

“0利息”的“美容贷”，让消费者背一身债

新华社杭州9月26日电(记者黄筱、庞梦霞)“先美丽，后买单”“0利息0首付变美丽”，这些充满诱惑的广告，吸引了不少想做医美却囊中羞涩的消费者。

“新华视点”记者在多地调查发现，一些医美机构以低息甚至无息诱骗消费者办理“美容贷”，但实际上有的贷款利率高达百分之三十多，有的变美未成却背了一身债。

“美丽无忧”的宣传下陷阱重重，学生是目标人群

一些医美机构往往用“超低价”的优惠广告吸引顾客：1元钱的小气泡深层清洁、脱毛体验价1元起、9.9元的祛痘套餐……原价几百元甚至上千元的医疗美容服务往往标出“白菜价”，而当消费者走进医美机构时却被推销费用高昂的项目，再进一步推荐“美容贷”。

记者浙江对多家医美机构走访调查发现，不少医美项目价格高昂，动辄上万元，几个项目做下来甚至会超过10万元，几乎每家机构都能办理医美项目贷款。

位于杭州市西湖区的一家医疗美容医院的客服人员告诉记者，顾客有分期付款的需求，机构肯定会愿意牵线搭桥，帮助求美人士“花明天的钱，圆今天变美的梦”。

这位客服人员称，贷款1万元分12期付款，每个月支付的利息约80元至100元，分期时间越短利息越少。“我们是大医院，合作的都是正规平台。”她说。

记者调查发现，实际上，这样的“美丽”并非无忧。

四川的刘女士被低价医美项目吸引，在一家医美机构办了两年期的“美容贷”，做了“提眉手术+抽脂肪填充全脸”手术后出现两眼不对称等问题。在讨说法的过程中，医美机构不愿赔款，双方多次发生冲突，刘女士一边四处投诉维权，一边还得按月还贷款。

“被诱导办下‘美容贷’，后悔不想做了，却被医院告知要扣5%的利息，可以维权吗？”此类求助信息在一些网络平台并不鲜见。

杭州市滨江区公安机关曾处理过一起报案，杭州一医疗美容诊所以“申请美容贷款支付手术费且无须还款”“贷款后有返利”“贷款逾期不计入个人征信”等虚假承诺为诱饵，诱骗多名受害人前往该医院办理贷款做美容。

今年3月，上海一位女士在一家美容机构免费体验美容项目后，被诱导办理了12万元贷款。之后仅做了一次项目，该机构就跑路了。

大学生是医美服务的一个目标消费群体。一位业内人士表示，按照2017年12月互联网金融风险专项整治工作领导小组办公室、P2P网贷风险专项整治工作领导小组办公室共同发布的《关于规范整顿“现金贷”业务的通知》规定。



新华社发 王鹏作

障服务费”和“客户服务费”共计2000余元。林女士表示，除了办理贷款之外并未享受到任何服务，而且这两笔费用在纸质合同上未体现。

“这种情况很常见。”福州某医美机构创始人吴兵(化名)表示，金融机构收取的所谓各类服务费用，实际就是放贷前从消费者本金里面扣除一部分钱，通过隐形收费实现高额利润。

很多消费者吐槽被“美容贷”套路的遭遇：有的人本想做个几百元的光子嫩肤，却被推销下单购买几万元的美容项目。当消费者因高价犹豫时，推销员则展开攻势忽悠顾客办理“美容贷”。有的甚至直接拿起顾客手机操作，消费者在不知情的情况下被办理了贷款。

有消费者投诉，在网上看到某美容店推出9.9元祛痘项目。到店后，店长说需要购买7000元的祛痘套餐才能治好，于是贷款购买了套餐。但一番治疗后发现效果不佳，店长说需要再交11000元买另外的套餐才能根治。

这位消费者表示，当时自己敷着面膜，是由对方拿走手机操作办理的11000元贷款。事后觉得被忽悠了，提出不做治疗退款，却被要求支付30%的手续费。

“美容贷”投诉多，多地重拳整治

中国消费者协会统计数据显示，今年上半年全国消协组织受理的美容美发类投诉比去年同期大幅增长，2021年上半年16459件，同比增长60%，投诉量位居服务类投诉的第五位。其中一类集中问题就是诱导消费者办理美容网贷，一旦发生纠纷，消费者维权成本高。

今年5月，国家卫生健康委等八部门联合发布《关于印发打击非法医疗美容服务专项整治工作方案的通知》，决定于2021年6月至12月联合开展打击非法医疗美容服务专项整治工作。

6月初，中国互联网金融协会也发文倡议规范医疗美容相关金融产品和金融服务，要求金融机构不与任何不法医疗美容机构开展合作，不向任何不法医疗美容机构客户提供相关金融产品和服务。

有的平台向消费者宣传利率3%，如果该利率是月利率，实际年化利率超过36%，已经属于高利贷了。”福建渝律师事务所执行主任李帆介绍，一些平台利用青年群体对金融知识不熟悉不了解的特点，宣传看似低息的月利率，实则已经违反《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》。

今年初，消费者林女士投诉被某消费金融公司收取了“砍头息”。为了做医美，林女士于2019年7月办理了总额5万元的贷款，共分24期，每个月利息690元。

但是，除了上述利息，林女士发现，办贷人员通过手机端操作，还另外收取了所谓“灵活作



新华时评

近年来，鼓吹“先美丽，后买单”的医美贷相关产品吸引了部分求美心切却囊中羞涩的青年群体。他们希望通过负债整容实现美丽梦想，殊不知却可能遭遇一系列消费陷阱。爱美之心人皆有之，求美之道应理性思考。有整容需求的群体，尤其是青少年们，在求美之路上应树立正确的消费观和价值观。

部分医美贷产品以低息甚至无息吸引年轻顾客超前消费、超高消费。“0利息0首付变美丽”的广告吸引眼球，背后可能是一系列套路：违规收取各类“保障费”“工本费”等隐形费用、医美机构与贷款平台利益勾兑、话术劝诱……

整形美容是手术，需审慎决定。然而在“睡一觉就变美”“花明天的钱，今天

美”等极具煽动性话语的掩盖下，冲动消费频发，手术的风险被缩小甚至忽略。仅今年就有“网红”抽脂离世、演员整形失败鼻尖坏死等事故发生。所谓“小手术”“无风险”是极不负责任的说法，对误导性宣传需加强管理。

青年群体价值观尚未定型、消费观还不成熟，需警惕被容貌焦虑裹挟。有的机构将青年求职、人际交往不顺等个人发展困境简单归因于形象缺陷，制造容貌焦虑。人在青年阶段，一方面想尽快实现人生价值，另一方面确实借款能力低，还款能力弱，在发生借贷行为时应当提高警惕，清醒认识到医美贷背后可能存在的“套路贷”“砍头息”陷阱。

爱美是人的天性，对美的追求无可厚非。但美也有很多层次，不该只有“A4腰”“巴掌脸”“筷子腿”等被炒作的“审美公式”。修身求美的路上，通过整容“改头换面”是一条走不远的路。整容不是万能钥匙，背上贷款押注外貌，是把希望寄托在未知风险上。

青年时期正是奋斗的大好年华。自信不应全维系在形象上，求美不是“任性”抹去缺点，而应该锻造品格，塑造精神，全方位发展培育自己的能力。脚踏实地、昂扬奋斗的样子是最美的。

(记者庞梦霞)

新华社福州9月26日电

求美之心别被“贷”进坑里

(上接1版)在更高层面，吉林省系统统筹，一套查干湖流域发展与保护共生的路径清晰起来：引来水库水，修建农田退水自然沉降区，启动建设湿地恢复工程，在库区里种荷花、芦苇。如此一来，经过湿地过滤、自然沉降的水体，与嫩江、松花江通联，“死水”变“活水”，三年就可整体置换一次。

“四类水质，只是小目标，三类水质，是大目标，仍需努力。”闫来锁说。天空中，几只水鸟飞过，清脆啼鸣传得很远很远。

【画外音】

面对水处理难题，吉林省委、省政府出台《查干湖治理保护规划(2018—2030年)》，从大格局、长流域、全覆盖的角度出发，让查干湖与周边水体形成有机生态共同体。三年来，近30亿元的投资，为湖区生态保护打下坚实基础。

【画面二】鱼：“谁吃谁说好”

清晨4点，一片寂静，湖面上蒙蒙亮，偶有波浪掀起水花。看水流、找鱼花、观风向，59岁的“鱼把头”张文四处张望，寻找下网地点。

水更清了，张文的这套技能更有用武之地，他的作业队伍，打出的鱼总是最多。收网时，白花花的鲤鱼、鲤鱼跃出水面，渔民们笑得灿烂。

不用催肥、不加干扰，鱼儿在水中自然生长。有的大鱼长到十几斤重，近半米长，抱起来都吃力。“谁吃谁说好。”张文说。

渔民们世代使用的捕鱼方式，发生了巨大改变。“以前，有啥就捞啥，渔网织得密，大鱼小鱼一锅端。”张文说。眼下，细眼渔网都改成了宽眼大网，抓大放小，“育”“捕”结合，遵循生态规律。

生态好了，鱼更鲜美，销售旺了。过去打了鱼，要拉到市场上叫卖，如今，鱼儿还游在水里，就有订单纷至而来。最快的时候，十几分钟就卖光一车鲜鱼。到了冬捕时节，电商企业在冰面上搭起摊位，快递站点一字排开，场面十分热闹。还有快递公司在机场开设专用航空线，天然速冻的大鱼“飞”往全国。

肥美的鲜鱼，是查干湖的标签，品牌知名度更高，各种产品也卖得好了。步入坐落在松原市区的“网红吉地大厦”，查干湖大米、胖头鱼、鱼皮画等产品摆放整齐。一旁的直播间里，主播们汇总订单，将查干湖的优质产品发往各地。良好的生态环境变身普惠的民生福祉，助力当地打出优质品牌。

【画外音】

这几年，吉林省、松原市把加强污染防治作为查干湖全部工作的根本前提，迁出湖周边所有畜禽养殖场，每年向湖里投放1000万尾鱼苗，鲜鱼产量保持在300万斤至320万斤，查干湖所在的前郭尔罗斯蒙古族自治县还被认定为国家级渔业健康养殖示范县。

【画面三】人：“忙点好，赚得多”

午后，查干湖老关东鱼庄的老板娘尚影送走最后一桌游客。她匆匆扒拉几口午饭，又回到厨房里挑选活鱼，准备配菜。

以往，常常是要到冬捕时节，才会如此繁忙。现在，“夏秋忙”变得更常见，尚影虽忙碌，但心里乐：“忙点好，赚得多。”

100多平方米的店面已不够用，尚影把饭馆面积扩大了一倍，隔出12间客房、3个包间，年收入超过20万元。旺季时，常常“房难求”。

像尚影一样因生态而受益的群众，还有许多。出入有美景，收入有提升，大家过上了“年年有余”的小康生活。坐落在湖边的妙音寺村，有着200多公顷庄稼地。为减少面源污染，当地政府带动村里成立合作社，种中草药，建蔬菜大棚。优化种植结构后，村民的收入从每公顷5000元提升到了12000多元。

查干湖以冬捕闻名全国，但单纯依靠这一招牌，难以做大做强，这几年，当地干部群众一直在探索，为生态旅游添加更多附加值。

松原市深入挖掘渔猎、农耕等特色文化，筹办美食节、冬捕节等旅游节庆活动，创编具有民族特色的大型情景歌剧，为生态旅游注入更多文化元素。

这几年，来查干湖的南方省份游客数量增长明显，景区用工量增多，带动了周边3个乡镇、30多个自然屯的就业，景区年用工量近5万人次。三年来，周边村民人均年增收1.6万元。

为了让绿水青山持续发挥生态效益和经济社会效益，查干湖把“景区内做减法、景区外做加法”作为发展原则，在距景区13公里处规划建设一个“零排放”的生态小镇，为大型表演、高端餐饮和住宿提供空间，一边增加旅游产品供给，一边为绿水青山“减负”。

这让尚影动了心。这几天，她准备去小镇里考察考察，寻找新的机遇。

【画外音】

在查干湖，随着生态环境的逐步改善，旅游也持续升温，旅游产业不断发展。2020年，虽然受到疫情影响，但接待游客仍然达到了187.6万人次，实现旅游综合收入16.5亿元。今年“五一”期间，接待游客15.6万人次，实现旅游综合收入1.37亿元，恢复性增长态势明显。

新华社长春9月26日电

“扎心”的扎啤

不良商人为省成本将工业二氧化碳替代食品级二氧化碳混入啤酒牟利



每百杯可多获利约20元，售卖主体为餐饮店或酒吧

明知添加工业二氧化碳属于违法行为，为何不法商家敢于铤而走险？

浙江省温州市龙湾区某经营户周某说：“从经销商处采购扎啤，制作扎啤的机器、二氧化碳气体都由经销商免费提供，每次气罐用完后由经销商回收。”检查发现，今年以来，他卖出了660升扎啤，非法获利2706元。

执法人员介绍，通常经销商为餐饮经营者免费提供扎啤机、二氧化碳气体，气瓶瓶体在使用完毕后回收。然后，经销商将空气瓶送至工业二氧化碳生产企业，重新充装后投入使用。这些气瓶的瓶体普遍没有食品级标签标识。

浙江省金华市市场监督管理局综合行政执法队

副队长马丁丁介绍，工业二氧化碳价格为每升2.5元至3元，约是食品级二氧化碳的一半。餐饮经营者非法使用工业二氧化碳制作扎啤，每百杯可多获利约20元。一户小餐饮店每月至少可多获利500元，酒吧或较大餐饮店的获利空间则更大。

至此，违法产业链浮出水面：上游是二氧化碳生产企业；中游是二氧化碳气体分装配送企业、扎啤经销商；终端是餐饮经营主体。

相关部门将进一步加大打击力度，需重视产业配套缺失问题

“非法使用工业二氧化碳制作扎啤，除了牟利驱动，还存在产业配套缺失等原因。”陆立权介绍，有资质的食品级二氧化碳生产企业少，运输成本高。

以浙江省为例，从案件查办掌握的初步情况来看，合规的食品级二氧化碳充装企业数量仅为5家，主要集中在杭州、宁波等地，且二氧化碳气瓶属于危化品范畴，对于区域间运输、储存要求高，物流成本也较高。

市场监管总局执法稽查局有关负责人介绍，本案属于在食品中添加食品添加剂以外的化学物质。用非食品原料生产食品，添加食品添加剂以外的化学物质，以及在食品中添加药品，统称为食品非法添加。

据统计，从2020年至今，全国市场监管部门专项查办食品非法添加类案件7821件、罚没款1.01亿元、吊销许可证37件、移送公安机关1411件。

市场监管部门将进一步加大打击力度，斩断食品非法添加的违法链条。凡是故意非法添加一律依法从严从重查处；能够吊销许可证的一律吊销；涉嫌犯罪的一律移送公安机关；能够处罚到人的一律处罚到人。务必让食品安全违法者付出沉重代价。

(记者赵文君)新华社北京电

苯含量超过国家标准15倍

近期，浙江省市场监管局率先针对扎啤非法添加工业二氧化碳问题开展专项执法检查。101个市县(区)出动执法人员7055人次，检查餐饮店、扎啤经销商及二氧化碳充装企业5630家。

浙江省温州市的一名扎啤经销商林某说，一个装有8升二氧化碳的气罐，可以配置出360升扎啤。起初，他从正规的食品添加剂生产企业购进二氧化碳气罐，后来听说充装工业二氧化碳价格便宜，于是开始用工业二氧化碳混入扎啤原浆。执法人员检查发现，从2020年8月至2021年7月，林某卖出了这种扎啤60000多升。

在口感风味上，使用工业二氧化碳制作的扎啤与食品级二氧化碳制作的扎啤差别并不大。但是，对照食品级二氧化碳国家标准，工业二氧化碳纯度低、杂质多，对于苯、总挥发烃等有毒有害物质没有限量要求。

执法人员将查获的工业二氧化碳样品送专业机构检验检测，结果显示：苯含量超过国家标准15倍、二氧化硫含量超过国家标准8倍、总挥发烃含量超过国家标准4.5倍。

食品安全法明确规定，不得在食品中添加除食品添加剂以外的化学物质。