

非常视点

医美事故频发背后
“颜值焦虑”也需警惕

何勇海

近期，杭州一名33岁女网红进行抽脂手术后发生感染去世，引发舆论广泛关注。对身材不满意，做抽脂填充手术；为了显脸小，对耳朵和头顶动刀；担心秃头，花数万甚至十几万元植发……为何这么多年轻人存在颜值焦虑？那些为了变美而付出代价的年轻人用自身经历告诫人们：不要为了变美而失去自我，被美“绑架”有风险。

这名女网红的遭遇令人唏嘘不已。杭州市卫健委通报称，经专家评估，杭州这起医美手术是一起医疗事故，涉事医疗美容医院存在术前缺乏认识、术中操作不当、术后观察处理不及时等过错，与患者死亡存在因果关系，承担全部责任。

事实上，在杭州这名网红之前，已发生多起医美事故悲剧，要减少医美事故，除了规范医疗美容行业，打击医美“黑机构”，另一个问题同样值得反思：为何越来越多的年轻女孩甘愿忍受痛苦、冒着风险进行医美手术？在上述新闻中，一名曾注射瘦脸针的女孩表示，无论是职场上还是生活中，外形条件已经成为一项无形的“硬指标”，影响着人际关系和自我认知。她说，她曾被身边的男生调侃脸大、腿粗，这些看似开玩笑的评价让她变得不自信，看到身边狂轰滥炸的医美广告，她难免不心动。

换言之，是颜值焦虑让一些年轻人甘愿忍受痛苦、冒着风险进行医美手术的。要想改变这一现状，首先要对网络文化、娱乐节目、选美比赛、影视作品等领域片面的审美观念予以纠正。相关部门应规范引导相关平台、节目、比赛、作品等，不要过度鼓吹颜值巨大作用，更不能宣扬“只要长得好看就是人生赢家”等偏颇认识。当年轻人喜爱的载体充满“颜值崇拜”，他们长期耳濡目染，又怎么会迷失自我，丢掉自己的审美标准？

从长远计，还要为火热的“颜值经济”降温。比如，清理规范医美、健身等领域的广告宣传，禁止宣传类似于“颜值即正义”的话语。尤其是，鉴于目前美容整形低龄化，要禁止美容整形机构吸引、接待未成年人顾客，更不允许它们专门针对未成年人推出整容项目，对于违反禁令者予以严厉处罚。未成年人的身体处于生长发育阶段，容貌和骨骼等组织还未发育成熟，过早做整容外科手术不利于身心健康。

此外，让年轻人走出颜值焦虑，还要在他们的思想认识上下功夫。学校、家庭、妇联、共青团等要在相关场合向年轻人厘清，如今上学、就业、升职、婚恋并非真的是“颜值至上”，既看脸，更看人的思想品质、言行素养、性格特点、能力水平，颜值只能赢一时，实力才能赢一世。

要引导年轻人认识到，没有人是完美的，接纳自己的不完美，提升自我内涵，才是最要紧的。颜值焦虑的根本原因在于没有其他优势，让自己由内而外美起来，丰富而立体地美起来，才是真的美。

有网友说得好，人的美主要美在求真、向善，美在自尊、自信、自强、自立，过分的颜值焦虑反而会让自己丢掉这一切。而且，正如世界上没有两片相同的叶子，每个人都是独一无二的，拥有独特的美丽。

反馈

对App“反围猎”
用户大有可为

玫丽娜

读了贵报7月21日评论《对App围猎用户时间应依法“反围猎”》，深以为然。现在各类手机App总喜欢给用户发信息或者推出“优惠”活动，看似是福利，其实是一个越陷越深的陷阱，消费者耗时耗力，最后一无所获。

这些App运营方有意设置目标金额诱人、奖品丰厚的任务，吸引用户参加。用户误以为只要自己多刷刷视频、多拉人点赞或多走几步路，就能顺利完成领取奖品。可是当用户投入到App的游戏互动中就会发现，游戏任务难度越来越大、进度条也越变越慢，变成一个消磨时间的无底洞。

App用狡猾的手段收到了用户的时间，赚取了用户黏性，需要有明确的条文法规对App运营商的营销行为进行合理规范。除此之外，消费者也不能坐以待毙，应对App的“反围猎”，用户完全大有可为。

例如，在手机自带的消息通知设置中关闭某些App的提醒，避免在看手机时被突然弹出的消息打扰；也可以取消一些App的微信公众号，避免重复的广告推送和信息冗余。App收割用户的时间，也在不断试探人性的弱点，消费者还应及时警惕，避免成为商家的“猎物”。

本版邮箱

meiripinglun@vip.sina.com

众志成城打赢防汛救灾攻坚战

本报特约评论员

今日社评

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平7月21日对防汛救灾工作重要指示指出，近日，河南等地持续遭遇强降雨，郑州等城市发生严重内涝，一些河流出现超警水位，个别水库溃坝，造成重大人员伤亡和财产损失，防汛形势十分严峻。各级领导干部要始终把保障人民群众生命财产安全放在第一位，迅速组织力量防汛救灾，妥善安置受灾群众，严防次生灾害，最大限度减少人员伤亡和财产损失。（相关报道见03-05版）

大暴雨，特大暴雨，今年最大降雨，上百年来最强降雨……7月17日以来，河南省遭遇极端强降雨，中西部、西北部地区出现成片大暴雨，部分地区特大暴雨。极端强降雨导致多地道路、地铁等公共设施被淹，人员被困，郑州市区出现严重内涝。目前，洪灾已造成河南省25人死亡，7人失联。

暴雨洪水牵动全国，防汛救灾面临超乎寻常的挑战。越是险情当前，越需要团结一致、众志成城。河南暴雨灾情发生后，中部战区迅速启动应急预案，指挥战区驻豫部队、武警部队官兵和民兵

各级领导干部要深入一线靠前指挥，各级纪检监察机关要深入一线靠前监督。对防汛工作中的麻痹大意者要早发现、早提醒，对在指挥救灾中大搞形式主义、官僚主义者，要依纪依法严肃处理。坚决杜绝侵吞、挤占、挪用救灾物资，对发“灾难财”者须严肃执纪问责。越是紧要关头，越要亮明党纪国法“戒尺”，以严格监督压实责任，确保防汛救灾各项措施落实到位。

投入抢险救灾。应急管理部第一时间启动相关预案，调派河北、山西等多省消防救援水上救援专业队伍紧急驰援。水位齐腰、水流湍急，郑州市民手挽手“组团”过马路，喊着齐声号子……上下一心、风雨同舟，一定能有效应对暴雨灾害带来的严峻考验，最终打赢防汛救灾攻坚战。

灾难面前，人命最重。人民至上是人民立场的核心要义，也是防汛救灾的核心价值。坚持人民至上、生命至上，就是要坚决落实责任制，坚持预防预备和应急处置相结合，加强汛情监测，及时排查风险隐患，有力组织抢险救灾，妥善安置受灾群众，维护好生产生活秩序，确保“保障人民群众生命财产安全放在第一位”落到实处。

要坚持“防”“救”结合，把防范工作做实做足，切实加强雨情、灾情分析研判，做到险情早发现、早报告、早处置。各有关地区都要做好预案准备、队伍准备、物资准备、蓄滞洪区运用准备，宁可备而不用，不可用时无备。各地各部门要树立一盘棋思想，统筹好上下游、左右岸、干支流防汛，加强薄弱环节防范，形成强大工作合力。无论是防汛防汛还是救灾救援，都要增强风险意识，保持高度警觉，科学调配救援力量和救灾物资，才能尽最大努力把灾情损失降至最低。

各级领导干部要深入一线靠前指挥，各级纪检监察机关要深入一线靠前

纵深话题

阶段性减税降费政策退出后有什么影响

谭浩俊

出，且不是一性退出，而是有序退出、有退有留。积极的财政政策，仍然会在经济恢复、经济复苏、经济发展过程中发挥作用，且会根据经济发展需要，提出更具针对性的办法与举措。

疫情对经济的影响，已经在各项政策措施的共同作用下，降到了最低点。很多政策，包括金融、财税等方面的政策，都可以有序退出了。如果继续执行这样的政策，不仅银行、财政受不了，经济本身也受不了。因为过多的货币发行和政策扶持，会让市场出现货币泡沫、数据泡沫，从而对宏观经济决策产生不利影响，给经济可持续发展留下隐患。阶段性政策，只能阶段性使用，一旦经济步入恢复通道，能退出的政策就必须退出，否则就会弊大于利、危害大于成效。

就目前的实际情况来看，虽然疫情

给国内经济带来的影响已经降到最低。但是，全球疫情尚未得到有效控制，疫情对全球供应链、产业链带来的冲击不小。特别是一些发达国家采用大量发行货币方式恢复经济的做法，已经给通货膨胀提供了太多的弹药，输入性通胀压力会越来越来，大宗商品价格持续上涨的内在动力也会很强。

因此，在阶段性扶持政策，特别是减税降费、信贷支持、银行让利等政策有序退出之后，有些政策仍然有必要保留和延长。比如，对中小微企业的减税政策，不仅不能退出，还要依据实际情况变化，出台新的扶持政策。特别是近段时间以来，大宗商品价格持续上涨，给处于中下游的企业带来不小冲击，如果没有足够的政策支持帮助，一些企业可能就无法生存下去。正是基于经济社会发展的特殊需

要，以及目前世界经济存在各种不确定性因素，所以才迫切需要从政策出发，给予中小微企业更多的支持与帮助。

大宗商品价格不可能永远处于上涨阶段，一旦价格趋于稳定，市场需求也会随着大宗商品价格趋于稳定而走向平衡，市场商品价格也与大宗商品价格上涨相适应。在这之后，相关的政策就可以退出。这种临时性的、阶段性的政策，正体现了积极财政政策的特点，也体现了财政政策对促进经济发展的重要作用。

在国际经济环境发生重大变化、经济不确定性太强的大背景下，财政政策和货币政策都要有更强的灵活性。要善于依据市场形势变化，依据企业发展需要，适时调整政策，使政策的调整节奏能够跟上市场需求变化和企业发展变化，更好地对经济发展和企业运行等产生积极作用。

一种说法

禁炒“网红儿童”，关键是堵住监管漏洞

汪昌莲



做网络主播，晒孕照、验孕棒、医院产检书吸引眼球。2017年，某直播平台被媒体曝光有未成年人脱衣直播。一些家长乐当“啃小族”，将未成年子女打造成“小网红”，任由孩子们的隐私在网上“裸奔”。

一些家长和平台受利益驱使，让未成年人充当“儿童网红”，甚至让未成年人在直播过程中，传播“少儿不宜”的内容，以此吸粉生财，明显破坏了人的发育和成长规律，严重摧残了孩子们的身心健康。同时，将演艺

圈及网络直播平台一些浮躁心态，以及功利思维，过早地灌输给了孩子，甚至强加在孩子身上，这种拔苗助长的方式，势必会造成孩子畸形成长，可能会毁了孩子的一生。一些“儿童网红”的“恶示范”，在网络的传播作用下，可能会教坏更多的未成年网民。

2019年全国两会上，全国政协青联界别建议尽快出台未成年人网络保护条例，对未成年人担任网络主播作出明确的禁止性规定。2020年7月，国家网信办发布通知，

严厉打击直播、短视频网站平台存在的涉未成年人有害信息，严格排查后台“实名认证”制度，严禁未成年人担任主播上线直播。禁令发布后，涉及未成年人的自媒体内容，必然会受到更严格的监管。经历了一番乱象之后，如今国内许多大直播平台都不为16岁以下未成年人设置注册通道，但一些小平台上仍有未成年人出境直播。

可见，禁炒“网红儿童”，关键是堵住监管漏洞。应加快出台未成年人网络保护条例，将“严禁16岁以下未成年人出境直播”等条款纳入其中，从源头上明确禁止未成年人注册网络主播。同时，有关部门应该拿出一个果断强硬的管理措施，除了出台网络主播“禁令”之外，建立网络直播申报、审批制度，对审查通过的直播平台在播内容进行实时播控和跟踪管理，发现问题，及时查处。

此外，应对网络直播中的暴力、低俗、危险内容和不文明语言作出严格限制，将未成年人的“视界”限定在保护的范围内。特别要完善监管措施，建立网络主播实名制及信息共享“黑名单”体系，加大对制作、传播不良网络信息行为的惩处力度，不能放任主播传播非法视频，侵害他人尤其是未成年人的权益。 漫画/陈彬

借暴雨灾难营销不能“道歉”了事

张淳艺

雨只是风景”。在城市面临严峻的防汛抗灾形势，人民群众生命财产安全受到严重威胁的特殊时刻，这种冷血的“炫高”，显得那么不合时宜，缺乏起码的人文关怀。

城市地理位置有高低之分，这是客观事实，并不能成为其自恃高人一等，无视他人安危的资本。再者，在暴雨灾难面前，生活在这座城市的每个人都不是旁观者，没有谁可以置身之外。如果不是有关部门抓紧排涝，恢复水电、交通等基础设施，纵然“入住高地”，恐怕也没有心情赏风雨当风景。

类似“灾难营销”此前不乏先例。2018年9月16日，强台风“山竹”在广东台山沿海登陆，某车企在深圳举行的新车上市活动上，公然打出了“神同步！史上最强大台风，史上最强大SUV，今日狂飙上市”的宣传海报，引发一片质疑。今年6月8日，某服装品牌被曝使用有21人遇难的

甘肃白银越野赛公共安全事件图片做广告，被指不尊重事故遇难者和伤者，为了营销毫无底线。

以往“灾难营销”，大都以企业出面道歉、处罚工作人员了事。轻飘飘的道歉、象征性的“自罚三杯”，显然不足以树立企业的底线思维，才导致“灾难营销”闹剧不时上演。或许，在一些企业看来，无论是好名还是骂名，反正是出了名，广告营销的目的已经达到。要想从根本上遏制“灾难营销”，除了加强对企业的宣传引导外，更重要的是提高违法成本，倒逼企业恪守广告伦理。

《广告法》明确规定：广告不得妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚，违反规定的，“由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营

业执照，由广告审查机关撤销广告审查批准文件，一年内不受理其广告审查申请；对广告经营者、广告发布者，由市场监督管理部门没收广告费用，处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照”。

“灾难营销”不只是有悖公德，更属于违法行为，有关部门应依法对广告主、广告经营者、广告发布者予以处罚，既让当事人“吃一堑、长一智”，也能彰显法律权威，推动以案普法，对其他企业形成有力的震慑。



下载北京头条App
让现在告诉未来

主编/潘洪其 编辑/王涌 美编/司徒晓春 校对/武军