

“刷牙就能瘦”，为啥还有人信

记者近日调查线上线下多家减肥机构发现，五花八门的“瘦身神器”层出不穷，从口服的减肥产品到外用的减肥仪器，一些机构通过制造身材焦虑、夸大宣传、伪造科技概念等手段，打出一条条“深入人心”的宣传标语，“俘虜”了不少减肥者的金钱与健康。

数据显示，我国人口超重率与肥胖率分别达34.3%和16.4%，并呈逐年递增趋势。多名受访的业内人士指出，当体重秤上的数字成为焦虑贩卖的筹码，当伪概念披着科学的外衣横行，野蛮生长的减肥行业正以伪科学和焦虑营销加剧健康危机，亟待依法规范治理。



制造视觉冲击 大肆贩卖焦虑

记者在调查中发现，部分减肥商家专门雇佣“文案团队”，通过社交平台精准推送焦虑内容：制造紧迫感，用婚礼、拍照等场景触发痛点；虚构美好未来，宣称“瘦了就是人生赢家”；打造专家人设，用“6000字脱水干货”包装营销软文。

有商家在加盟培训中，“指导”加盟者在顾客首次咨询减肥项目时，将正常BMI（身体质量指数）值范围内的体重说成超重或肥胖，从而促进“签约率”。

有业内人士告诉记者，一些线下的减肥商家，为了让顾客对自己的体重产生羞耻感，鼓励店面使用“猪肉秤”“货物秤”等测量人体体重。

“还有一些商家在社交平台上故意放大顾客的身体部位，使用‘大妈背’‘游泳圈’‘麒麟臂’等字眼，制造视觉冲击，再配以‘穿什么衣服不是由天气决定，而是由体重决定’等刺激性标语，进一步加重消费者的体重焦虑。”在北京从事减肥行业11年的业内人士李明（化名）说。

他介绍，有的商家还在过去的“减重”基础上新增了“塑形”类项目，将身材细化归类，并配以“苹果型”“梨型”“水桶型”等名称，让女性将自己身材对号入座，并分别进行穿衣搭配和健身塑形建议。“拜拜肉”“麒麟臂”“大象腿”“飞机坪”“扁塌臀”等都是商家对女性身材不同部位的污名化，与之对应的所谓“瘦下来”之后的名称则“秀色可餐”，比如“天鹅臂”“筷子腿”“蝴蝶背”“小蛮腰”“小鹿腿”“蜜桃臀”等。

有业内人士告诉记者，一些商家大肆贩卖体重焦虑，给消费者带来心理压迫，让其逐渐将体重数字与个人价值挂钩，陷入“胖=失败”的思维定式，从而为“速瘦”付出金钱与身体健康的代价。对于商家来说，焦虑营销能够带来变现，精准收割部分消费者，打造成瘾性消费闭环，比如以“平台期突破套餐”“巩固期疗程”等名义，诱导消费者持续消费。



从“过年三件套”到敷衍的“裂空爪”，从“法式甲”到“中式风”，从刷油涂胶到可穿戴……美甲已成为不少消费者展示自我、表达个性的“新刚需”。

然而，美甲变毁甲等糟心事不时发生，一些爱美人士不仅丢了“指尖美丽”，还搭上了指甲的健康。

美丽背后潜藏风险

前不久，广西南宁市民周小怡发现，刚做两天的美甲“发霉”了——透过厚厚的淡粉色延长甲片，可以清晰看到指甲上长出黝黑的霉菌。就医后医生告诉她，这是因为甲片与指甲贴合不紧，水分进入缝隙滋生了霉菌。

在一些医院皮肤科，类似的患者并不鲜见。“我们科每天开设七八个门诊诊室，每个诊室日均至少有一两个患者因为美甲出现问题。”吉林大学第二医院皮肤科主治医师单百开说，她遇到过指甲变绿的、变灰的、发

用伪科学话术推“减肥奇术”

“减重≠减脂，一字之差就是套路的开始。”李明揭露，市面上许多机构通过“脱水疗法”制造短期体重下降的假象。

他举例说，目前有不少减肥商家流行“涂油甩脂”，即在身体上抹一些油，用保鲜膜包裹后配合热疗。商家宣称通过这种方式可以“一次瘦两三斤”，实则通过排汗流失水分，这种减重并非减脂，而是脱水了，体重在补水后会迅速反弹。

记者在走访调查中发现，有一些商家推出了不少“减肥奇术”，比如“用电磁能量仪调节生物电场”“用智能纤维热灸仪击破燃烧分解脂肪”“代谢激活技术打破易胖体质”等。有商家甚至宣称，使用其自家发明的仪器减肥，“做一次可达到慢跑5公里的效果，让你轻轻松松躺着就能瘦下来”。

“实际上这些都是减肥机构用伪科学话术包装普通热敷、按摩项目，误导消费者为‘黑科技’买单。”李明告诉记者，比如智能纤维热灸仪，实际上就是通过局部加压排水，而消费者减去的体重会在数小时内因饮水而恢复。

“部分减肥机构甚至将‘文字游戏’作为盈利手段。有商家承诺‘减重1斤收费100元’，却刻意混淆‘减重’与‘减脂’的概念。减脂需长期饮食与运动管理，而减重只需短期脱水或掉肌肉，后者可能损害健康。”李明说。

更令人担忧的是该行业准入门槛极低。记者注意到，一家减肥机构的加盟资料显示，操作“缩胃术”“代谢激活”等项目的员工无需医学资质，经简单培训即可上岗，“十几岁的孩子都学得会”。

宣称正常吃饭 实则极端节食

记者注意到，不少减肥商家都宣称，顾客“不用节食”“什么都能吃”，能够实现“主食+肉食+水果”均衡饮食，可现实情况并非如此。

在河北某减肥机构减肥的段娜告诉记

者，该机构与其签约时说，他家是通过提高新陈代谢来实现减肥的，可以正常吃饭甚至大口吃肉。签约后，对方要求早上喝一碗小米粥、一个鸡蛋，中午单炒一个素菜外加一个馒头，晚上喝酸奶或者吃一个水果。“商家说这样一个月可以瘦10斤，可不这不就是节食吗？”

“开始减重疗程后，很多减肥机构为了实实现减重效果，通常会要求顾客进行食量上的极端控制，比如要求顾客每日报备三餐内容。”李明告诉记者，他曾看过不少减肥者和商家的聊天记录，要求早餐只喝粥，晚餐只吃一个猕猴桃或一根黄瓜，午餐也严格限量。这就是其中一种手段，以“不节食”将顾客吸引进店，再拐弯抹角地实施极端节食。

在北京从事了10年健身教练工作的薛凯指出，无论什么减肥方法，都不外乎这几种机制：让你主动少吃；让你没食欲、不想吃；让你吃了不能消化吸收，多拉大便排出来；让你通过运动多消耗热量。

当记者以想要加盟对一些减肥商家进行暗访时，发现一些商家采用“调理一减肥一塑形一周边产品推销”手段实现多重盈利：

在项目开始前先给顾客灌输“易胖体质”和“代谢循环”等概念，以“排毒”为目的先推销一系列养生茶、酵素果冻等，再开始正式的减肥疗程；

签订合同时表示减肥手法属于不可逆技术，从而要求顾客在项目开始时一并支付全部费用，不留下反悔的机会；

如果承诺的减重斤数未能实现，则以“代谢能力差”“经络堵塞”等概念解释，转而进一步推销更高价的“体质调理套餐”。

“这种闭环推销链的目的就是让消费者陷入‘自我怀疑—继续消费’的恶性循环。”李明说，即使达到了消费者的目标体重，减肥结束后，有些商家还会推销其所谓的售后产品，种类主要集中于食品与养护产品，但这些产品在一定程度上缺乏安全保障。

本报综合消息

在装修新房，李女士与某装修公司签订了《住宅装饰装修工程施工合同》，约定装修公司提供设计大样图、平面布置图等施工图纸。装修公司依约履行。

“我们按照装修公司的图纸开工，谁能想到破坏了承重墙！”接到北京市朝阳区住建委发来的《责令改正通知书》，李女士感到很委屈，“加固承重墙花了9万元，因为耽误工期没法按时搬家还得多租几个月房，花了不少冤枉钱。”

与装修公司协商不成，李女士诉至法院，要求装修公司赔偿承重墙加固费用、工程逾期违约金、房租损失共计11万余元。该案经北京市朝阳区人民法院一审、北京市第三中级人民法院二审审结。

北京市第三中级人民法院审理后认为，被告某装修公司作为专业装修机构，负责提供设计图纸，理应在设计前了解房屋的整体结构。尤其当涉及拆除墙体时，更应注意承重结构问题。然而在本案中，装修公司未提供充分证据证明其尽职了解了房屋整体结构，也未对业主尽到充分的提示义务，因此应对破坏承重墙造成的损失承担相应的赔偿责任。

另一方面，李女士虽非专业人士，但在装修过程涉及变动结构时，应尽到注意义务，向物业了解相关情况，李女士也存在过错。综合考虑双方的过错情况，法院按照公平原则划分了赔偿责任，确定装修公司承担80%的赔偿责任，李女士自行承担20%的责任。“民法典第六条规定，民事主体从事民事活动，应当遵循公平原则，合理确定各方的权利和义务。这是我们适用公平原则进行责任划分的依据。”该案承办法官张卫解释。

北京市第三中级人民法院民三庭庭长全奕颖说：“装饰装修企业应严格遵守相关规定，不得擅自出具拆改承重墙等违规设计方案，并向业主充分提示、说明相关风险。若因违规行为导致建筑主体和承重结构变动，双方都可能承担责任。”

本报综合消息

装修违规拆改承重墙 谁来赔？

李女士没想到，自己为新房装修开放式厨房却装出了麻烦。

此前，为装修新房，李女士与某装修公司签订了《住宅装饰装修工程施工合同》，约定装修公司提供设计大样图、平面布置图等施工图纸。装修公司依约履行。

“我们按照装修公司的图纸开工，谁能想到破坏了承重墙！”接到北京市朝阳区住建委发来的《责令改正通知书》，李女士感到很委屈，“加固承重墙花了9万元，因为耽误工期没法按时搬家还得多租几个月房，花了不少冤枉钱。”

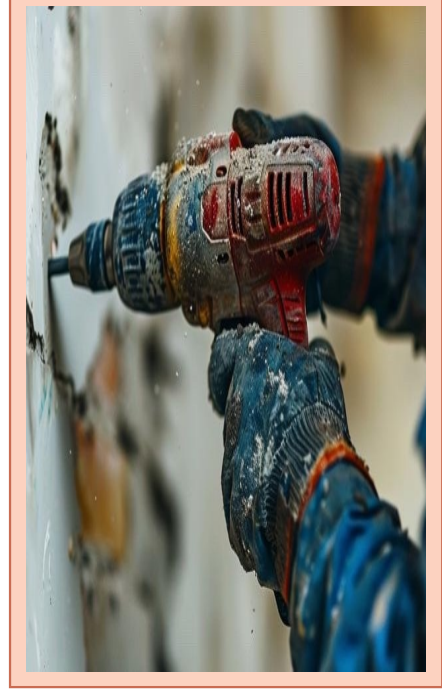
与装修公司协商不成，李女士诉至法院，要求装修公司赔偿承重墙加固费用、工程逾期违约金、房租损失共计11万余元。该案经北京市朝阳区人民法院一审、北京市第三中级人民法院二审审结。

北京市第三中级人民法院审理后认为，被告某装修公司作为专业装修机构，负责提供设计图纸，理应在设计前了解房屋的整体结构。尤其当涉及拆除墙体时，更应注意承重结构问题。然而在本案中，装修公司未提供充分证据证明其尽职了解了房屋整体结构，也未对业主尽到充分的提示义务，因此应对破坏承重墙造成的损失承担相应的赔偿责任。

另一方面，李女士虽非专业人士，但在装修过程涉及变动结构时，应尽到注意义务，向物业了解相关情况，李女士也存在过错。综合考虑双方的过错情况，法院按照公平原则划分了赔偿责任，确定装修公司承担80%的赔偿责任，李女士自行承担20%的责任。“民法典第六条规定，民事主体从事民事活动，应当遵循公平原则，合理确定各方的权利和义务。这是我们适用公平原则进行责任划分的依据。”该案承办法官张卫解释。

北京市第三中级人民法院民三庭庭长全奕颖说：“装饰装修企业应严格遵守相关规定，不得擅自出具拆改承重墙等违规设计方案，并向业主充分提示、说明相关风险。若因违规行为导致建筑主体和承重结构变动，双方都可能承担责任。”

本报综合消息



刚做两天的美甲“发霉”了

炎的、分层的，甚至还有指甲整个掀翻的，“还有不少青少年患者”。

有些不良商家凭借低价抢占市场，使用劣质材料，卫生环境较差，造成潜在风险。“美甲的风险包括指甲损伤、甲分离、甲沟炎、皮肤刺激，以及细菌、真菌或病毒感染等，长期频繁接触质量欠佳的指甲油、指甲胶，还会增加患癌风险。”广西医科大学第一附属医院皮肤科副主任医师张馨予说。

问题到底出在哪？

近期，记者在多地实地探访发现，不少美甲店的产品设备、卫生环境、操作流程等隐患重重。

记者在一家美甲店看到，各式甲油胶琳琅满目。美甲师表示，这些甲油胶都是厂家直供，市场上买不到。记者提出想要看一下产品合格证，美甲师说，产品是老板拿来的，“我们只负责用，不知道合格证在哪里”。

前不久，上海市消保委对43款美甲产

品进行测评，结果显示，有几款油性指甲油和甲油胶中测出了一定含量的甲苯、乙苯等挥发性有机物；含闪粉和亮片的指甲油被检出多种重金属元素，深红色指甲油中铬或镍的检出浓度较高。

商务部2007年发布的美容美发行业经营管理技术规范要求，美甲服务应具备有皮肤病顾客的专用工具箱，美甲工具应采用紫外线消毒，做到一客一消毒，或使用一次性用品。

然而，记者实地探访多家美甲店发现，不论是繁华商圈高大上的独立门店，还是农贸市场内的美甲作坊，美甲用品混用现象都较为普遍。

记者调查发现，现实中，不少美甲店经营不规范，一旦出现美甲问题纠纷，消费者往往维权困难。“美甲师不承认是她们操作不当，反而说是我自己损坏了甲片，只承诺等我指甲好了再免费给我做一次。”周小怡无奈地说。

据新华社电