

编造“整容改变命运”等虚假故事,一些“黑机构”“黑医师”混迹医美行业

# 花钱“长脸”须小心,微整形中有风险

本报记者 黄仕强

“瘦脸针”“水光针”“线雕”……眼下,一些医疗美容名词日渐流行。同时,割双眼皮、垫鼻子等传统整形美容项目仍受青睐。

在爱美之心的驱使下,“颜值经济”逐渐升温。不过,各类医美机构野蛮生长,行业乱象频出。根据艾瑞咨询发布的《2020年中国医疗美容行业洞察白皮书》,2019年,我国合法合规开展医美项目的机构仅占行业的12%,黑机构数量超8万;合法合规医师仅占24%,非法从业者多达10万人。

如今,在地铁、公交、电梯等场所,充斥着大量医美广告,宣传医美带来的各种好处,但对于其中隐藏的风险和弊端却避而不提。对此,《工人日报》记者展开了调查。

## 医美广告真假难辨、无孔不入

“整形医院都这么有钱,到处打广告”“就是,现在的年轻人把脸看得比什么都重要”日前,重庆一公交车上循环播放某整形医院的宣传广告,一对中年夫妻跟同行路人聊起了整形的话题。

“广告说得天花乱坠,就是不知道真假。”一位女士接过话茬。

今年32岁的陈女士是“资深”医美消费者。她告诉记者,除了公开场合的医美广告,手机APP推送的整形信息,也多是平台、机构精心包装设计的软文。

陈女士说,她第一次整形就是下载了一款医美APP,一点开APP立即就弹出针对用户的标签,包括年龄阶段、身高体重、脸型、单双眼皮等。“我原来是单眼皮,看到APP里公

## 阅读提示

在爱美之心的驱使下,“颜值经济”逐渐升温。不过,各类医美机构野蛮生长,行业乱象频出。“狂轰滥炸”的真假医美广告让消费者步步深陷,“三非”乱象更是存在诸多安全隐患。对此,有关专家建议,多管齐下,对医美产业进行“整形”。

布的不少割双眼皮成功的案例,就心动了。试着联系了客服,两天后,我花了几千元割了双眼皮。”

此后,该APP又不断推出“如果不是做了这个鼻子,你还能这么完美吗?”等一系列极具煽动性的文章。

“看多了平台里的整容脸,感觉审美都发生了偏差,对自己越看越不顺眼。”陈女士坦言,在这些广告“轰炸”下,她先后做了丰唇、垫鼻、磨骨等手术,两年的时间,花了近30万元。

重庆一医美机构的工作人员透露,为了营造“全民整容”的氛围和“爱美无错”的观念,各类医美APP编造了大量“整容改变命运”的凡人故事,有时候还“碰瓷儿”明星来蹭热度。

据天眼查近期发布的《颜值升级避坑指南》(以下简称《指南》)显示,超3600家医美相关企业曾受到过行政处罚。其中,超6200条行政处罚中,近2000条涉及“发布虚假广告、虚假宣传”等内容。

## “三非”乱象存安全隐患

除了虚假广告,困扰医美行业的致命问题还有非医疗美容场所从事医疗美容治疗、非正规培训的专业医师执业、非合格的医疗美容产品使用等“三非”乱象。在众多行业专

家看来,正是这“三非”乱象,造成了医美行业纠纷不断,更让“微整形”变成了“危整形”。

今年29岁的李丽(化名)是重庆一家企业的公关经理。她表示,这份工作不仅需要足够的业务能力,出众的外表也是必不可少的。

基于“变美赢取更多机会”的考量,李丽成了重庆某医美机构的常客。她不但开了眼角,还几乎每隔几个月就打一次水光针和瘦脸针。

“刚开始,我确实变美了,可后遗症也逐渐凸显出来。”李丽表示,由于多次使用注射类产品,她的生理周期变得紊乱,还经常腹泻。“我不懂专业的医疗知识,也无从考证使用的产品是否合格,为了‘惜命’,只能放弃使用注射类产品。”

中国整形美容协会的一项调查显示,国内市场上销售的玻尿酸和肉毒素类产品有相当一部分是假货和水货。这些假货和水货未经过食药监部门的审批,存在极大的安全隐患。

与此同时,伴随着医疗美容行业的升温,社会上的私人医美工作室不断涌现,其中不少是没有资质的“小作坊”。重庆一医美机构的负责人透露,一些小型的医美机构,很少有具备执业资格的医美医师。医美行业巨大的缺口,使不少非法执业的“医师”“护士”只经过短短几天的培训,就上岗给消费者打针。



# 税务部门将持续拓展“非接触式”办税缴费范围

本报北京2月24日电(记者周烽)今天,国家税务总局举行新闻发布会,启动2021年“我为纳税人缴费人办实事暨便民办税春风行动”,介绍税务部门持续拓展“非接触式”办税缴费服务范围、优化税务执法方式、推行“首违不罚”清单等情况。这是国家税务总局连续第8年开展此项活动。

国家税务总局政策法规司司长王世宇介绍说,税务部门在今年“春风行动”中推动政

策落实直达快享的具体措施,具体包括优化减税降费工作机制、增强税费政策宣传实效性、提升优惠政策享受精准度。

国家税务总局总审计师饶立新表示,按照国务院工作部署,结合贯彻落实新修订的《行政处罚法》,该局已经研究确定在全国税务系统进一步推广“首违不罚”制度,拟于3月底前发布包括税务登记、资料报送、纳税申报、发票开具等在内的第一批全国统一的“首

违不罚”涉税事项清单,纳税人首次发生清单中所列事项且情节轻微,并在税务机关发现前主动改正或者在税务机关责令限期改正的期限内改正的,可以依法不予行政处罚。

饶立新指出,今年,税务部门持续拓展“非接触式”办税缴费范围,在原来基础上又增加了29项,目前已经达到214项,覆盖纳税人端征管业务事项的90%以上,其中203项可全程网上办。

部位是否有裂纹、掉块、空响等异常情况,确保整个大桥的箱梁内部检查到位、一处不落。从中午进入桥箱梁内部开始作业,到检修完毕,兄弟俩在里面弯着腰,一待就是4个多小时,出来时颈部和腰部都已僵硬。

除了默契,兄弟俩较起劲来也让身边的同事惊讶不已。春运开始后,有一次在郑太客专大河特型桥检修声屏障螺栓时,兄弟俩把作业当成比赛,两侧分别有66根螺栓支柱,每个支柱上有12颗螺栓,兄弟俩非要比赛谁先在保证作业质量的前提下复紧完毕。经过将近4个小时的作业,司振东最终比司振西早1分37秒完成了792颗螺栓复紧作业。

漏泄。他立即展开应急处置,3分20秒故障消除,经保压实验一切正常,保证了列车正常点出。

春运以来,王威和班组职工每天要检车约2300辆,他的计步手环里,一趟班下来就有6万多步!

(吕晶 由跃媛)

## 聚焦春运,这些人那些事

# 商务部:今年将坚决稳住外贸外资的基本盘

本报北京2月24日电(记者杜鑫)“从需求来说,整个疫情的情况还有一些起伏,不明朗、不确定,所以我们对今年外贸形势的判断是严峻复杂。从供应链、产业链看,影响稳定的因素仍然在发展。”商务部部长王文涛今天在国新办举行的新闻发布会上说,今年将坚决稳住外贸外资的基本盘,重点实施优进优出计划、贸易产业融合计划和贸易畅通计划。

数据显示,我国去年货物进出口32.2万亿元,同比增长1.9%。“这个数据可以展现出3个方面:第一方面是全球唯实现贸易正增长的主要经济体。第二方面是外贸的规模和国际贸易份额创了历史新高。第三方面是全球第一贸易大国的地位更加巩固。”王文涛说。

谈及今年的稳外贸政策,王文涛表示,该部将会同地方和有关部门保持政策的连续性、稳定性和可持续性。

在保障外贸产业链、供应链的稳定畅通方面,商务部将在贸易产业融合发展上下功夫,新认定一批外贸转型升级基地,培育一批加工贸易产业园区。此外,还将建设一批国家进口贸易促进创新示范区,扩大进口规模,带动相关产业提质增效。

在帮助外贸企业稳订单拓市场方面,商务部将进一步发挥平台的作用,办好第四届进博会、2021服贸会,还要用好广交会以及首届消博会这些重要的展会平台,为企业稳订单、拓市场作贡献。同时,根据疫情变化的情况,线上线下同步发力。此外,还将加强国际营销体系的建设,特别是海外仓的升级发展,推动内外贸一体。

# 春节消费数据亮眼

## 经济观察

本报记者 杨召奎

截至2月18日零时,春节档电影实时总票房已突破80亿元,远超往年同档期票房;2月11日至17日,全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元,比去年春节黄金周增长28.7%;就地过年带火本地游,很多城市的酒店、民宿、景区门票预订量均有所增长……

春节假期是观察新一年消费市场的重要窗口。有关专家指出,今年春节假期,线上线下齐发力,传统消费、新型消费都表现亮眼。火爆的数据背后,是我国消费市场蓬勃生机和旺盛活力的体现。

从购物方面来看,年货礼盒、家电家居、休闲食品、换季服装、健身器材等传统产品销售火爆。苏宁易购2月18日发布的春节消费大数据显示,春节期间,苏宁易购线下门店销售迎来高速增长,特别是家电、3C类商品,增幅超过40%。

与往年不同,在各地倡导就地过年的背景下,“网购年货、网上送礼”也成为春节的主流方式。菜鸟数据显示,今年2月4日至15日,春节不打烊发货量是2019年同期4倍。拼多多数据显示,2月以来,该平台“春节不打烊”年货商品较去年同期增长183%。其中,在“网上送年礼”的带动下,发往三四线城市以及乡镇的订单中,高客单价商品占比较去年明显提升。在银泰百货春节期间的订单中,有超过两成是异地且非常用地址,是不能回家过年的儿女们寄给父母的“问候”。

今年春节假期,电影、餐饮、旅游等消费实现“开门红”。电影市场迎来大爆发,所有春节档影片票房都破亿元,总票房更是创新高。餐饮市场红红火火,特别是线上餐饮表现抢眼。饿了么数据显示,农历腊月廿八至除夕,饿了么年夜饭半成品外卖同比增长4倍,单人份外卖订单同比翻了一番,在一二线城市中尤为明显。从旅游市场看,就地过年带火本地游、周边游、短途自驾游,各地公园、景区、博物馆、电影院、滑雪场等休闲娱乐场所客流量明显增长,城市郊区度假酒店、民宿等预订火爆。

消费市场异常火热的同时,人们越来越重视健康消费、品质消费、智能消费、绿色消费,消费升级的趋势也十分明显。阿里巴巴发布的春节消费报告显示,扫地机器人、擦窗机器人等产品消费增速同比超100%、300%。苏宁易购2月18日发布的春节消费大数据则显示,苏宁线下门店中高端家电以及5G手机等核心品类销售火爆。其中,智能厨房小电器、高端智能冰箱、独立烘干机、视频通话智慧屏电视尤其受到消费者追捧。

在相关专家看来,今年春节假期火热的消费市场折射出我国消费的巨大活力与潜力,为全年提振消费扩大内需开了一个好头。政府部门、企业也可以从中发现消费的新特点,把扩大消费同改善人们的生活品质结合起来,创新消费场景、拓展消费业态、优化消费环境,推动消费扩容提质。

中国连锁经营协会采购委的调查则指出,在疫情防控常态化、消费行为变化的趋势下,商品结构的优化、门店运营的精细化、全渠道服务能力依然是零售行业需要关注的重点。2021年中国零售市场消费渠道越来越多,信息更透明化,竞争越来越彰显时代的特点,需要用大数据进行分析进行商品引进,用对的、好的商品对用户进行精准营销。同时,重视社交圈子的营销,争取在线上营销及私域流量方面有大的突破。



## “我已接种疫苗,请放心用餐”

2月22日,在北京市西城区老字号同和居饭店内,市场监管部门工作人员为已接种疫苗的职工贴上“我已接种疫苗”标识。为让顾客放心用餐,该餐企按照自愿接种和“应接尽接”的原则,已为超90%的员工接种新冠疫苗。本报记者 吴凡摄

# 双胞胎“医生”为高铁桥梁体检

本报通讯员 陈伟 本报记者 徐新星

“哥,小心点,这一片顶低,你别碰着头了!”在郑太高铁跨二广高速特大桥箱梁里,司振西一边提醒着哥哥司振东注意安全,一边不等司振东开口就递上了一把检锤。

司振东、司振西是郑州东高铁基础设施段黄河桥梁工区的桥隧工,是一对双胞胎。他们从小一起上学、一起参军,如今又

在同一个车间同一个班组。兄弟俩所在的工区主要负责郑徐客专和郑太客专共计7座铁路特型桥的日常养护维修工作,工作地点较为分散、设备结构相对复杂,他们凭借着过硬的业务能力成为高铁“桥梁医生”。

郑太高铁跨二广高速特大桥,作业入口距离地面7米,刚好容下一个人攀爬通过,兄弟俩架起梯子,小心地爬进桥梁内部。由于大桥箱梁内最高处不足1.5米,作业时只能弯着腰进行。大桥由15节箱体组成,每节箱体

又分成3个箱室。由于箱体基本上呈密闭状态,只有左右两个箱室里才有3个直径不足10厘米的通风口,桥体内部空气流通不畅。作业走动和敲击带起的尘土,会让空气变得浑浊,时间一长,就会让人感到憋闷。每到这时候,兄弟俩就到两侧的箱室内趴在通风口处摘下口罩呼吸几口新鲜空气,缓缓神儿,然后接着检修作业。

在这样的环境下,他们像医生给患者体检一样,认真地查看桥梁内部每个重点

## 保障春运的“急先锋”

理的“大拿”。在今年的春运中,王威带领技术骨干做好传帮带,通过学技练功、应急演练等多种形式,向职工传授应急处置的绝招儿,提高班组整体技术水平,使列检一班成为保障春运安全的技术“尖刀班”,他个人更是在惯性故障整治中大显身手。