



被短视频吸引，14岁的她文了花臂

文身店线上引流线下违规接待未成年人现象调查

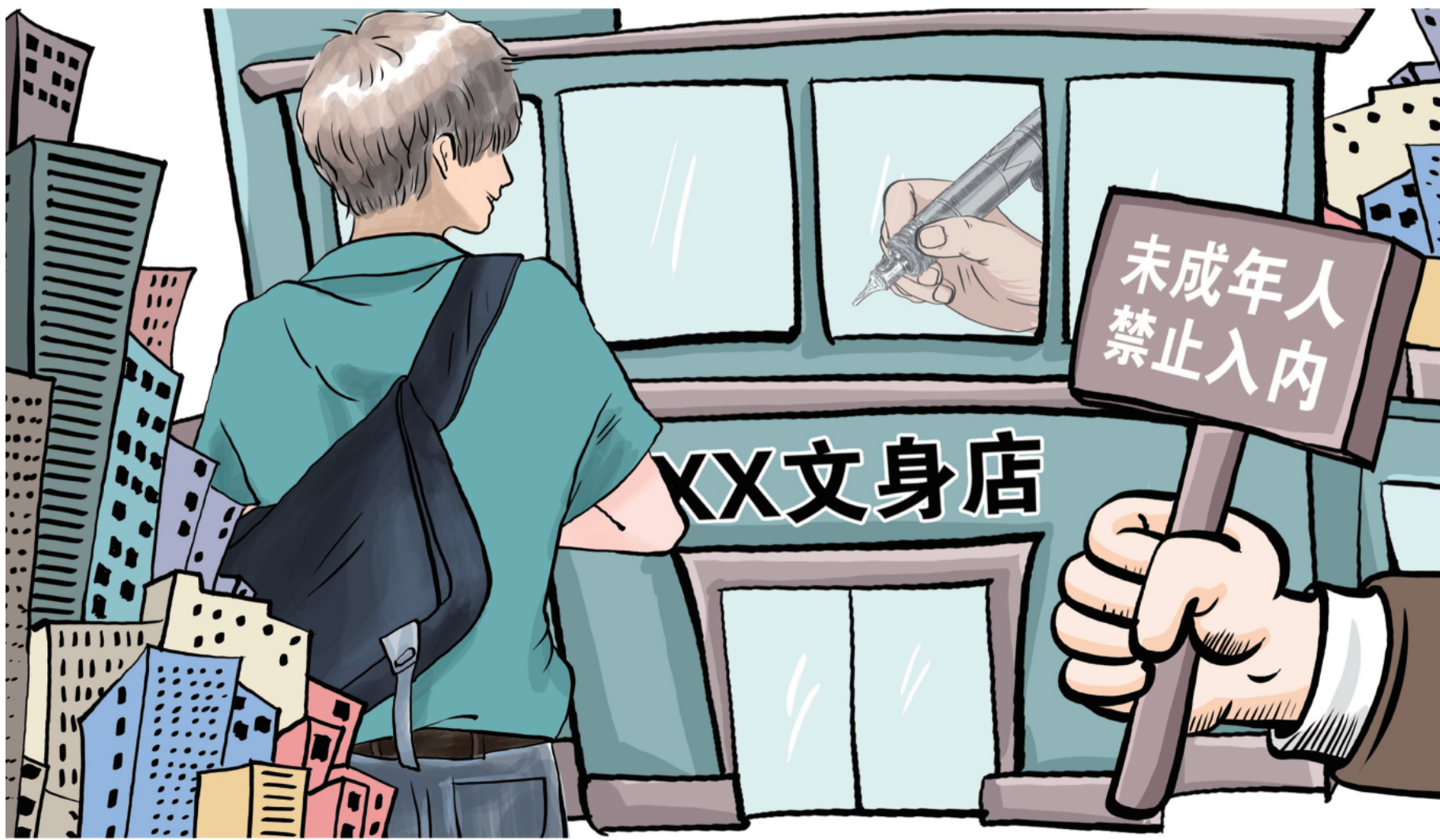
调查动机

来自山西的李女士向记者反映：自己的弟弟最近被无良文身师诱导，文了满背的文身，现在衣服稍穿得宽松些文身就露出来了。“我弟弟才14岁啊，他的未来该怎么办？”

经追问，其弟弟才道出身上文身的由来。原来，一些社交平台及短视频平台上充斥着大量宣传文身的文案和视频，其中的文身图案漂亮又有个性，这让他觉得文身是件很酷的事，于是，他便联系平台上的文身工作室，瞒着家人在线下进行了文身。

“即使知道我弟弟是未成年人，文身师还是为他提供了文身服务。我弟弟的手机里满是各种与文身相关的内容，有的是他搜索的，有的是平台推送的。图片和视频中，好多人整个胳膊、前胸后背都文满了文身。”李女士说，在一些短视频的评论区，也有网友指责这种行为“毫无责任心”“从孩子身上赚黑心钱”。

李女士希望有关部门能好好管管此事，以免未成年人的身心健康因文身而受到伤害。为此，记者展开了调查采访。



□ 本报记者 韩丹东 周斌
□ 本报实习生 刘洁

“我14岁时做了个文身，将半个手臂文成花臂，现在真的后悔，马上我就要进行第四次激光去文身。”

来自广东的16岁女孩小艾告诉《法治日报》记者，两年前，她被网络平台上的文身广告所吸引，下方评论区有不少人表示“想要文身”“文身很酷”“羡慕这么漂亮图案”，就通过广告上的联系方式，线上添加了文身师为好友。一番沟通后，在气愤之余，妈妈带着小艾咨询了多家医院，希望能洗掉文身，可得到的回复几乎都是“过程会很疼”“很难完全洗干净”。最终，妈妈下定决心带着小艾去医院做激光治疗。

记者近日调查发现，网络平台上有一些主播以文身工作室的身份发布大量宣传文身的广告。视频中有的展示文身过程，有的则是性感美女模特上阵，展露胸前后背、手臂和大腿等多部位的大面积文身图案。有的主播号称在多个城市有线下连锁店，到店文身有优惠折扣活动，宣传文案中配以文身“太酷了”“个性”“好看”等关键词，吸引了不少青少年。

对此，有受访专家指出，为保护未成年人合法权益，避免其受到不良影响，网络平台上的文身视频、文案应打上“未成年人切勿模仿”“不得向未成年人提供文身服务”等提示，对未标注的，平台应及时采取下架或限流措施；还有受访专家认为，从保护未成年人最大利益出发，文身广告应当禁止出现在直播平台和电视节目中。

文身视频文案引流 吸引不少未成年人

小艾告诉记者，她之前在街上看到过有人文身，对此比较感兴趣。原本一直在犹豫是否要文身，结果看到网上的文身短视频，脑子一热就干了件蠢事。

记者查询发现，目前有不少文身师在网络平台上展示自己和顾客的文身效果，其中有大量花臂、花腿、满背的文身宣传。不少年轻人乃至像小艾一样的未成年人被这些极具冲击力的图片、视频所吸引，表示想文身并询问联系方式。

记者近日随机私信了13个文身工作室的网络平台账号，表达了想要文身的意愿，仅有一家店铺主动询问年龄。当记者透露自己17岁，询问能否文身时，只有2家店铺回复“不建议你文身，”“需要满18岁”，其余的店铺均含糊其辞，称“你自己想好了就行”“你自己承担后果”。

记者注意到，在一些宣传文身的文案和短视频下，有网友留言“未成年人可以文身吗？”“16岁就文身，会后悔吗？”“未成年人文身到底

对不对？”对此，有文身师和带有“刺青”“文身师”等字眼的文身工作室账号在回复中打起了文身广告。

例如，名为“非凡××”的文身师，在一条“17岁时文身现在后悔了”的留言回复下方发帖：“后悔是因为没意义、没设计、丑，如果有意义，有设计又好看，谁会后悔。”还有其他文身师账号附和：“你后悔别人不可后悔，别乱奉劝别人好吗？”“文身要找技术好的”“看我主页，包你不后悔”。

甚至有文身工作室账号在讨论“未成年人文身”相关话题的帖子中评论引流。在一篇“未成年人为什么不能文身”的文章下方，有文身师账号回应称“可以先文小一点的试试”“可以在隐蔽的地方，很多人都这样”“谢谢建议，不听，好看”。

湖南长沙17岁女生小孟说，她曾在讨论“该不该让未成年人文身”的文章下方发表评论“我快成年了，想去文个花臂又害怕被家长骂”。没过几分钟，就有文身工作室账号评论称“宝贝大胆点，我主页有适合女生的图案，喜欢的私”。

天津一家文身店店主梁女士坦言，包括她在内，现在不少文身工作室在各大社交平台、短视频平台都开设了账号，很多客人是通过线上渠道找过来的，其中不乏未成年人的身影。

“有的顾客线上咨询时说已满18周岁，到店一看明显未成年，问其要身份证核实年龄就推脱说忘带了。”梁女士说，她的工作室一律拒绝这种不能核实真实年龄的客户，并且会进行劝阻，但不是所有未成年人都能听得进去。

“有的没隔几天就在网上朋友圈刷到他已经文身的信息。还有十来岁孩子文花臂的，看着就让人生气。”梁女士说。

一位受访家长说，文身是一辈子的事，未成年人未必了解文身的后果，但文身师一清楚，在网络平台中大肆发布文身广告可能给未成年人带来负面引导，一些不良账号还诱导未成年人文身，为了挣钱毫无底线，应当打击整治。

不消毒在所文身 “旅扎”文身存隐患

在调查过程中，记者发现，在社交平台、短视频平台上发布文身广告引流的，还有“旅扎”文身师，即一边旅行一边为当地的客人文身，其中隐患重重。

来自天津的小钱回忆说，去年，他和几个同样还差几个月就满18岁的朋友约定一起去文身，作为即将成年的“礼物”。当时，他们被一个博主发的文身手稿和客人成品照片所吸引，他看中了一个骷髅头图案，朋友则选中一个带翅膀的天使图案。

付完定金后，小钱和朋友来到约定的地点，结果发现文身店并不像常见的那样开在小巷中，而是位于一处公寓楼里，小钱一行人不免心生疑惑，进去后发现，所谓文身工作室只是一间

普通的住房，里面看不到专业的文身设备。一问才知道，文身师是来当地旅游的，同时提供文身服务赚点外快。

尽管担心可能不正规，但抱着“来都来了”的念头，小钱他们还是决定进行文身。对方也没有询问其年龄和查看身份证，就拿出自带的设备，让他们坐在床上进行文身。文身一结束，小钱就后悔了：文身师不专业，设备也没消毒，很不卫生。

怀着忐忑的心情，一段时间后小钱发现，他的文身恢复得比较好，除了细看时能注意到线条不流畅之外没有太大的问题。但他朋友就没那么幸运了，其文身不仅有部分线条不流畅，还出现了晕色、增生的情况。“现在想想很后怕，还好没感染上什么疾病，不然后悔都来不及。”

“旅扎”文身师余女士向记者坦言，他们一般没有固定的工作室，最主要的宣传和接单渠道就是网络平台。

“旅扎”文身师一般在当地找文身工作室借用场地，因为文身要刺进皮肤，对卫生条件有一定的要求，但有些不负责任的文身师会直接在住所进行文身服务，还有一些“旅扎”文身师是新手甚至没经过相关培训，消费者还是要提高警惕，擦亮眼睛。”余女士说。

北京康达(海口)律师事务所合伙人袁芳认为，在非正规场所如居民楼、理发店等进行文身服务，可能会存在卫生安全风险，违规操作的情况，出现问题后难以维护自身权益等多种隐患。为了保障服务的合法性和安全性，商家提供文身服务必须获得相应的资质，包括但不限于营业执照、卫生许可证、从业人员的专业资格证明以及其他可能需要的地方性许可证。

北京理工大学法学院教授、民法典研究中心主任孟强说，如果商家违反规定向未成年人提供文身服务，市场监管等部门可依照有关规定予以处理；其他商家未依法取得营业执照向未成年人提供文身服务，依照《无证无照经营查处办法》等规定进行查处；个人违反规定擅自向未成年人提供文身服务的，也应依法追究其法律责任。

应当标明提示信息 禁止发布诱导内容

记者采访时注意到，虽然有不少未成年人看完网上宣传文身的内容后头脑一热想去文身，但真正文身后很少有后悔的。

“烦恼接踵而至，几乎每天都活在焦虑中。”来自河南的小范说。

小范今年20岁，3年前，早早进入社会的她觉得文身很酷，选择用花和老虎文身图案覆盖了自己的整个手臂。“没过多久就觉得很丢人，很多人会用异样的眼神打量你，我也因此错过了不少好的工作机会。”

今年6月，小范终于下定决心洗掉文身，之后她还多次发帖，在社交平台记录自己洗文身

的经过。在帖子中，她提醒人们，尤其是青少年，在作出文身决定之前要充分考虑清楚，权衡利弊，以免日后追悔莫及。

受访专家指出，近年来，文身呈现“低龄化”趋势，日渐成为侵害未成年人合法权益乃至诱发未成年人违法犯罪的社会风险点。未成年人文身后容易受到不良文化侵蚀，损害其身心健康，影响就业和生活。

如何才能维护未成年人合法权益，保障其免受文身侵害？

《未成年人文身治理工作办法》规定，任何企业、组织和个人不得向未成年人提供文身服务，不得胁迫、引诱、教唆未成年人文身；任何图书、报刊、电影、广播电视节目、舞台艺术作品、音像制品、电子出版物或者网络信息，都不得含有诱导未成年人文身的内容；不得刊登、播放、张贴或者散发含有诱导未成年人文身、危害未成年人身心健康内容的广告；不得在学校、幼儿园播放、张贴或者散发文身商业广告。

对此，中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为，文身机构应当在显著位置标明不得向未成年人提供文身服务，文身短视频、文身工作室账号等存在诱导未成年人文身内容的，应当禁止。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任、文化法治研究中心主任郑宁进一步补充道，即便不存在诱导内容，此类视频也应打上“未成年人切勿模仿”“不得向未成年人提供文身服务”等提示，对于未作相关标注的视频，平台应及时采取限流、下架等措施。

孟强则建议，从保护未成年人最大利益出发，直播平台和电视节目中应当禁止出现文身内容和广告。

来自北京、天津、陕西的多位受访家长对此十分认同。一位受访家长说，未成年人对新鲜事物的好奇心强，很多短视频中展现的文身不仅图案艳丽，加上“明星同款”“有个性”“很酷”等宣传语，未成年人很容易被吸引，一旦选择文身可能悔之不及。就像一些平台禁止出现抽烟、喝酒等画面一样，展示文身的短视频也应禁止上线。

记者注意到，在实际操作中，一些广播电视节目中通常通过打马赛克、出镜者穿上护袖等方式避免展示文身；在一些平台，短视频、直播中如果长时间展示文身，将会触发平台的警告机制。

在袁芳看来，社交平台、短视频平台应当承担起内容审核的责任，利用技术手段如人工智能和大数据分析提高审核效率，鼓励用户举报含有诱导未成年人文身的内容，及时开展专项整治行动，严厉打击违法和不良信息的传播。

“执法部门也要强化监督检查，依法依规处理未严格落实相关政策的平台，定期公布违规案例以起到震慑作用。”袁芳说。

漫画/李晓军

□ 本报记者 万静

近年来，一些职业索赔人借助投诉平台、来电来访等方式恶意举报，使企业苦不堪言，监管部门疲于应对，既损害了企业权益，挤占了维权渠道，又占用了社会资源，扰乱了市场秩序。

为此，近日国家市场监督管理总局出台的《市场监管部门优化营商环境重点举措(2024年版)》(以下简称《重点举措》)，将依法规制职业索赔行为作为重要内容。《重点举措》强调，要依法规制职业索赔行为，对利用投诉举报牟取不正当利益，侵害经营者合法权益，扰乱市场秩序的，要从严审查，准确把握投诉受理范围，举报立案条件等。要结合违法行为性质、情节、社会危害程度，综合考虑影响法律实施效果的因素，科学确定处罚种类和幅度，坚持过罚相当原则和比例原则。

依法规范牟利性“打假” 恶意职业索赔行不通了

实际上，社会各界呼吁规范“职业索赔”的声音此前就已引起国家层面的重视。

2019年5月到2019年9月，中央接连3次发文表态，打击通过恶意举报非法牟利的行为：

5月20日，中共中央、国务院发布《关于深化改革加强食品安全工作的意见》，其中提出“对恶意举报非法牟利的行为，要依法严厉打击”。8月8日，国务院办公厅发布《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》，要求切实保护平台经济参与者合法权益，打击以“打假”为名的敲诈勒索行为，“依法规范牟利性‘打假’和索赔行为”。9月6日，国务院发布关于全面加强事中事后监管的指导意见，也透露类似的信息。

为何对规范“职业索赔人”这一群体行为的呼声日益高涨？

据中国连锁经营协会统计，2023年共监测24万个“职业索赔人”发起73万件索赔投诉，其中以食品为由的恶意投诉就有22万起。以打假为名、行牟利之实的职业打假人，会对营商环境造成负面影响，其危害不可小觑。

针对牟利型职业打假团伙化、专业化、规模化的趋势，《重点举措》强调要“依法规制职业索赔行为”。这表明，监管部门已将职业索赔与正常索赔进行区分并加强管理。

根据《重点举措》规定，要依法发挥惩罚性赔偿对严重违法行为的社会监督作用。通过夹带、调包、造假、篡改商品生产日期、捏造事实等方式骗取经营者赔偿或者敲诈勒索的，不适用惩罚性赔偿，依据治安管理处罚法等法律法规，移送公安机关依法处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

对利用投诉举报牟取不正当利益，侵害经营者合法权益，扰乱市场秩序的，要从严审查，准确把握投诉受理范围、举报立案条件等。强化投诉举报大数据汇总分析，探索跨地域、跨领域通报协作，并案处理、并案告知等。

严格落实实签标识，说明书、宣传材料等瑕疵不适用惩罚性赔偿的规定，完善具体制度措施，细化列明不影响商品服务质量且不会对消费者造成误导的瑕疵范围。

国家市场监督管理总局相关负责人表示，对于经营主体和社会公众普遍关注的恶意索赔、职业索赔采取《重点举措》的上述举措，有利于提升执法的质效，稳定经营主体预期，激发市场活力和创造力。同时，这也意味着职业打假人被戴上了“紧箍咒”。

细化处罚事项范围标准 坚持过罚相当比例原则

“拍黄瓜”虽是一道“家常菜”，此前却一度成为“职业打假人”最爱举报的项目。究其原因，是因为“拍黄瓜”之前属于食品监管中“冷食类食品、生食类食品”的特殊类别，需要办理专门的食品安全许可，要求餐馆拥有不低于5平方米的制作凉菜的空间。我国餐饮业中有许多小经营个体，众多小餐馆没有条件设置冷食制作专间，这部分“职业打假人”嗅到了“商机”。

据公开报道，有人在一年以内以“无证拍黄瓜”为由向1000多家餐饮店提出高额索赔，类似这种“借黄瓜打假”的行为占用了商家、执法机关不少精力和公共执法资源。

为此，《重点举措》规定，出台食品安全违法行为首违不罚清单和食品安全轻微违法行为不予处罚清单。指导地方制定完善首违不罚、轻微免罚、减轻处罚清单，依法细化不予处罚、减轻处罚事项范围和标准。坚持宽严相济，对于违法行为轻微并及时改正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。对于初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚。对于主动消除或者减轻违法行为危害后果的，从轻或者减轻行政处罚。当事人有证据证明没有主观过错的，不予行政处罚……

此外，为适应食品经营安全的新形势，解决食品经营安全领域的新问题，国家市场监督管理总局还修订了《食品经营许可审查通则》(以下简称《通则》)，提出优化食品经营许可要求。以新修订的《食品经营许可和备案管理办法》为基础，在简化食品经营许可程序等方面进行拓展，《通则》针对“拍黄瓜”“泡茶”等简单制售安全风险较低的食品，明确可以在保障食品安全的前提下适当简化设施设备、专门区域等审查内容，并在食品经营许可副本中标注简单制售，明确设置专间或专用操作区的具体情形，充分释放改革红利，营造便利企业营商环境。

打击“规范”职业索赔人乱象只是表象，其目的还在于推进严格规范公正文明执法，建立和维护市场秩序、公平规范的市场秩序。

为此，《重点举措》提出，要进一步完善行政处罚裁量权基准。坚持过罚相当原则和比例原则，指导地方完善行政处罚裁量权基准。坚持政治效果、社会效果、法律效果相统一，对食品小作坊、小摊贩、小微企业和个体工商户等主体的处罚，要结合违法行为性质、情节、社会危害程度，综合考虑影响法律实施效果的因素，科学确定处罚种类和处罚幅度，避免“小过重罚”“类案不同罚”。研究制定市场监管领域执法办案指南，对容易引发争议的领域加强分类指导，加快建立和推行市场监管领域案件指导制度。

完善机制畅通举报渠道 发挥“吹哨人”监督作用

规制职业索赔行为不代表摒弃社会监督，依法、依规进行打假、索赔、维权，在市场上也能起到社会监督的良好导向。市场监管部门多次提出鼓励“吹哨人”举报，畅通投诉举报渠道，依法发挥惩罚性赔偿对严重违法行为的社会监督作用。

2021年8月底，国家市场监督管理总局、财政部对外公布了《市场监管领域重大违法行为举报奖励暂行办法》(以下简称《暂行办法》)，重点对食品、药品、特种设备、工业产品质量安全四个涉及人民群众生命财产安全领域的重大违法行为“亮剑”。

《暂行办法》规定，举报市场监管领域重大违法行为，即举报涉嫌犯罪或者依法被处以责令停产停业、责令关闭、吊销(撤销)许可证件、较大数额罚款等行政处罚的违法行为，奖励金额最高可达100万元。

据了解，此次《暂行办法》的出台，是国家市场监督管理总局成立后首次对举报奖励机制进行修改，旨在更好地服务市场监管体制改革，提升监管执法和消费维权效能，保证法律法规实施的严肃性。

2024年9月初，国家市场监督管理总局官网又发布了《市场监管总局 财政部关于对食品生产经营企业举报人举报实施奖励的公告》，对于“内部举报人”的相关权益给予了全面而细致的保护：内部举报人向市场监督管理部门提供的食品质量安全违法行为线索，属于违法行为行政查处、危害程度大、社会影响广的，或避免重大食品质量安全违法行为发生，消除重大食品质量安全隐患，协助查处重大食品质量安全违法行为案件的，负责调查处理的市场监督管理部门在征得本级人民政府财政部门同意的情况下，可适当提高奖励标准。每起案件的举报奖励金额上限按上述《暂行办法》有关规定执行。

针对牟利型职业打假团伙化专业化规模化 市场监管总局亮剑
依法规制职业索赔为职业打假人戴上「紧箍咒」