

低龄医美整形 美了谁？坑了谁？

14岁开双眼皮，16岁隆鼻……近年来，医美整形出现低龄化趋势。“新华视点”记者在多个社交平台搜索发现，医美话题在青少年群体中热度很高，“学生专属优惠”“明星医生一对一面诊”等帖文随处可见，双眼皮、隆鼻、瘦脸针被不少年轻人戏称为“开学三件套”。

青少年医美热缘何兴起？尚未发育成熟的未成年人医美整形有没有风险？记者就此展开调研。

有未成年人照着网红照片整容

8月的一个工作日，记者来到中国医学科学院整形外科医院面颈整形科门诊。开诊不到两小时，候诊区已坐着好几名“准大学生”。主任医师王太玲告诉记者：“近两个月里，门诊接待的大约一半是刚刚高考完的学生。”

不仅人数增多，年龄也越来越小。“十四五岁的初中生、高中生来咨询整形的也不在少数。”安徽省铜陵市人民医院医学美容中心副主任姜新说。

安徽某三甲医院数据显示，近一年内，该院18岁以下医美就诊者达732人，约占总人数的五分之一。

青少年医美整形的项目也越来越多。从祛痣、祛痘等基础皮肤项目，到开眼角、假体隆鼻等创伤性手术，都有人尝试。

值得注意的是，网红审美和AI修图正在影响年轻人的审美认知。记者从部分医美整形机构了解到，有的孩子拿着网红照片来，要求照着复刻自己的五官；还有的用AI给自己的照片“整”一遍，拿着效果图来要求照着整。

未成年人医美整形的健康风险不容小觑。专家提醒，青少年面部骨骼、软组织尚未发育完成，过早整形会打乱面部自然发育节奏，导致后期五官比例失衡；一

些手术形成的瘢痕、组织粘连还可能约束面部软组织正常生长，带来长期不适，甚至可能造成终身后遗症。

2024年，青岛市民刘女士带16岁的女儿在某医美机构做了双眼皮手术，术后一年眼皮“打回原形”，基本恢复为单眼皮。2026年4月，刘女士再次带女儿进行二次修复，不料20多天后，孩子双眼眼尾竟各长出一条“小尾巴”，手术再度失败。

王太玲说，更让人担忧的是，一些医美机构其实根本没有相关资质，从业人员也不具备医师执业证书，违规开展眼鼻整形、注射微整形等项目，安全隐患更大。

除了健康风险，心理危害也不容忽视。“青少年审美认知尚不稳定，心智未完全成熟，过早沉迷外貌变美，可能会将个人价值、未来发展与容貌简单捆绑，滋生心理落差、容貌焦虑。”姜新说。

谁在推波助澜

记者采访发现，青少年医美热，是由消费心理、网络传播、宣传营销等多重因素造成的。

——医美机构营销精准“下刀”，专挑青少年软肋。

有的机构把割双眼皮、隆鼻等医美项目包装成“毕业礼物”“成人礼”，且往往宣传“无痕”“极速恢复”“零风险”。

“‘无痕’‘极速恢复’‘零风险’，听着诱人，其实是误导。”浙江大学医学院附属第二医院整形外科主任易成刚说，微创不代表不留疤，恢复快慢因人而异，面部手术存在感染、形态不对称、假体移位等风险。

《医疗美容服务管理办法》规定，执业医师对就医者实施治疗前，必须向就医者本人或亲属书面告知治疗的适应症、禁忌症、医疗风险和注意事项等，并取得就医者本人或监护人的签字同意。但现实中，部分医美整形机构不仅没有依规履行术前告知义务，反而以夸大宣传诱导青少年。

为抢占学生市场，一些医美机构推出所谓学生专属折扣、多人同行优惠等，先把人吸引过来，面诊时再以种种理由加价。

——平台算法投喂，制造容貌焦虑。

记者梳理发现，平台算法推送的

“美”几乎高度一致：双眼皮、高鼻梁、卧蚕眉、下颌线清晰……这种“美的模板”被无限复制传播，容易导致未成年人形成审美思维定式。

清华大学新闻与传播学院副教授陆洪磊说，长期泡在“网红脸”这类内容里，青少年容易把经过美化的“标准脸”当成正常审美，越看越觉得自己“不好看”。

专家表示，一些不良医美机构抓住这种焦虑，通过短视频、图文、直播等形式渗透，青少年辨别能力弱，很容易被误导。“一些平台上传播的网红图片有AI渲染的痕迹，给人造成变美很容易的错觉，好像动刀就能换张脸。”王太玲说。

——审美观引导缺位，家庭教育不可忽视。

记者调研了解到，在一些社交平台上，“变美”被包装成高回报的“人生投资”，一些家长主动要求给孩子整形。

江苏女孩晓晓今年高考完，在上海一家医美机构做了肋软骨隆鼻。“母亲觉得我的鼻梁不够立体。她觉得，形象好会给社交加分。”晓晓说。

一些青少年会把人生中的困境和挫折归结为长相不好，从而产生做医美的念头，有的甚至“逼”家长就范。北京某三甲医院整形外科主任医师告诉记者，有的青少年以“不做手术就不上学”要求家长带自己来做医美。



AI制图

青春的模样不该千篇一律

去年9月，国家卫健委郑重提醒：不建议未成年人做医美，未成年人生理发育没有成熟，审美观还处于形成阶段，易受外界宣传等因素的影响，过早医美容易造成身体和心理的创伤，也容易出现效果与预期不一样的情况。

去年5月，国家市场监督管理总局发布《医疗美容广告监管工作指南》，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。

一些地方也通过制定各类规范性文件，加强对未成年人医美的监管。上海、四川、宁夏、湖南、江苏等地均规定：未经未成年人父母或其他监护人同意，医疗卫生机构不得向未成年人提供医疗美容服务。今年4月，北京市朝阳区市场监督管理局发布《医疗美容行业广告宣传合规指引》，明确规定，禁止在中小学校、幼儿园内开展医疗美容广告活动，禁止在针对未成年人的网站、网页、互联网应用程序、公众号等互联网媒介上发布医疗美容广告。

青少年盲目医美，不能只靠孩子自己“长记性”。受访专家表示，破解这一问题需要家庭、平台、监管部门等多方协同。

家庭要把好第一道关。易成刚认为，家长应当学会倾听孩子对美的心理诉求，做好沟通引导，帮助其树立健康审美观念；不宜将医美当作升学、高考的奖励。要多鼓励孩子发掘自身相貌之外的闪光点，明白个体价值不依附于外貌。

平台要把好内容关。陆洪磊认为，社交平台应严格落实资质审核，强化内容治理，利用人工智能技术识别有害信息，自动拦截“零风险”“无痕修复”等夸大宣传话术，及时处置违规账号，净化医美舆论环境。

此外，要加强科普，引导健康审美。专家建议，通过线上短视频科普、线下宣讲等多种渠道，普及各类医美项目的适应症、手术风险与远期后遗症，如实告知未成年人及家长过早整形潜藏的各类隐患。

专家呼吁，学校、家庭携手，让更多青少年明白，美从来没有标准答案。青春之所以动人，恰恰在于它的不完美和无限可能。青春之美，不应被一张“标准脸”定义。

新华社“新华视点”
记者 戴威、余佩璇、黄筱