。”北京市海淀区某高校研究生林雅近日向《法治日报》记者吐槽道，刚20出头的年纪，明明还很年轻，但按照医美广告中的说法，竟然已经到了“必须抗衰抗老”的时候了。这样的广告看多了，不免让人感到焦虑。

林雅所吐槽的，正是医美抗衰项目“盯”上年轻人的普遍现象。记者调查发现，当下很多医美机构打着这样的广告：“25岁抗初老有点晚，18岁之后就开衰老”，“抗初老越早越好”“从20岁开始，皮肤里的胶原蛋白就以每年1%的速度递减，肌肤进入自然老化的阶段”……

随着医美行业的火爆，不少年轻人愿意为医美买单。《中国医美行业2023年度洞悉报告》显示，受访的医美潜在消费者平均年龄为28岁，其中30岁以下的占75%；25岁以下人群中，29%计划在2023年增加医美开支或尝试更多项目。在此背景下，不少商家将目光放在年轻人身上。然而，为抢占市场扩展客流，一些医美机构在宣传时大肆贩卖容貌焦虑、年龄焦虑，鼓吹“抗衰越早越好”“18岁之后就要抗衰”，引得求美心切的年轻人盲目做医美，忽视了其真实需求。

“盯”上年轻人的医美机构都采用了哪些宣传手段？以容貌焦虑、年龄焦虑诱导消费者是否合理？机构大力宣称的“抗衰越早越好”等广告词是否存在问题？记者对此进行了调查采访。

将年龄与医美挂钩 宣称抗衰越早越好

“医美项目最近很火，并且广告上建议抗初老的年龄在25岁左右。”多次看到此类广告语后，北京西城24岁的赵婷深以为然，立刻在某线上购物软件上选了一家“看上去很靠谱”的医美机构，并电话咨询了店里的两位美容顾问。

两位美容顾问向赵婷推荐了不同的抗衰项目，一个推荐热玛吉（费用过万元），另一位推荐超声炮（费用数千元），并且都建议她早点来店面诊。

“面诊时，店员说我的脸比较肉，适合做超声炮紧致皮肤，还有溶脂效果，且这个项目当场就能展现出20%效果，效果会越来越越好，在一个月后达到最佳。”赵婷回忆说，店员反复强调18岁之后就会衰老，因此抗衰越早越好，如果在20岁的时候抗衰，到了30岁看上去还会和20岁差不多。

在店员左一句“你的脸不及时抗衰会老很快”，右一句“超声炮对你来说性价比最高”的攻势之下，赵婷当即花了上千元做了一次超声炮。但做完超声炮后，她感觉面容并没有什么变化，倒是脸疼了快半个月了，现在按压下颌缘上方，还有明显痛感。

回忆起初时，赵婷直言自己被店员忽悠得头脑发热，不仅对“趁年轻抗衰老”的理念深信不疑，准备长期做超声炮乃至热玛吉，甚至已经开始计划30岁之后的抗衰了。“店

员说，30岁之后仅做光电项目不够了，建议手术和一些注射项目。冷静下来想一想，所谓医美抗衰，让人好像掉进了无底洞。”

近日，记者向几家医疗美容机构咨询“20岁出头做什么项目能够保持皮肤白嫩”，多家机构推荐抗衰项目：有的推荐热玛吉；有的推荐超声炮，并称“这款是最火爆的”；只有一家告诉记者“20岁出头暂时无须做医美抗衰项目，建议平时做好护肤”“医美方面可以考虑做一些基础的嫩肤和注射补水项目，过四五年再进行抗衰”。

记者搜索一些医疗美容广告发现，有许多广告宣传“抗初老”“抗衰要趁早”，大部分产品对“抗初老”的定义是20岁到25岁，有的甚至低至18岁。有的广告称“虽然建议25岁抗初老，但对于抗初老的年纪，医学上并没有一个明确的划分”，后以一些常见且宽泛的皮肤状态来定义“初老”，“如果你出现以下情况，可以把抗初老提上日程：素颜时，脸部毛孔粗大、干燥暗沉、没有光泽；胶原蛋白流失，皮肤摸起来松弛，没有弹性；做比较大的表情时，有鱼尾纹、抬头纹、眉间纹等。”

不少受访者认为这种宣传存在问题。“罗列的这些症状，普通人基本上都有，就算没有，在这种暗示下，也会感觉自己有。20多岁就采取大项目抗衰，那么30岁、40岁怎么办呢？有黑眼圈应该早睡、健康饮食，调整生活状态，而不是去打‘熊猫针’（一种解决眼周色素暗沉、眼周填充的医美项目），做各种眼周抗衰项目。”山东济南的王女士说。

“20多岁的年轻人过度抗衰是不可取的，人的衰老是由端粒决定的，在年轻的时候本身不存在衰老的问题。现在一些年轻人抗衰主要是医美机构的忽悠下，对衰老抵触而产生焦虑情绪，过度抗衰会对身体产生不利影响，也是一种资源的浪费。”山东省枣庄市某三甲医院内科主任医师张女士说。

低价吸引年轻顾客 多重话术诱人下单

记者采访发现，除了用“抗初老越早越好”诱导年轻人消费外，还有一些医美机构打出“低价”“超低价”吸引年轻人走进美容院。

不久前，记者在北京市朝阳区一医疗美容店内看到，由于“双11”期间推出各种低价促销活动，前来核销的顾客络绎不绝，这家店规模不小，但因为人太多，店内大堂已经临时放了20张椅子。顾客先在开始核销的第一天到店核销。”张芸告诉记者，

在大堂等待近半个小时后，张芸终于被喊去核销，但核销只是“开始”，“店员给了我一张优惠价目表，说今天来核销套餐还有这些‘有力优惠’，建议我不要错过。然后就开始

他告诉记者，使用“抗初老”概念本身也非常容易被认定为虚假宣传或虚假广告等其他违法情形。按照国家市场监督管理总局《医疗美容广告执法指南》规定，医美广告不能以广告形式对其诊疗效果作保证或承诺，不加说明地宣传“抗初老”，容易被理解为在项目实施与既定效果之间画了等号，本身已然违规。且事实上，即便有办法通过医美项目减缓甚至消除部分因衰老带来的外貌特征，但这种治疗效果完全可以通过淡化细纹、祛皱等概念作精确描述，与宣传“抗老”仍是两种不同的概念。

张芸说，因其皮肤属于敏感肌，她曾认为自己并不适宜做医美项目，本次消费原本只是想“薅羊毛”，最终羊毛没薅成，反而贡献了业务量。“我想先核销99元的卡，回家问问朋友再决定要不要加购，但店员告知我优惠机会只有一次，优惠价目表上的价格仅当场在店消费享有，‘这个价格是真心优惠，错过太可惜了，可能要再等一年’”这些都很容易敏感肌，现在起步对你不算晚。”最终，我花了3000多元办了两项项目。

“低价促销吸引的大多是学生党等几乎从未接触过医美项目的年轻人，放眼望去，当天有80%的女生看起来和我差不多大，甚至比我小一些。有些年轻人余额不多，要使用信用卡支付款项。”张芸说。

张芸的遭遇并非个例。记者近日在社交平台、第三方投诉平台以“医美”“低价”“贩卖焦虑”等关键词多重检索发现，不少年轻人被低价医美项目吸引，实际消费时却被店家以多重话术诱导加钱下单。例如，一消费者投诉称，店家在某购物平台发布低价套餐引流，用团购链接“钓鱼”，该消费者被店家在平台上显示的低价吸引，到店后，主管称“暂时没有可以提供服务的美容师”，未提供消费者所购买的服务，却向其推销其他医美项目。

“办卡充值的起步价是5000元，店家告诉我当天办卡价格划算，可以冲抵当天的消费1080元，并额外赠送项目。倘若我选择不办卡，就不可以享受优惠价格，只能以原价买单。最终，我头脑一热，在诱导下办了卡。”该消费者说，“现在很后悔，商家通过低价引流的手段把消费者吸引过来，再诱导我充值。”

“医美机构以低价吸引消费者后，变相要求加钱，升单的行为有欺诈、虚假宣传、侵犯消费者的知情权之嫌，表面上让利给消费者，实际中可能存在隐性收费或者线下推销等，提升客单价，增加收入。”北京市律通律师事务所高级合伙人郑中臣说。

强监管把好资质关 整治医美广告乱象

“趁年轻抗初老”等相关宣传语是否合理？广东环球经纬律师事务所律师方楠楠认为，“25岁抗初老”等类似广告语涉及广告宣传的导向性问题。医美商家当然可以为年轻人客户提供服务，但建议更多地从正面宣传着手，应慎重使用制造观念冲击的方式。“鼓吹应从25岁甚至更低年龄开始抗老，甚至人为发明‘初老’的概念，不免有制造容貌焦虑之嫌。本身与广告法及《医疗美容广告执法指南》等内含的价值导向是相悖的。”

他告诉记者，使用“抗初老”概念本身也非常容易被认定为虚假宣传或虚假广告等其他违法情形。按照国家市场监督管理总局《医疗美容广告执法指南》规定，医美广告不能以广告形式对其诊疗效果作保证或承诺，不加说明地宣传“抗初老”，容易被理解为在项目实施与既定效果之间画了等号，本身已然违规。且事实上，即便有办法通过医美项目减缓甚至消除部分因衰老带来的外貌特征，但这种治疗效果完全可以通过淡化细纹、祛皱等概念作精确描述，与宣传“抗老”仍是两种不同的概念。

“工作人员在线下经营场所中的口头宣传应被理解为销售活动的一环，并不独立于销售活动存在，属于商业宣传范畴，而非广告法进行规制。”方楠楠说，无论是宣传还是广告，都需严格防止逾越虚假宣传和广告之间的界限，并自觉维护良好社会道德风尚，避免损害消费者的利益。以“18岁之后就抗衰”为例，鼓吹经济大多尚未独立、思想也未完全成熟、尚处校园中的年轻消费者需要早早抗衰，存在误导消费者的嫌疑，客观上有构成虚假宣传类不正当竞争行为的风险。

那么对于消费者来说，做医美项目之前应该注意什么？

郑中臣建议，消费者应选择正规医美机构，拒绝盲目跟风，对网络上搜索到的排名靠前的医美机构广告、短视频平台上看到的医美“种草笔记”或社交平台上网友分享的“成功案例”等提高警惕性和识别力。

方楠楠认为，消费者进行医疗美容项目，应把握几个原则：量力而为，不超前消费；理解医美只是基于个人审美所做出的个性化选择，不被刻意营销的容貌焦虑话术影响；在个人认知能力尚未成熟、发展路径仍不确定的状态时，应谨慎购买医美项目；安全第一，拒绝在不具备资质的私人机构进行医美项目，不使用任何在国内未备案的不明药物及项目，涉及皮下注射、刀刀的项目，应在具备合格医疗资质的医院进行。

“市场监管部门要做好经营主体登记管理服务，加强资质审核，加强‘证’‘照’信息共享，大力推进部门协同监管，加大执法力度，依法整治各类医疗美容广告乱象，重点打击危害性大、群众反映集中的问题。”郑中臣说。

方楠楠还提到，针对医美行业“过度”支持甚至怂恿年轻人医美的现象，监管部门可在以下方面着手工作：加大力度打击非法提供医疗美容服务行为，对于无资质提供服务、超范围提供服务、擅自使用未经报批药物或术式的个人及机构予以严厉查处；针对互联网上医美营销信息的泛滥，应制定更为细致的监管政策，为划分正当宣传与非法广告提供制度工具；严控网络大V通过“亲身体验”“女性成长”“养生心得”等方式变相发布医美广告，制造容貌焦虑，提供医美中介服务乱象；紧盯重点领域，全方位严管医美服务，宣传向未成年人、在校学生群体蔓延的现象。

（文中林雅 赵婷 张芸为化名） 漫画/高岳

□ 本报记者 张维

从设立改革试点，到制度逐步落地，我国生态环境损害赔偿制度改革已走过8年的历程。《法治日报》记者近日从生态环境部了解到，改革的阶段性目标已顺利完成，长期以来存在的“企业污染、群众受害、政府买单”困局已在破解中。据统计，迄今，改革试行以来全国办理的生态环境损害赔偿案件总数已达3.22万件。

实践中，生态环境损害赔偿制度改革亦有困境。据生态环境部法规与标准司司长赵何透露，严格规范工作程序，完善各项配套制度，强化督导考核，推动生态环境损害赔偿工作逐步实现法治化、规范化、科学化，是下一步的工作重点。

制度逐步落成

据生态环境部有关负责人介绍，生态环境损害赔偿制度以“环境有价、损害担责”为基本原则，以及及时修复受损生态环境为重点，是破解“企业污染、群众受害、政府买单”的有效手段，是切实维护人民群众环境权益的坚实制度保障。

2015年，国务院办公厅、国务院办公厅印发《生态环境损害赔偿制度改革试点方案》，在吉林等7个省市开展试点。经两年试点探索后，2017年，国务院办公厅、国务院办公厅印发《生态环境损害赔偿制度改革方案》，提出自2018年起，在全国试行生态环境损害赔偿制度；到2020年，力争在全国范围内初步构建生态环境损害赔偿制度，技术规范、保障有力、赔偿到位、修复有效的生态环境损害赔偿制度。

改革试点和全面试行以来，生态环境部会同各有关部门积极推进，各地方组织实施，在全国范围内初步构建了生态环境损害赔偿制度，全面完成了阶段性目标。

值得一提的是，2021年实施的民法典，专门在侵权责任编环境污染和生态破坏责任章第1232条规定了生态环境损害赔偿惩罚性赔偿制度，将改革成果上升为国家基本法律。

2022年5月，经中央全面深化改革委员会审议通过，生态环境部、最高人民法院、最高人民检察院和科技部、公安部等11个相关部门共4家单位联合印发了《生态环境损害赔偿管理规定》，针对实践中的突出问题进行了相关制度设计和安排，在明确部门职责分工、压实地方党委和政府责任、规范赔偿工作程序上提出要求，让制度长出牙齿，更加管用好用，为深化生态环境损害赔偿工作提供了有力的制度保障。

改革取得成效

随着相关法律法规和制度保障的完善，生态环境损害赔偿改革在各地驶入快车道，取得了显著成绩。

近日，生态环境部公布生态环境损害赔偿磋商十大典型案例，其中一例是山东省南四湖流域全盐量硫酸盐超标排放生态环境损害赔偿系列案。最高人民检察院在办理南四湖公益诉讼专案中发现山东省部分企业存在高盐废水治理措施落实不到位，超标排放含盐废水的环境违法行为，并将该案件线索移交山东省生态环境厅、山东省生态环境厅经过排查筛选，组织枣庄市、济宁市、菏泽市针对33家企业启动索赔程序，并委托鉴定评估机构开展鉴定评估工作。

根据评估结论，其中1家企业造成的生态环境损害显著轻微，无须赔偿；24家企业硫酸盐、全盐量超标排放对周围的地表水环境造成了损害，可量化的损害金额约9.2亿元。目前，24家企业已签订磋商协议。其中11家已完成提标改造替代修复，1家正在推进中。另外12家企业已实现达标排放并缴纳到位赔偿金3485.78万元。

中国人民大学教授竺效对此评价称：“生态环境损害赔偿责任的承担，不仅可以依法救济受损生态环境，还可以倒逼企业遵守达标排放等法定环保义务，增强环境保护意识。该系列案件对南水北调区域水质的改善起到了积极作用，取得了良好的环境和社会效益。”

近日，在“园林绿化生态环境损害赔偿与公益诉讼理论与实务研讨会”上，北京市生态环境局法规处有关负责人透露，北京市积极落实生态环境损害赔偿制度改革任务，截至今年6月底，已累计办理251件损害赔偿案件，索赔金额超过3.11亿元，让破坏生态环境者付出了沉重代价。就今年办理的相关案件来说，市、区有关成员单位加强行政处罚与生态环境损害赔偿程序衔接，启动索赔案件数量较上年有大幅度增加。

北京各区在努力创新探索下，办理了一批典型案例。例如，在北京市首例噪声适用损害赔偿案件中，丰台区西铁营万达广场在商业楼9层和办公楼17层天台安装有140余台鼓风机和餐饮油烟净化设备，周边居民多次反映其鼓风机噪声和排放的油烟影响正常生活。2022年4月1日，丰台区生态环境局和油烟排放情况进行现场检测，结果显示油烟排放达标，噪声排放超标，丰台区生态环境局督促其立即整改。

2022年9月，丰台区生态环境局组织启动生态环境损害赔偿调查工作；同年12月，会同区公安、检察等部门及西铁营万达广场商业管理有限公司共同召开生态环境损害赔偿磋商会，最终确定由西铁营万达广场商业管理有限公司履行责任，出资905万元，对原有降噪设备进行检查修复，增加隔音吸音层、更新效果不佳的设备。同时，采取油烟净化设备升级改造和环境美化的方式，实施替代修复生态损害赔偿。今年5月，西铁营万达广场综合噪声治理改造任务按期完成。截至目前，没有再收到群众投诉。

基层困惑待解

不过，生态环境损害赔偿制度改革的推进也并非一帆风顺。

在上述研讨会上，北京市园林绿化局法制部门相关负责人就坦陈，在推进改革中发现一些问题。

首先，在什么条件下应当启动生态环境损害赔偿，没有具体的标准。目前北京市园林绿化涉及159项行政处罚，是否有违法行为都涉及生态损害赔偿，或者针对某一个违法行为应当严重到什么程度可以启动赔偿，目前没有具体参照的标准，缺乏相关的上位法依据，困扰着一线执法人员。

其次，鉴定评估难。由于缺少司法鉴定机构，造成生态环境损害赔偿的成本提高，另外对于违法案件如非法捕猎野生动物案件，因为不涉及修复生态环境，这种行为是否造成了生态损害，造成了多大的生态损害，在鉴定中也没有统一的标准可以参照。而根据前两年的数据显示，由各区检察机关移送的非法捕猎野生动物的赔偿线索占很大比例。

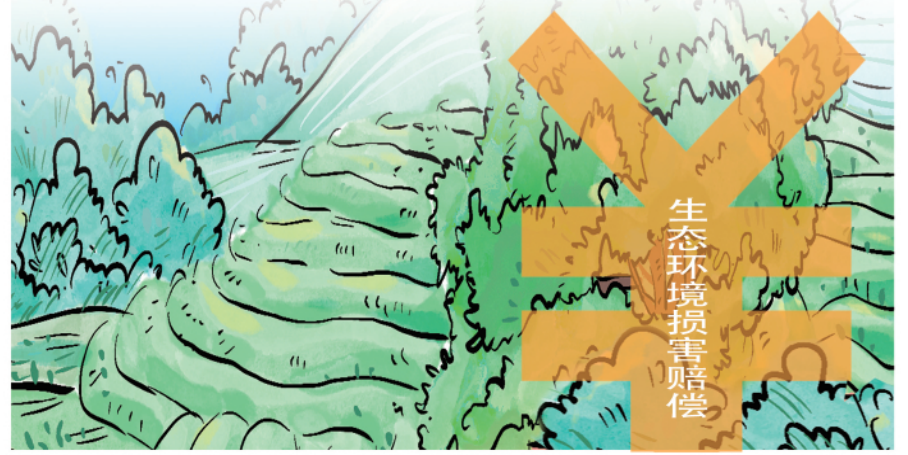
现有困境应如何解决？

针对生态环境损害赔偿制度实践中存在的鉴定评估难、启动条件不够明确、各地推动进度不一甚至出现相差较大的情况等困境，一些地方正在探索出台具体实施细则，明确相关操作标准。例如，北京市园林绿化部门正在酝酿起草相关制度，梳理生态环境损害赔偿办理的有关程序。

中南林业科技大学政法学院教授周训芳认为，在何种情况下启动赔偿，是否来自检察院的移交线索都需要启动赔偿等细节问题和标准都需要以制度进行明确。同时，必须强调的一点是，生态环境损害赔偿不仅仅是生态环境、园林绿化等部门的事情，还要加强与当地法院、检察院的沟通、衔接。

最高人民法院第八检察厅主办检察官、二级高级检察官刘家璞认为，还需加强生态损害赔偿与公益诉讼的协作配合，充分发挥各自优势，形成公益保护合力。“我们不缺问题线索，缺的是发现问题线索的眼睛。”在他看来，执法人员要深入一线，掌握真实情况，找对真方法真措施，不搞“一刀切”，依法妥善解决好问题。

值得注意的是，生态环境部已注意到相关问题。近日，生态环境部部长黄润秋主持召开部常务会议，审议并原则通过的制度标准中，就涉及多个生态环境损害赔偿评估技术指南。无疑，这对于缓解生态环境损害赔偿的鉴定评估难问题，具有重要意义。



生态环境损害赔偿制度改革有成效但仍面临困境

鉴定评估难 启动条件不明确等亟待解决