

谁在制造容貌焦虑？

最近，“服美役”一词在以小红书为首的社交平台，被越来越多的人讨论。

顾名思义，“服美役”是指把被迫花大量金钱和时间去追求美貌的现象，看作是一种“劳役”。

爱美，是人类的天性，本应让人感受到追求美带来的愉悦与获得感，为何却被赋予了“役”的负面情绪？这在一定程度上反映出容貌焦虑催生出的纠结与精神内耗。

智联招聘发布的《2022 中国女性职场现状调查报告》显示，拥有“容貌焦虑”的职场女性总占比达 61.5%。这反映了对自身容貌的焦虑已不是个别心理，而是成为一种无法回避的社会文化现象。容貌焦虑从何而来？我们又该如何脱掉“焦虑”的外衣，真正拥抱自由的灵魂？

一

美，不应是枷锁，追求美更不应成为一种“劳役”般的苦差。

但如今，外界对人的外貌要求似乎越来越高，“长得好看”“身材苗条”“会化妆打扮”，越来越成为评判一个人的重要外在指标。“以貌取人”这一原本被批评的行为，却在隐形之中大行其道。

这导致了一部分容貌普通和对美貌追求并不执着的人，在外界环境的影响下，开始被迫提升自己的颜值，并产生了种种焦虑。梳理下来，人们对外貌的焦虑主要有以下几种体现形式：

理想与现实的左右为难。我们经常希望借助化妆、健身、医美、穿衣打扮等手段让自己变得更美一点，但是理想与现实往往让人左右为难。想买喜欢的化妆品和衣服，有时候会发现自己囊中羞涩；想去健身，办理的健身年卡用了寥寥几次，就无法坚持；想要苗条的身材，却又抵挡不住美食的诱惑；想医美，但是又害怕手术风险……在这个过程中，焦虑便开始蔓延。

行为上的前后矛盾。在是否变美之间，我们的行为往往前后矛盾。既吐槽化妆需要花费的时间和精力，又不能接受自己真的就素颜朝天去面对别人；表面说着“与素颜和解”，要摆脱美对我们的绑架，却又认真 P 图，享受着发自拍后社交平台上的评论和点赞。这种行为上的前后矛盾，往往是因为我们在追求个人舒适和他人认同之间出现了摇摆。

精神上的自我否定。是否变美，本应是每个人可以自由选择的权利，但如今，很多人却因为自己“不够美”，陷入了自我否定的沼泽。比如，减肥时点了一份美味的外卖，吃完后就非常后悔，认为自己贪吃，自控能力差；比如看到别人化着精致的妆容，往往陷入自卑，并反思自己没有化妆是不是太懒惰，或者认为自己太笨导致化妆技术太差……

在长久的自我否定与自我怀疑中，也让自己变得越来越自卑。甚至，部分人还出现了“幻丑症”，格外关注自己的外表，总看自己不顺眼，哪怕外貌并不存在或仅有轻微瑕疵，却总是容易想象和夸大自身缺陷，并由此陷入了痛苦的精神内耗。

二

“窈窕淑女，君子好逑。”但值得注意的是，我们应分清楚在追寻美的过程中，究竟是满足于追求更美好的自己所产生的内心幸福驱动，还是不想比别人差，而带来的外界的焦虑驱动。

如今，容貌焦虑似乎无处不在，绑架着我们的生活。那么焦虑到底来自何处？今天，就让我们一起来探索容貌焦虑背后的生成机制。

美貌的溢价效应。深究容貌焦虑最底层的逻辑，就会发现是因为美貌有一定的溢价效应。美貌溢价来源于一项调查统计，劳动经济学家丹尼尔·哈默迈什发现，颜值高的人，往往比颜值低的人拥有更高的收入和更多的发展机会。

网红经济的流行，让美貌的溢价效应变得更加明显。面容姣好的素人，或许会因偶然因素一炮而红，从此实现财富自由走上人生巅峰，这也在无形中给人一种容貌至上的错觉，加重了人们的容貌焦虑。

消费主义的诱导。在当前的消费文化中，特定的女性形象在大量的广告、刊物、影视作品中广为流传，“主宰”了女性对身体的理解。各种塑造美好女性的形象的广告，往往最终指向一点——只要愿意且足够努力，身体的缺陷和不如意可以通过整形、化妆、健身等手段来改变。

在商家的极力洗脑下，有人觉得自己肤色不够白皙，于是购买美白面膜；有人觉得自己身材不

够苗条，于是每天吃减脂餐……长此以往，消费主义所描绘的“美好形象”并没有给人带来自信，反而加重了人们的焦虑。

互联网舆论的裹挟。随着科技的发展，社交媒体的话语权逐渐增大，对审美风尚有着不可忽略的影响力。然而在“颜值即是正义”的当下，互联网舆论环境，对美貌有着近乎苛刻的要求。

比如，一些“毒鸡汤”的无形洗脑，让女性加深了对美貌的执念，一方面流行着很多诸如“女生化妆是最基本的礼仪”“我负责貌美如花，你负责赚钱养家”的外貌价值观；另一方面，片面地把容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”关联，而把美貌与“高素质”“勤奋”“成功”关联。

三

重重焦虑下，我们如何才能拨云见日，真正地美出个性，活出自我？

大环境下，要营造宽松的美育氛围。审美观念，一直随着时代变化。唐朝，追求高脂肪饮食所带来的体态丰腴，“丰满”作为女性美的标准被赞颂。宋朝的美女则被要求是清雅文弱的，被要求“削肩、平胸、柳腰、纤足”。20 世纪 30 年代以后，随着经济的全球化，我们的审美也变得越来越开放多元。

社会文化环境对审美活动有重要影响，如今，随着我国经济社会的发展，越来越多的年轻人开始发现自己的“中华血脉”觉醒，我们也应趁机打造属于自己的审美话语权。比如可以通过电影、音乐、绘画、文学等多种艺术作品，倡导更具多样性、包容性、积极性的审美观念，塑造多元开放的中国新时代审美风貌。

数字经济时代，平台和企业要引领好审美风尚。审美风尚又称时尚。在某种程度上，时尚体现了一个时期社会上多数人的生活追求和生活方式，并且形成整个社会的一种精神气氛。如今是数字经济时代，算法争夺着我们的注意力，也在无形中强势影响着我们的价值观。因此，平台要做好把关，对那些变态、病态的审美文化，要加以消解、引导。

重庆百君律师事务所合伙人曹廷婷认为，应当从立法的角度去改善网络舆论环境，减少容貌焦虑。比如 2022 年 3 月 1 日正式施行的《互联网信息服务算法推荐管理规定》，里面提到算法服务提供者应当坚持主流价值导向，积极传播正能量。

对企业要做好监管，坚决遏制不正之风。去年 7 月，重庆市市场监管局就印发了《医疗美容经营行为乱象专项整治行动方案的通知》，专门强调了医疗美容机构不得制造“容貌焦虑”。

个体层面，让美人因时而彰。每个人对美都有不同的感受、理解。如今，我们应如何处理好个体发展与对美追求的关系，从而告别容貌焦虑？可以从以下两个方面去思考：

对外审阅，学会看穿外界的伪装。看穿消费主义下贩卖的容貌焦虑，熟悉商家制造容貌焦虑的套路，或许能够让我们挣脱消费主义的捆绑。

向内审视，接纳最真实的自己。自信的来源，并不只是在于外貌与身材，而是在于坚持构造属于个人范式的美，让我们成为独一无二的自己。美貌会随着时间而改变，与其盲目追逐被他人定义的美，不如静下来感受美，只有这样，流逝的时间，才会变成值得回忆的瞬间。

容貌焦虑并非女性独有，如今不少男性也越来越在意自己的容貌，甚至变得焦虑。但我们应知道，美是辽阔的，顾盼生辉的神采是美，月色沉醉里的笑容是美，挥汗如雨的工作剪影也是美……不要因为世界的纷扰而焦虑，要记得，世界因你的独特而精彩，总有人懂得你的珍贵。

据上游新闻

相关新闻



医美低龄消费令人忧 未成年人整形当三思

日前，中国消费者协会发布消费提示，提醒广大家长及未成年消费者，理性看待医美需求。有法律界人士建议，“对于未成年人接受整形项目，有两个特殊性应被列入法律规范，一是纯美容目的整形手段应当原则性禁止，有条件例外；二是宣传和推广，应当避免使用未成年人进行宣传，包括一些在国外已经属于成年但是在中国仍属于未成年人的外籍代言人。”

正值暑期，不少未成年人选择进行医美整形，一些医美机构也把未成年人、大学生和准大学生当作重点对象，通过各种营销方式吸引他们的眼球。

近几年，医疗美容行业热度不减，医美不再只是“熟龄”人士的选择。根据医美平台新氧发布的《2022 年医美行业白皮书》显示，2022 年第一季度 20 岁以下的医美消费者占比达 11.12%，出现医美消费年龄前置等新现象。未成年人进行医美有哪些风险，又该如何进行安全保障？

未成年人也有容貌焦虑

容貌焦虑正在影响未成年群体。沫沫在网上发帖回忆，“初中的时候英语课学五官的单词，英语老师看到我的鼻子说，‘xxx has a big nose.’”，她觉得自己并没有因此讨厌老师，但“这么多年都会偶尔回忆起她的那句话”。小芥也分享了她的经历：初中时女生被男生取难听的绰号，整容后这种恶意也没有消失，甚至到毕业后再参加班级聚会，还会有同学直指她的改变，继续取笑。

小柯在 17 岁时开始接触医美，高三时做过双眼皮手术、玻尿酸注射等项目。“当时考试考得好，我妈问我有什么愿望，我说我想割双眼皮，后来爸妈共同出钱，我就去做了。”面对“为什么”的问题，小柯很坦然：“我从初中开始就贴双眼皮贴，每天都要贴，觉得双眼皮好看……当时觉得自己不够漂亮，不自信。”现在小柯已经 24 岁，随着自信心的增长和对医美项目认知的提升，她不再频繁动刀。

除了容貌焦虑外，未成年人还面临着新式营销的冲击。各色医美 App 将广告营销内容和素人整形案例混在一起，在首屏展示，配合免费的“模拟双眼皮”“AI 测肤质”等技术型测试项目，以及大量“新人特惠”“错过等一年”等销售手段，吸引年轻人的眼球。此外，部分广告以个人分享的形式出现在各大社交平台上，一些平台甚至成为虚假信息的重灾区。真真假假之间，未成年人很难辨别。

中国医学科学院整形外科医院整形外科副主任医师王克明认为，暑期学生做的医美项目治疗有两大类，一种是纯粹的美容手术，另一种是畸形治疗，例如去瘢痕、体表黑痣以及对上唇畸形、鼻畸形等的矫正整治等。相对来讲，目前未成年手术还是以畸形治疗为主。“未成年人做医美项目，很多时候是因为畸形影响孩子心理健康。这些未成年求美者平时没什么时间，只有放了假才有时间做手术”。

不可否认的是，未成年人医美项目有其存在的必要性。对于部分天生外貌有遗憾的孩子，医美项目能给他们带来适当的补救。有网友发文回忆：“初中同学因为小时候被开水烫伤留了疤，留了十多年半边脸的刘海。手术后才把刘海慢慢梳了上去……从一个小女孩走路跑步总是捂着脸上的头发，不参加集体表演、领奖状都低着头

不敢和人对视怕被看到‘烂脸’，到现在终于可以抬起头享受突然吹过的一阵风。”

未成年人医美应三思而行

未成年人身心发育尚未成熟，过早医美消费存在较大的安全隐患，须三思而后行。王克明不建议给未成年人做纯粹的美容手术。“从医学角度来说，未成年人还在生长阶段，发育处于非稳定状态，另外，比较大的手术项目，甚至有可能影响五官的生长发育。”他指出，医疗美容项目是锦上添花的事情。虽然也有未成年人在家长陪同下来咨询眼睛、鼻子等项目，但王克明指出，眼睛、鼻子手术恢复时间比较长，且涉及到多种选择方式，一般建议上大学后再做。

首都医科大学附属北京朝阳医院整形外科主任医师范巨峰指出，从医学上来讲，很多情况下未成年人不能做复杂的医美项目。“举个例子，如果 16 岁以前取了肋骨隆鼻的话，第一影响肋骨的发育，第二若隆鼻几年后鼻骨再次发育，可能会出现畸形和变形。”王克明也曾遇到过类似的求美者，“她年轻时候就做了拉皮手术，几年后状态不如预期，修复难度也较大。”

医疗美容行业涉及专业性、安全性、审美等多方面问题，即使是成年人也难免“踩坑”，未成年人的审美处于变化中，经济能力、信息筛选能力也较为薄弱，抵御医疗风险与经济风险的能力相比之下更为不足。

小柯在进行鼻综合手术时，就遭遇了“翻车”：“我当时没有寻求父母的帮助，甚至也没有告诉几个朋友。”她一个人前往医疗机构抽血、化验、手术，最后签下了 1.28 万元、共 24 期的分期付款协议。“当时年纪小，不是很懂维权。我去咨询的时候，医生就忽悠我做价格比较高的，第一次没做好，假体在鼻子里歪掉了，去找他们就告诉我我要等一段时间才能重新做，我不满意也没办法，结果一两年后我再去找，这家机构已经不在那儿了。”

日前，中国消费者协会发布消费提示，提醒广大家长及未成年消费者，理性看待医美需求。其中提到，未成年入就诊时应选择正规医疗机构，谨遵医嘱，如实填报年龄，并且遵照主诊医师从身体健康、正常发育角度给出的专业评估和合理建议。同时，家长及未成年消费者应在术前详细查看诊疗方案、合同内容及收费明细，并结合自身客观需求及身体发育情况与主诊医师详细沟通，全面知悉所做项目的各项内容以及风险性与禁忌症。对于某些不正规的医疗机构利用“平价医美”“1 元医美体验”等营销噱头招揽未成年消费者“入局”，推销各类项目及产品，并诱导其使用贷款平台借款或分期付款，消费者不要盲目听信此类医疗机构的话术，务必客观、理性做出抉择。

王克明表示，目前医疗美容机构数量不断增加，只要是正规的、有医疗资质的医院都可以去咨询，公立和私立机构都可以考虑，但是未成年人如果要做手术还要谨慎。“手术做不好的话，后期修复会带来很大负担，心理也会受到创伤，需要更长时间的心理恢复。”他强调，大部分问题最后归结下来就是医疗安全问题。

他建议消费者多咨询一些医生，充分说明自己的需求，多对比不同医生给出的方案，客观评价哪种治疗方案更符合预期，避免因为信息不透明

而盲目接受手术。“此外，消费者心理执念对手术方案与结果也有较大影响，比如消费者非要做不符合常规逻辑的手术项目，又选择了非正规的渠道，可能做完之后会发现根本不是想要的效果，再修复就很麻烦。”

为未成年人撑起法律保护伞

目前，我国法律法规对青少年开展医疗美容作出了相关规定，自 2002 年 5 月 1 日起施行的《医疗美容服务管理办法》第二十条指出“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”。地方性条例也包含了类似规定，2014 年广州市发布《广州市未成年人保护规定》，首先提出未成年人医美须经其法定监护人同意；2022 年《上海市未成年人保护条例》（修订草案）均明文规定，要求未经未成年人的父母或其他监护人同意，任何机构都不得向未成年人提供医疗美容服务，并制定了相应的处罚规定。

此外，市场监管总局于 2021 年 11 月发布的《医疗美容广告执法指南》明确，重点打击违背社会良好风尚，制造“容貌焦虑”，将容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”等负面评价因素做不当关联或者将容貌出众与“高素质”“勤奋”“成功”等积极评价因素做不当关联等情形。北京市卫健委会同市市场监管局于日前联合印发《北京市医疗美容服务合同（试行）》示范文本也强调，美容医疗机构“不得制造容貌焦虑”。

近几年，未成年医美问题也成为全国两会关注的一个重点。2020 年，全国人大代表廖华歌建议“除一些先天性的缺陷需要进行医疗性整容外，不允许青少年进行整容”。2022 年全国政协委员胡卫也在全国两会上提交了相关提案，建议“明令禁止对未满 18 岁的青少年进行非必要的医美手术”。

新修订的未成年人保护法（2021 年 6 月 1 日起施行）明确要求，要细化未成年医疗美容限制性规定。从地方到国家，逐步细化未成年医美限制性规定，加严规范医疗美容行业监管政策，加速了未成年人医疗美容监管法治化、常态化的进程。

上海瀛泰（临港新片区）律师事务所翁冠星律师介绍，从法律基本原理以及我国民法典的具体条文看，法律向来不鼓励青少年从事基于其本身智力和身体发育状况所能达到的理解力以外的事务，包括医美和整容。尽管当下的青少年对于客观社会和世界已经形成了初步的理解和认知，但其心智发育尚未完全成熟，容易受到宣传诱导，因此根据现有医学技术，法律应当对纯美容属性的整形及医美项目采取保守态度。

翁冠星认为，对于未成年人接受整形项目，有两个特殊性应被列入法律进行规范，一是纯美容目的的整形手段应当原则性禁止，有条件例外；二是宣传和推广，应当避免使用未成年人进行宣传，包括一些在国外已经属于成年但是在国内仍属于未成年人的外籍代言人。此外，翁冠星建议，在建设未成年人保护体系方面可以通过“建立针对青少年的医美和纯美容整形手段原则性禁止、限制条件例外的规制体系”“规范医美整形行业准入、从业标准和监管标准”“规范医美整形行业从业人员的准入、考核、培训及监管惩罚体系”等方式进行保护体系的构建。

（应采访者要求，文中被采访医美消费者为化名） 据中青网

