

毕业季特惠、学生分期免息、先签约后补手续——

部分医美机构瞄上这些“优质客户”

每到暑期，一些医美机构将青少年视为重要客源，推出“毕业季特惠”“学生分期免息”等营销活动。也有年轻人将医美作为解决容貌问题“一劳永逸”的手段。如何引导青少年树立健康审美观念、规范医美消费行为，成为家庭、学校和社会共同面临的课题。

实习生 蔡熙妍 陈玺场 傅鑫琦
中青报·中青网记者 张 敏

今年高考结束后，18岁的余默默第一次走进手术室，接受了眼部综合手术。从小小到，她都为自己长了一双“又小又肿”的眼睛感到不自信。为了改善容貌，她学会了贴双眼皮贴、给眼部化妆。

因专注于眼睛问题，余默默甚至产生了心理不适。“有段时间，我根本不敢素颜见人。”她回忆，初一年，由于长了满脸青春痘，她经常被同学嘲笑、欺负，连父母也会时不时叹息、念叨几句，“那是我最自卑的时期”。

每到暑期，都会有像余默默一样的年轻人，来到诊所寻求医美，不惜在脸上“打针、动刀”。青少年医美面临哪些风险，如何规范医美消费行为，记者对此进行了采访。

高考结束，她们走上医美手术台

今年刚上大学的汪宣函曾两次走上医美手术台，她自认为“还算幸运”。今年高考结束后，汪宣函决定做双眼皮手术。她为此做足了功课，查阅了多所医院及医生资质，先后找五六位医生面诊，后来在长春一家美容机构预约了手术。

中国整形美容协会2025年5月发布的《青少年医美消费趋势报告》显示，每年6月至9月是医美机构的“黄金旺季”，尤其高考结束后的两周内，18岁左右求美者环比增长高达267%，其中女生占比达93.7%，鼻部整形、双眼皮、下颌角等项目最为常见。

这些数据背后，意味着青少年医美市场快速扩张。国家统计局数据显示，18岁以下医美消费者占比从2019年的2.7%攀升至2024年的9.1%。艾瑞咨询2025年发布的《中国医疗美容行业白皮书》指出，2024年全国医美市场规模达3790亿元，18岁至22岁群体成为增长最快的消费群体，占总消费人群的28.5%。

哈尔滨一些车主抱着对4S店和汽车品牌的信任购买了保养服务套餐，如今却面临“钱交了、服务没了”的境遇——

中青报·中青网记者 杨 雷
通讯员 赵云南

“9788元买的18次保养，只用了4次，4S店就没了。”哈尔滨某学校地理老师王萌颇感无奈。

近日，她向中青报·中青网记者反映，2022年8月，她在哈尔滨奇通汽车销售服务有限公司（以下简称“奇通公司”）购买了一辆别克昂科威S，之后在销售人员推荐下加购“双保无忧”保养套餐，承诺6年有效期，能在控股方广汇汽车旗下多家4S店使用。

当时她觉得“省心又划算”。可没想到，这份“保养套餐”竟成了“跑路套餐”。

想约保养，4S店没了

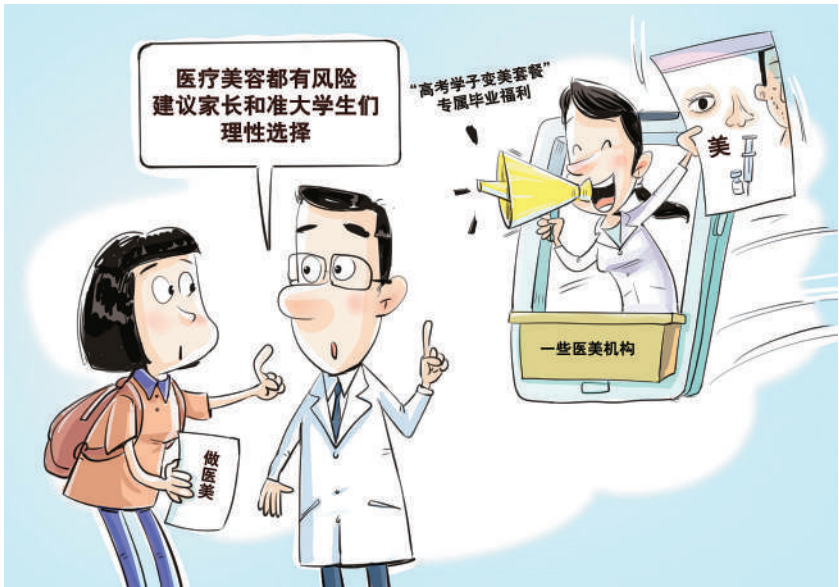
2023年2月、6月，王萌在离家更近的哈尔滨美通汽车销售服务有限公司（以下简称“美通公司”，同属广汇汽车旗下）给车做了两次保养。2023年11月，她再去预约车辆保养时，却被美通公司告知“做不了”。

随后，她与销售此套餐的奇通公司交涉，对方销售人员赠送了两次基础保养，并在“广汇汽车双保无忧服务合同变更确认书”上，手写补充条款：“车主可在同城店内享受保养套餐，保养需提前一天告知。”

今年3月，王萌想给车预约保养，但拨打奇通公司的固定电话始终无人接听。她上网一查发现，奇通公司好像“跑路”了。有人在网上发文，说联系不上奇通公司。

王萌联系当时的销售人员，“我发现他的（微信）名称已经改了，他说这个公司拖欠他们工资快半年了”。

消费者赵鹏也遇到类似问题。2022年9月，赵鹏在哈尔滨购买了一辆雪佛



视觉中国供图

“相较之前，现在一些年轻人对医美项目的认知更明确，也更执着。”原中国人民武装警察部队总医院美容中心主任石俊坦言，他接诊过的求诊者中，最小的只有13岁，“她们之中一些人特别想做某个项目时很坚决，往往很难劝阻”。

汪宣函记得，当时面诊的这家美容机构的医生一再承诺“效果会很好”“会变得很好看”。当她躺上手术台后，那位医生却突然改口：“可能只能做成内双。”这与汪宣函的预期不符。她当即从手术台起身，要求退费，然后重新寻找美容机构。几经周折，汪宣函选择了另一家美容机构。今年7月10日，手术后的她拥有了自己理想中的“双眼皮”。

今年读大三的毛贞言，则经历过一次失败的双眼皮手术。她告诉记者，自己的眼睛是内双，每次化妆都要靠双眼皮贴、假睫毛。“为了让眼睛‘看起来大一点’，当年高考结束后，她瞒着父母，拉着朋友走进了一家医美机构。

5600元的费用、打麻药时的剧痛、补针后清晰的痛感、拆线时的煎熬……毛贞言经历了一番痛苦折磨，最终手术效果却不尽如人意，“只有在特定角度才显一点外双，平视时仍是内双”。让毛贞言不适的是，申请退款时，机构要求她签订协议，禁止在平台发布“避雷帖”，否则需承担赔偿责任。

一些医美机构将青少年视为重要客源

“医美行业存在不少陷阱，不是行内人，很难完全避开。”石俊的一番话，道出青少年医美热潮背后的隐忧。

近年来，国家监管部门对医美行业非法执业案件查处量持续攀升，部分机构为招揽未成年消费者，想出各种规避监管的办法，“先签约后补监护人同意

书”“分期付款诱导消费”等手段屡见不鲜，使用伪劣材料、无证经营、虚假宣传等问题时有发生。

北京市某医美机构咨询设计师李微表示：“一些医美机构将青少年视为重要客源，推出‘毕业季特惠’‘学生分期免息’等各种营销活动，在一定程度上刺激了非理性消费。”

值得注意的是，《医疗美容服务管理办法》明确规定，未经监护人同意，不得为无行为能力或者限制行为能力人实施医疗美容项目。

李微在医美行业工作8年。她透露，市面上有不正规的工作室甚至采取伪造店家录音等方式“走过场”，“为的就是接单”。她说：“青少年心智不成熟，很容易受销售话术打动，用行业内的话来说，这些人‘优质客户’。有些机构在利益驱使下进行违规操作。”

今年暑假，李微接待了一位来自边远地区的家长。她的孩子13岁，热爱舞蹈，家长希望通过医美让孩子五官更精致，能为报考舞蹈学院“加分”。“我多次劝阻，但家



2023年5月25日，在四川成都某医疗美容机构，工作人员对宣传资料进行检查。视觉中国供图



2024年10月10日，安徽省阜阳市阜南县卫生执法人员、公安民警和市场监管执法人员对某生活美容机构进行检查。视觉中国供图

他们买的汽车保养套餐咋成“跑路套餐”



别克App显示，位于哈尔滨广汇汽车园内的“哈尔滨奇通”为“授权经销商”。

中青报·中青网记者 杨 雷/摄



9月12日下午，几名工人正在奇通公司原址清理建筑垃圾。一辆货车上堆着成捆的纸质票据，上面“哈尔滨奇通汽车销售服务有限公司”的字样清晰可见。

中青报·中青网记者 杨 雷/摄



王萌与奇通公司签订的“广汇汽车双保无忧服务合同变更确认书”。

受访者供图

“授权经销商”标识。经过地址比对，别克App中的“哈尔滨奇通”就是王萌购买保养套餐的奇通公司。

赵鹏同样感到不解。他说，自己此前的保养，都是通过雪佛兰App预约的。预约记录截图上清楚显示了公司名称“哈尔滨美通汽车销售有限公司”。

“我信任雪佛兰的‘选品’，才在美通购买保养套餐，现在出问题了，品牌方却说‘和总公司无关’，这合理吗？”赵鹏说。

中青报·中青网记者分别拨打了别克和雪佛兰的客服电话。别克客服表示，经销商是独立经营主体，和品牌方只是授权与被授权的关系，财务、经营都独立。“双保无忧”是经销商自己卖的产品，该由经销商负责服务或退款，别克公司对此并不知情。别克客服补充道，奇通公司已于2024年12月16日终止与别克的合作。

雪佛兰客服表示，哈尔滨美通汽车贸易有限责任公司早已不是合作方，“这个（退款）是要他（指经销商——记者注）自己处理，我给你处理不了。”

中青报·中青网记者了解到，不少汽车品牌要求“只有在官方授权的4S店做保养，才能享受整车质保政策”。别克客服明确表示，如果在非官方授权4S店保养，出现问题，他们不負責任。

长听不进去，只好找整形医院的专家对孩子进行面诊。专家不建议手术，家长才最终放弃。”

“对前来咨询的求美者，我建议她们要选择正规机构，听取专业人员的意见，这才是对自己负责。”李微说。

面对青少年的医美需求，石俊认为，要综合判断，既要避免由于青少年求美者认知不健全产生不良后果，也要理解有些需求的正当性，在特定情况下加以考虑。“如果手术能帮助孩子缓解心理问题，我们会以更开放的心态评估手术的必要性。”

他曾接诊过一名初中女生。孩子母亲提出手术时，石俊多次劝阻，建议“等孩子长大再说”。那位母亲随后发来一张照片，女孩的胳膊处有伤疤。

原来，这个女孩先天性上睑下垂，眼睛无法完全睁开，9岁时曾做过一次矫正手术，但效果不佳。女孩因外貌自卑，甚至出现自残行为。

手术成功后，石俊从那位母亲口中得知，“孩子以前从不在朋友圈发照片，现在经常发了”。

石俊强调，为未成年人做医美，必须经过严格的心理评估并与其家长沟通，而不是盲目满足其诉求。“一定要征得监护人同意。这不是医院自设的门槛，而是医疗规范的基本要求。”

以健康、自信为美，追求“更好的自己”

如今，很多年轻人看重容貌，自拍要经过精修才能发布，视频离不开美颜滤镜。2023年，华南师范大学文学院编辑出版学系2020级学生针对大学生容貌等话题展开调研，结果显示，七成以上大学生为改善容貌做过努力，其中女生比男生更容易受到容貌困扰。

在北京从事心理咨询工作的林建婷认为，当前亟须加强青少年美育教育，帮助他们建立多元、健康的审美观念。“美不该只有一种标准，自信、健康、阳光是美的重要内涵。”

针对青少年医美消费，多部门启动相

关规范工作，加强行业监管，严厉打击非法行医和违规操作。

2023年6月1日起施行的《北京市未成年人保护条例》规定，未经未成年人的父母或者其他监护人同意，不得向未成年人提供医疗美容服务。今年5月，中国整形美容协会发布《医疗美容从业人员执业规范》，提出不得引导未成年人接受医疗美容服务。同月，国家市场监督管理总局发布《医疗美容广告工作指南》，对制造容貌焦虑、针对未成年人的医疗美容广告及含有绝对化用语的医疗广告等，明确了法律适用依据。这些举措为整治行业乱象、守护青少年健康成长提供有力保障。

“年轻人做医美前要保持理性，多咨询正规医院的医生。”石俊提醒说，要警惕“唯材料论”“唯新论”，“材料不是越贵越好，技术也不是越新越好，经典项目经过时间验证，往往比炒作的新材料更可靠”。

他表示，医美不是简单的消费行为，而是可能引发并发症的医疗行为，“医美并非只有好的一面，还伴随着风险，如瘢痕遗留增生、神经血管损伤、术区感染，严重的导致失明甚至威胁生命等情况都有可能出现”。

今年7月，中国医学科学院整形外科医院主任医师王永前在国家卫生健康委发布会上表示，未成年人生理尚未发育成熟，审美观仍在形成中，会随年龄增长和社会环境的变化而改变，容易受到外界宣传的影响，盲目追求不切实际的美容效果。

王永前指出，未成年人对手术风险的心理承受能力较弱，一旦手术未达到预期效果，容易造成心理创伤。因此，家长要做好教育引导，帮助孩子建立正确的审美观，形成健康自然的审美追求，“同时要告知未成年人及监护人手术的风险”。

石俊认为，青春期年轻人为了追求“更好的自己”本无可厚非，但医美并非解决问题的唯一方式。他建议引导青少年树立健康审美观念、规范医美消费行为，家庭、学校和社会多方共同努力，帮助青少年在追求美的道路上，走得更加稳健、安全。

（应受访者要求，余默默、汪宣函、毛贞言、李微为化名）

中青报·中青网记者
刘胤衡

开学季来临，一些医美机构打出“凭学生证做双眼皮享八折”“大学生隆鼻按高考成绩1分抵1元”等广告，招揽青少年。值得警惕的是，当下医美行业存在不少乱象，消费陷阱与违规操作频现，“免费承诺”“私下服务”等套路屡见不鲜。

2023年4月，在北京工作的陆露（化名）被一家美容机构的促销活动吸引：如果能成为其品牌形象代言人，完成36次美容打卡，13780元“诚意金”则全额退还。抱着对“免费美容”的期待，陆露与该机构签订协议并付了款，没想到，为了这个“优惠”活动竟打了一场耗时近一年的官司。

“刚开始预约很顺利，前3个月完成了12次服务。但从2023年8月开始，机构突然变了脸。”陆露说，她先后近20次通过微信预约服务，却屡被工作人员以“美容师请假”“仪器检修”“预约已满”等理由拒绝。有时好不容易预约成功，到店后又被临时告知“无法提供服务”，只能改期。

直到2024年4月协议到期，陆露的打卡次数停留在35次，第一次未能完成约定。当陆露要求退还“诚意金”时，美容机构以“未达标”为由拒绝退款。

“他们明明是故意不让我完成打卡，却把责任推到我身上。”于是，陆露将美容机构诉至北京市丰台区人民法院，她提交的微信聊天记录清晰显示了多次被拒绝预约的过程。

丰台区法院审理认为，双方签订的协议合法有效，美容机构以“不合理理由频繁拒绝、推迟服务，属于‘为自己利益不正当当地阻止退款条件成就’。根据《中华人民共和国民法典》第一百五十九条规定，应视为退款条件已成就。据此，法院判决美容机构全额退还陆露13780元“诚意金”。

“这类‘打卡返现’‘免费体验’促销活动，往往暗藏玄机。”该案主审法官表示，消费者享受服务次数越多，商家成本就越高，“免费服务”本就不符合商业逻辑。

法官解释称，商家通常利用消费者“贪小利”心理，以“全额退款”为诱饵吸引付款，再通过设置苛刻打卡条件、恶意阻挠履约、模糊合同条款等方式，规避退款义务。“一些消费者被‘全额退款’承诺吸引，忽视了留存证据，一旦发生纠纷，维权难度增大。”

北京市民金薇（化名）因轻信“低价医美”，付出代价。2023年6月，她在某美容诊所做光子嫩肤时，认识了该诊所李医生。得知金薇想做水光针注射，李医生提出“可以在家服务，价格比在诊所做便宜三成”。金薇同意了这一“私下交易”。

2023年8月9日，金薇来到李医生家中接受注射。“全程蒙着眼睛，只听他说用的是胶原蛋白，还是药厂赠送的‘新药’。”金薇说，注射后不久，自己就出现发烧、面部剧痛等症状，就医后被诊断为“炎症肉芽肿”，需要服用激素药物治疗。

然而，近3个月的治疗并未缓解症状。金薇的面部出现增生、瘢痕，引发内分泌紊乱等并发症，导致无法正常工作。

经司法鉴定，金薇的损伤构成十级伤残。她将李医生及其所属美容诊所诉至北京市朝阳区人民法院，要求赔偿医疗费、误工费等各项损失。

庭审中，李医生辩称自己使用的是“正规二类医疗器械”，不存在过错；美容诊所则表示，此次服务发生在李医生家中，药品非诊所提供，与诊所无关。

法院经审理查明，李医生未按照注册的执业地点（某美容诊所）开展医疗活动，且其注射的胶原蛋白“来源不明”，无法提供合法合规的产品证明材料。

据此，法院认定李医生违规操作导致金薇伤残，判决其赔偿金薇医疗费、残疾赔偿金、精神损害抚慰金等共计23万余元；因无证据证明美容诊所所参与此次服务，驳回金薇对诊所的诉求。

“医疗美容不是‘家常便饭’，必须在正规医疗机构由持证医师操作。”本案主审法官说，医美服务具有高度专业性和风险性，涉及注射类、侵入性的项目均属于医疗行为，须遵守严格的诊疗规范。“私下提供医美服务，不仅产品来源无法保障，操作环境也不符合卫生标准，极易引发感染、过敏甚至伤残等严重后果。”

2025年6月，浙江省宁波市消费者权益保护委员会发布消费提示：谨防医美机构为赶“暑期档”或推销项目，对相关药品、器械的“超适应症使用”风险轻描淡写，要求医美机构提供具体使用部位和详细风险评估说明（如神经损伤概率、恢复期等）、替代治疗方案；谨慎购买大额预付卡，充分评估自身需求和经济能力，看清退费规则。

北京市朝阳区人民法院法官提醒，医美医师必须严格遵守相关技术操作规范，在注册医疗卫生机构中按照注册的执业类别和执业范围开展诊疗活动。医师违法违规私自开展医疗美容服务，提供医疗美容服务，造成消费者损害的，应当承担相应赔偿责任。消费者需防范“美丽陷阱”，在接受医疗美容服务时，要谨慎选择正规、合法的医美机构与持证医师，切勿轻信非法宣传、贪图便宜而损害自身权益。

医美「免费打卡」「私下服务」藏风险
法官提醒：爱美者谨防「美丽陷阱」