

民声焦点
inshengjiaodian

高考后微整形升温 盲目跟风不可取

“精灵耳”“漫画腿”“纯欲风”“建模脸”……当下,这些被医美商家制造出来的新概念,不仅成为不少求美者心心念念的高频词汇,也成为一些高中毕业生口中的热门话题。近年来,一些学生在经历了“十年寒窗磨一剑”后,选择走进医院再来场“颜值革命”,“割双眼皮”“打破尿酸”等创伤小、恢复快的医美整形项目成了这些低龄求美者的选择。

低龄求美者:拼颜值 提高竞争力

打开“小红书”“新氧”“更美”等平台,“我是怎么说服爸妈去做整容的”“学生党也适合的微整形”等字眼跃然“屏”上,各类整形医美营销笔记、宣传广告随处可见,其中不乏低龄求美者现身讨论。

“高考完我就去面诊,我真的迫不及待了,希望可以马上拥有一双大眼睛。”刚刚结束高考的沈敏(化名)告诉记者,因为自己是肿眼泡,从小就有些自卑,羡慕同学的大眼睛,特别是选择走艺考这条路后,自卑感更加强烈。“我的手术排在月底,我已经做了很多功课,就等着上手手术了,我是个很怕疼的人,但为了变美,我觉得一切都值得。”沈敏满怀期待地告诉记者,等自己眼睛恢复后,还要研究穿搭和妆造,也不排除继续进行一些注射类医美的可能。

高考后选择整容的远不止沈敏一人,记者了解到,“逆袭变美”“提高竞争力”是绝大多数年轻人选择医美的原因。

大二学生胡田(化名)刚在一家医美机构进行了玻尿酸填充术,她表示自己在高考后就开始接触医美,第一步就

是通过激光改善脸上的痘痘和痘印,还注射过肉毒素瘦脸,效果都不错,“颜值也是硬实力,外在形象也是提高核心竞争力的筹码”,她坦言,自己身边也有同学进行过医美,大家都在变美,自己也不能落后。

根据某互联网医美平台2021年发布的《中国医美行业白皮书》显示,中国医美消费者中,18岁~19岁的青少年占比达15.48%，“00后”的医美消费势头比“90后”更强,高考后的暑假正成为医美整形的高峰时段,越来越多的“准大学生”在经历了高考的第一次蜕变后,试图再凭借医美实现第二次华丽“转型”。

平台机构:制造“容貌焦虑” 低价揽客入场

急于求美,恰恰反映了“容貌焦虑”这一社会现象的日益扩张,在“容貌焦虑”的背后,究竟隐藏着怎样的营销套路?

“不仅要当学霸,还要当校花”“不好意思,我真的好美!”……“每次看过那些笔记和帖子后,我就会觉得自己哪哪都不好看,非常自卑。”大学生陈佳敏告诉记者,她和同学常常会在“小红书”上被“种草”一些医美项目,笔记发布者会分享自己所做的项目类型、价格、前后对比照,如果有心动的项目,就会到“新氧”上进一步了解相关资讯。

在“新氧”“更美”“悦美”等医美平台上,记者注意到,在众多医美机构的“种草帖”中,很少会提及各类手术的风险,重点营销“容貌焦虑”,输出单一审美观以及不健康的价值观,将颜值与个人能力、前途、择偶等挂钩。甚至还有不良商家打着“低价医美”的幌子,出售如“9.9元小气泡”“99元水光针”等超低价医美项目,吸引经济能力有限的年轻人和青少年入场。

并且,许多医美APP均有运用所谓的AI技术,对用户进行“颜值测试”“3D模拟整形”。记者通过“更美”APP的“测颜值”功能发现,该软件可以从“五官分析”“轮廓分析”“衰老分析”等方面对颜值进行全方位测评分析,还能模拟医美整形后的效果。在测评中,记者几乎全是缺陷,都需要通过

医美提升,这样的评价,让人很难不产生焦虑。

业内人士:保持理性 切忌跟风盲从

“都是职业写手,所谓的案例对比照也都是图库罢了。”从事医美行业多年的业内人士付女士告诉记者,许多平台上看似“现身说法”的真实体验笔记都是由医美机构通过营销团队雇佣写手写成,“写笔记也有套路,一般以第一人称为视角,重点写自己整形前后的心态对比,引起求美者的共情。”

付女士还透露,当求美者从线上平台来到线下机构之后,机构一般会先安排所谓的“美丽顾问”进行面诊,从面相学、美学、医学等方面夸大分析面部缺陷,制造“容貌焦虑”,引导求美者做更多、更贵的项目。

付女士告诉记者,近年来,越来越多刚成年的求美者光顾医美机构,甚至不乏未成年人前来咨询,这些低龄求美者的辨别力和判断力还不成熟,在受到线上线下的各种医美营销话术引导后,不自觉地放大了容貌所带来的差别待遇,追求“白瘦幼”等单一畸形审美,陷入“颜值即是正义”的误区。而各种网络平台的医美信息良莠不齐,很容易诱导年轻人盲目跟风,如果遇上无良机构或遭遇手术失败,带来的毁灭性打击将伴随一生。

“正规的医美机构技术都很成熟,我们也不能谈‘整’色变。”付女士认为,借助医疗手段提升自己的形象本身没有问题,关键在于有关部门应该大力清除、处罚那些夸大宣传,诱导诱导求美者的网络平台和不具备相应资质的无良从业者,社会和监护人也应加强对低龄求美者的正面引导,避免其陷入“容貌焦虑”误区。

同时,求美者也要保持理性,擦亮眼睛,选择正规安全的大型机构和公立三甲医院,“特别是年轻人,一定要三思而后行,不要盲目跟风,有不少年轻人一时‘上头’,执意做一些不适合自己的流行项目,流行趋势变化很快,等这股风过后往往后悔不当初。”付女士提醒道。

◎本报记者 肖颖婧

S 声音 hengyin

垃圾分类仍需持续推进

■邵爱霖

如今,众多小区内外公共场所的垃圾分类桶、柜及垃圾分类宣传栏和指示牌、提示语等标识清晰可见,促使垃圾分类悄然融入市民的生活,渐入人心,从“随手扔”变“随手分”,成了市民的文明时尚。

虽然垃圾分类渐入人心,但有业内人士坦言,由于种种客观原因,垃圾分类的效果并不理想,管理不够规范,从“要我分”转变到“我要分”意识尚未巩固,有些地方虽然搞分类回收,但只是粗放式的,尚未彻底落实垃圾分类。

垃圾因人而生,垃圾分类做得好不好,关键在于人。垃圾分类文明新时尚还需要全社会共同参与和大力推进,仍需民众的文明意识持续发力;需要加强宣传教育,普及垃圾分类等相关知识,提高民众环保意识,认清垃圾分类可变废为宝,减少对环境的破坏和污染;相关部门要进一步完善政策标准,规范民众分类投放行为;出台奖惩机制,强化监督管理,用经济和法律的手段规范垃圾分类,营造“垃圾分类人人有责”的浓厚氛围,使垃圾分类理念深入人心,让城市的生活更加美好,让民众的生活更有品质。



近日,通北街道漳州社区工作人员进社区宣传垃圾分类,倡导绿色生活方式。 本报记者 严洁 摄

网络求职警惕“馅饼”变“陷阱”

■杨玉龙

又到了一年毕业求职季,“钱多事少”“月入上万”“不限经验、不限技术”……一些网络招聘开始满天飞,这些宣传极有可能是不法分子精心编织“甜蜜陷阱”的诱饵。

从媒体报道来看,这类网络招聘求职骗局一般都有固定套路。犯罪分子招募业务员,“挂羊头卖狗肉”在网上发布虚假的高薪招聘信息;等求职者上当,前来参加面试后,犯罪分子会在面试现场装模作样问一些简单问题,然后以住宿押金、办证费、资料费等名义,向求职者收取钱财。而求职者,很可能找不到称心的工作。

因此,求职者当引起高度重视,增强防范。一方面,要选择正规的招聘网站选择职位,对一些不靠谱的招聘信息切莫盲从盲信;另一方面,对一些低门槛高收入的工作提高

防范意识,入职前要仔细了解公司情况、工作内容。同时,一旦发现违法犯罪行为,要注意自身保护,并及时和警方取得联系,维护好自身的合法权益。各有关部门应当强化对互联网招聘的治理。比如,对经营性人力资源服务机构从事网络招聘服务情况进行监督检查;加强网络招聘服务诚信体系建设,健全信用分级分类管理制度,完善守信激励和失信惩戒机制;加强部门间的合作,提高对网络招聘服务的监管时效和能力。

此外,据报道显示,这些利用网络招聘实施诈骗的犯罪团伙中,有一些人是由求职者变为诈骗人员的。主要是因为当事人意识淡薄,又难以抗拒不劳而获的提成和奖金,心存侥幸,最终陷入犯罪的深渊。所以,对于个人来讲,应增强对相关法律知识的学习,切莫因为无知任性逾越法律红线,更导致自身难逃法律制裁。

如今,“打卡”不再是上班族的专利。在很多小学乃至幼儿园中,“打卡”现象五花八门,不一而足:写字打卡、阅读打卡、英语打卡、跳绳打卡、家务打卡……如果有的家长不及时在家长群“接龙”,老师往往还会专门提醒——“以下同学还没提交打卡:@某某妈妈@某某爸爸……”

(6月16日《广州日报》)

学童“打卡”是有益的。人都有惰性,也会缺乏自律性,学童和家长也是一样的,需要外力的推动,才能完成相关事项。对于一些不易检查的作业和任务,或者是需要注重过程的作业和任务,比如阅读、英语朗读、跳绳、做家务等,通过“打卡”

的方式,让其显性化,不仅便于检查,也更利于推动学童和家长的坚持。

但“打卡”过多过繁,要求过高,也就容易成为家长的负担。比如跳绳20分钟、识字30分钟,完成老师布置

学童“打卡”有度才更有益

■关育兵

的作业20分钟等,一些家长为了完成各类“打卡”任务,需要一个半小时,甚至更多的时间,不仅孩童累,兼职当“摄像师”和“导演”的家长更累。有的“打卡”任务,还明确要求图片里亲子共同出现,这样,参与活动

疲于应付。

需要注意的是,随同各项“打卡”任务而来的,还有一些装备的投入,比如平板电脑、性能更优的手机,对于一些家庭,也会构成经济上的压力。

学童“打卡”有度才更有益,这就

需要对“打卡”有更好的设计。有老师建议,尽量少在班级群上布置作业,在课堂上让孩子就把作业记下,不仅能够培养孩子独立记作业的习惯,可以锻炼孩子学习的自主性,也最大限度地减少了班级群打扰的可能。其次,对于“打卡”内容,也要精心挑选,对于显性的,老师到校可以检查的,也要尽量少让家长往群里发送图片和视频。对于练琴、练字、运动等长期积累的项目,要相信家长,不必要求家长每次都要“打卡”,家长也没必要将精力花在“打卡”上。再次,对于需要发在班级群里的图片、视频,重在传递信息,也没必要对图片、视频质量提出更高要求。

练字、运动等长期积累的项目,要相信家长,不必要求家长每次都要“打卡”,家长也没必要将精力花在“打卡”上。再次,对于需要发在班级群里的图片、视频,重在传递信息,也没必要对图片、视频质量提出更高要求。

期待新东方成为改变直播带货陋习的“鲶鱼”

■江德斌 文 杨 靖 画

用五国语言介绍商品、股价本月累计涨幅超过300%、粉丝已超600万……近日,新东方直播间的走红在商家之间引起巨大反响。新东方带货的模式究竟是怎样的?新东方采取的是纯佣金模式,不收取坑位费,佣金比例视商品性质,大约在10%-20%左右,普遍约为15%,图书品类的佣金稍低。同时,新东方也不会索取大量样品用于试吃。有供应商透露,新东方每次带货,只需要1-2份样品,甚至一份样品播了3个月。

(6月15日澎湃新闻) 新东方直播间一下子火了,吸引了大量粉丝围观、购买,“双语带货”犹如直播电商的一股清流,也成为最炙手可热的带货模式,引起一些直播商家的效仿,连带着“双语主播”的招聘待遇也跟涨。目前,网友、社会舆论、行业专家对新东方带货模式的评价很高,普遍认为其“双语带货”富有创意,培训教师转行主播,文化素质高,风趣幽默,不仅能轻松解说产品,还传授了大量的知识点,网友购物还能学到知识,可谓是一举多得。

近年来,直播带货正处于风口之上,市场规模庞大,增长速度很快,但也存在很多问题,诸如刷量、坑位费高、佣金比例高、低价竞争、假货多、售后差、退货率高等,不仅增加了供应商、品牌商的负担,令其苦不堪言,亦损害了消费者权益,致使直播电商形象下滑。此前媒体调查显示,在整个直播电商链条里,仅有平台和主播在赚钱,其他环节均无利可图,很多供应商、品牌商只是在赚吆喝,甚至被坑骗,这种商业模式难以维系。

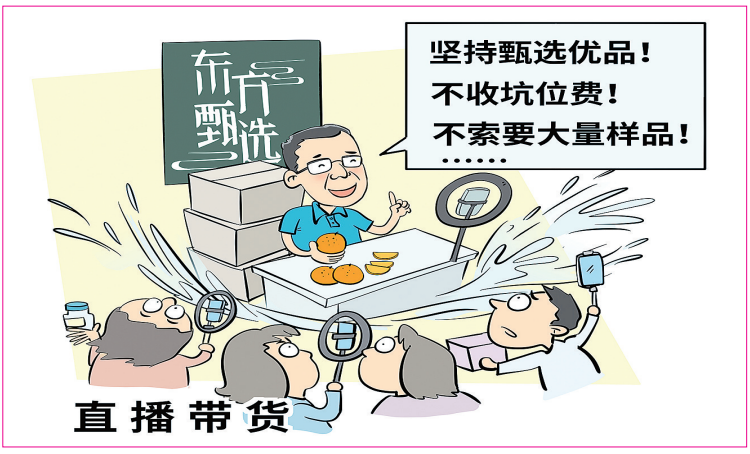
与之相比,新东方带货规则截然不同,其坚持甄选优品,以商品质量为优先考量,从而规避了质量和售后风险,且不收坑位费,佣金比例也相对较低,没有其他额外费用,也不索要大量样品,卖货还持久。由此一来,就将供应商、品牌商的负担降低了,愿意给新东方最低价,使得其竞争力提高。而且,新东方的客户群体相对优质,知识层次较高,图书购买量大,消费更为理性,冲动型消费占比小,商品退货率也就降低了。

显而易见,新东方带货模式打破

了直播电商行业流行已久的“潜规则”,给行业带来一股清新力量,它就像一条“鲶鱼”,搅动了直播电商行业,并诱发了“涟漪效应”,吸引越来越多的流量,引起越来越多主播的模仿。因此,如果新东方能够将带货模式坚持下去,势必会对行业构成巨大冲击,促进改变直播电商的游戏规则,去除弊端,重塑直播电商的社会形象。

当下,直播电商之所以乱象丛生,皆因缺乏有效规制,从业者大多急功近利,心态浮躁,想在最短的时间内暴富,将供应商、消费者等当作“韭菜”来收割,以致形成劣币驱逐良币的恶性格局。显然,直播电商要想长远发展,就要走向规范化,市场需要更多新东方这样的“白马骑士”,以崭新的姿态去挑战“潜规则”,革新除弊,洗除陋习,逐步扭转行业风气,构建起可持续发展的新商业模式。

道听图说 aotingtushuo



连续多日下雨后,6月19日,市区终于迎来晴天,不少市民结伴到英桥花海赏荷花,但是个别市民出现摘荷叶、摘荷花的不文明行为。记者呼吁市民,爱护花草,文明赏花。

本报记者 严洁 摄