

鼓吹“18岁后就得起抗衰”

贩卖容貌焦虑年龄焦虑

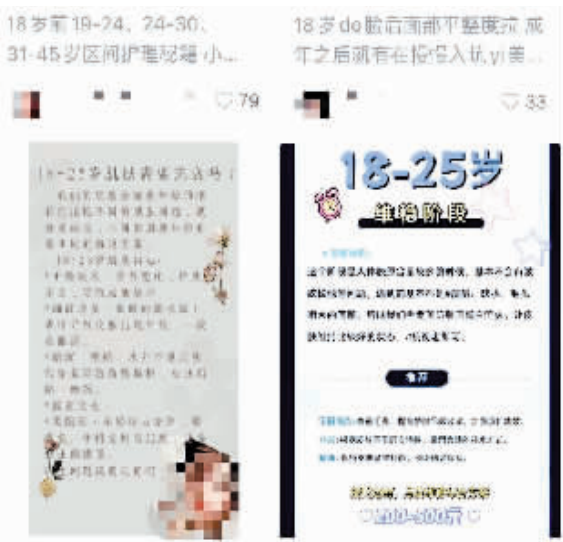
以低价引流年轻人到店

再用话术推销高价项目

警惕

是谁在忽悠年轻人抗衰？

随着医美行业的火爆，不少年轻人都愿意为美买单。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。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。

贩卖容貌焦虑
向在校生鼓吹“抗衰越早越好”

“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。

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，人18岁之后就就要开始衰老，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”……

《中国医美行业2023年度洞悉报告》显示，受访的医美潜在消费人群平均年龄为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。

动辄几千上万
做完没变化脸倒疼了半个月

“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，北京西城区24岁的赵婷深以为然，立刻在某线上购物软件上选了家医美机构，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，店员反复向我强调18岁之后人就会衰老，因此抗衰越早越好。”赵婷告诉记者。在店员不断的攻势下，赵婷当即花了几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，现在按压下颌上方，还有明显痛感。

回忆起当时，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。”

医疗美容广告
竟宣称“18岁后就就要抗初老”

近日，记者向多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？有黑眼圈应该早睡觉、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。

先用低价促销
再用话术诱导年轻顾客下单

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。25岁的张芸就是其中一员。

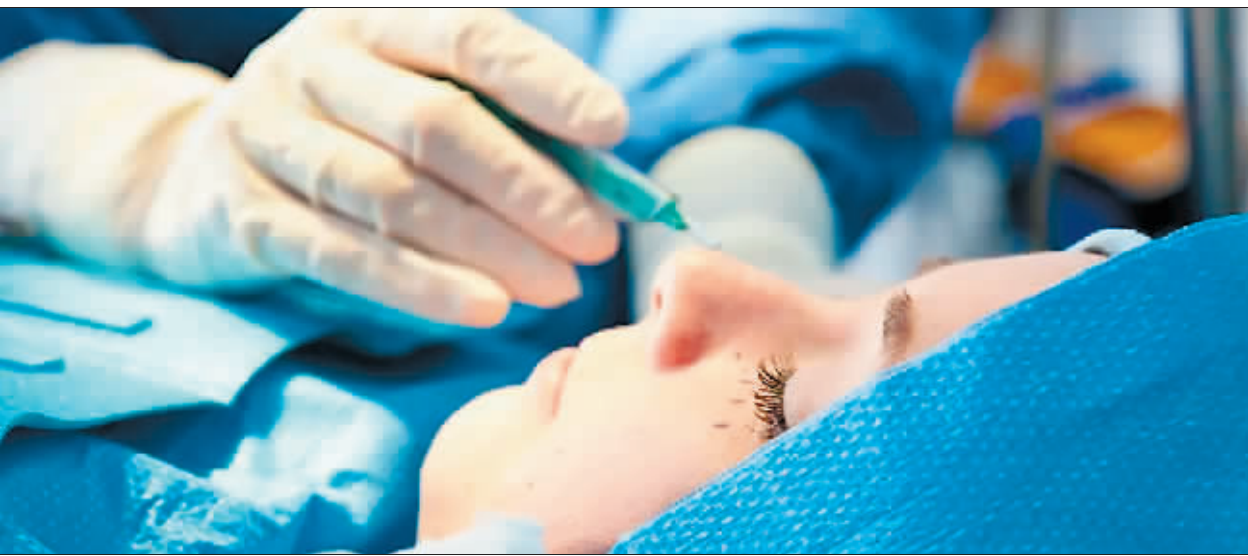
“我在社交软件上看到记者北京市朝阳区的这家医疗美容医院的促销活动，价格很吸引人，七八个项目加在一起共99元，平均每个才十几元，就按照说明付费并在开始消费的第一天到店消费。”张芸告诉记者，“店员给了我一张优惠价目表，说今天来消费套餐还有这些‘有力优惠’，建议我不要错过。然后就开始指导我阅读优惠价目表上的各种项目。”张芸介绍，因其是敏感皮肤，她曾认为自己并不适宜做医美项目，本次消费原本只是想“薅羊毛”，最终羊毛没薅成，反而贡献了业务量。“店员告诉我优惠机会只有一次，优惠价目表上的价格仅当场在店消费享有，‘这价格是真心优惠，错过太可惜了，还要再等一年’‘这些都适合敏感皮肤，现在起步对你不算晚’。最终，我花了3000多元办了两种项目。”

“低价促销吸引的大多是在校学生，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。

购物平台上引流
再推销各种其他医美项目

记者近日在第三方投诉平台以“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，却向其推销各种其他医美项目。“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，“现在我很后悔，商家通过低价引流的手段把消费者吸引过来，再诱导我办卡充值。”

“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。”北京市律通律师事务所高级合伙人郑中臣说。（文中林雅 赵婷 张芸为化名）据《法治日报》报道



延伸

20多岁年轻人过度抗衰不可取

“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在医美机构的忽悠下、对衰老抵触进而产生焦虑情绪，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。

广东环球经纬律师事务所律师方梓楠认为，“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《医疗美容广告执业指南》等内含的价值导向是相悖的。”

相关专家建议，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。