

# 不得制造“容貌焦虑”

## 医疗美容广告或将面临监管新规

□据新华社报道

市场监管总局近日发布《医疗美容广告执法指南（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。征求意见稿明确提出，医疗美容广告属于医疗广告，不得制造“容貌焦虑”，生活美容机构等非医疗机构不得开展医疗美容广告宣传。

征求意见稿提出，医疗美容广告属于医疗广告，广告主必须依法取得医疗机构执业许可证才能发布或者委托发布医疗美容广告；发布医疗美容广告必须依法取得或者查验医疗广告审查证明，并按规定发布。

征求意见稿列举了市场监管部门重点打击的各类医疗美容广告乱象：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；生活美容机构等非医疗机构开展医疗美容广告宣传；对未经药品

管理部门审批或者备案的药品、医疗器械做广告；宣传诊疗效果或者对诊疗的安全性、功效做保证性承诺；使用患者名义或者形象进行诊疗前后效果对比或者作证明等。

对于医疗美容广告中涉及“医生”“专家”的，征求意见稿明确了几类情形：医疗美容广告中出现的卫生技术人员、医疗教育科研机构及其人员的名义、形象属实的，应认定为使用医生或者专业人士为医疗广告代言的广告违法行为；广告中将未依法取得医师执业资格或医疗教育、科研相关职称的人宣称为“重点”“医学专家”等医学专业人士的，或者相关人员穿着白大褂，足以误导消费者认为其属于医生等专业人士的，应认定为虚假医疗美容广告；对卫生技术人员、医疗教育科研人员的专访、专题报道中出现有关医疗美容机构的地址、联系方式等内容的，应认定为以介绍健康、养生知识、人物专访、新闻报道等形式变相发布医疗美容广告。

## 习近平主持召开中央全面深化改革委员会第二十一次会议

(上接A1)

会议指出，党的十八大以来，我们围绕反垄断、反不正当竞争，作出一系列重大决策部署，完善公平竞争制度，改革市场监管体制，加强反垄断监管，推进高标准市场体系建设，推动形成统一开放、竞争有序的市场体系。针对一些平台企业在野蛮生长、无序扩张等突出问题，我们加大反垄断监管力度，依法查处有关平台企业垄断和不正当竞争行为，防止资本无序扩张初见成效，市场公平竞争秩序稳步向好。

会议强调，要统筹发展和安全、效率和公平、活力和秩序、国内和国际，坚持监管规范和促进发展两手并重、两手都要硬，明确规则，划出底线，设置好“红绿灯”，引导督促企业服从党的领导，服从和服务于经济社会发展大局，鼓励支持企业在促进科技进步、繁荣市场经济、便利人民生活、参与国际竞争中发挥积极作用。要加快健全市场准入制度、公平竞争审查机制、数字经济公平竞争监管制度、预防和制止滥用行政权力排除限制竞争制度等。要坚持“两个毫不动摇”，推动形成大中小企业良性互动、协同发展良好格局。要坚定不移推进高水平对外开放，保护产权和知识产权，增强政策透明度和可预期性。要加强竞争法律制度和政策宣传培训，强化企业公平竞争意识，引导全社会形成崇尚、保护和促进公平竞争的市场环境。要加快建立全方位、多层次、立体化监管体系，实现事前事中事后全链条全领域监管，堵塞监管漏洞，提高监管效能。要加大监管执法力度，加强平台经济、科技创新、信息安全、民生保障等重点领域执法司法。要完善反垄断体制机制，充实反垄断监管力量。

会议指出，党的十八大以来，我们加强国家储备顶层设计，深化储备管理体制机制改革，对中央政府储备实行集中统一管理，加快建设覆盖全国的物资储存和调运基础设施网络，国家储备基础和实力不断增强，在防范化解重大风险、有效应对新冠肺炎疫情中发挥了重要作用。

会议强调，我国是大国，必须具备同大国地位相符的国家储备实力和应急能力。要统筹解决好“储什么”、“谁来储”、“怎么储”的问题，系统规划、科学优化储备的品类、规模、结构，加快补齐补足关键品类物资短板。要加快健全统一的战略和应急物资储备体系，坚持政府主导、社会共建、多元互补，健全中央和地方、实物和产能、政府和企业储备相结合的储备机制，优化重要物资产能保障和区域布局，分类分级落实储备责任，完善储备模式，创新储备管理机制。要完善战略储备市场调节机制，增强大宗商品储备和调节能力，

更好发挥战略储备的稳定市场功能。要加大国家储备监管力度，发挥专业监管、行业监管、属地监管合力。

会议指出，近年来，我们推动污染防治的措施之实、力度之大、成效之显著前所未有。“十四五”时期，我国生态文明建设进入以降碳为重点战略方向、推动减污降碳协同增效、促进经济社会发展全面绿色转型、实现生态环境质量改善由量变到质变的关键时期，污染防治触及的矛盾问题层次更深、领域更广，要求也更高。

会议强调，要保持力度、延伸深度、拓宽广度，紧盯污染防治重点领域和关键环节，集中力量攻克老百姓身边的突出生态环境问题，强化多污染物协同控制和区域协同治理，统筹水资源、水环境、水生态治理，推进土壤污染防治，加强固体废物和新污染物治理，全面禁止进口“洋垃圾”，推动污染防治在重点区域、重要领域、关键指标上实现新突破。要从生态系统整体性出发，更加注重综合治理、系统治理、源头治理，加快构建减污降碳一体谋划、一体部署、一体推进、一体考核的制度机制。要统筹生态保护和污染防治，加强生态环境分区管控，推动重要生态系统保护和修复，开展大规模国土绿化行动，扩大环境容量的同时，降低污染物排放量。要加快推动产业结构、能源结构、交通运输结构、用地结构调整，严把“两高”项目准入关口，推进资源节约高效利用，培育绿色低碳新动能。要深入推进生态文明体制改革，加快构建现代环境治理体系，全面强化法治保障，健全环境经济政策，完善资金投入机制。要加强系统监管和全过程监管，对破坏生态环境的行为决不手软，对生态环境违法犯罪行为严惩重罚。要注意因地制宜、分类施策，体现差别化，不搞一刀切。

会议指出，统计监督是党和国家监督体系的重要组成部分。党的十八大以来，我们对完善统计监督作出制度安排，查处了一大批统计违纪违法案件，统计监督取得明显成效。要加强对贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展情况的统计监督，重点监测评价国家重大发展战略实施情况、重大风险挑战应对成效、人民群众反映突出问题解决情况等。要加快统计制度方法改革，加大现代信息技术运用，夯实统计基层基础，把情况摸清，把数据搞准，使监督结果经得起实践和历史检验。要推动统计监督和纪律监督、组织监督、巡视监督、审计监督等统筹衔接，加强工作协调和统计监督结果运用，提升监督效能。

中央全面深化改革委员会委员出席会议，中央和国家机关有关部门负责同志列席会议。

## 揭秘“演艺练习生”招募乱象

□据新华社报道

“3万元包出道”“5万元就可拍电影”……不少青少年对“明星梦”满怀憧憬，网络社交平台常常发布各种“练习生招募”信息。然而，“新华视点”记者调查发现，一些练习生的选拔，实际上是“钓鱼”青少年实施敛财。

### 为圆“明星梦”被忽悠甚至受骗

“你好，我是××娱乐的星探。在微博看到你的样貌和身材各方面条件挺好，是否有兴趣当我们公司的练习生？”北京的大学生萧艾（化名）在微博私信中收到一家自称总部在香港的经纪公司“星探”的邀约。喜欢偶像团体的她一直有着“明星梦”，于是答应参与线下面试。

在面试现场，萧艾发现，多数考生是年龄更小的初高中生。经考官简单问了几个问题后，萧艾被告知符合签约条件。但“星探”提出，萧艾“不是专业艺术院校出身”，需要接受包装和培训，费用为5万元。

“公司承诺，签约之后一年可以有固定的电视剧和电影拍摄资源，这笔前期支付的培训费用很快就可以通过工作挣回来。”被“明星梦”打动的萧艾决定签约，“当时很激动，感觉可以出道了。”

萧艾兴冲冲回家要钱，但家人认为她的决定太草率没同意。不久后，萧艾发现这家公司因涉嫌诈骗人去楼空。没过多长时间，她又遇到一次类似的招募，只不过培训费变成3万元。

萧艾遭遇的练习生骗局并非个案。所谓“练习生”，最早起源于日韩，是演艺公司挖掘、培养新艺人的一种模式。通常，一些演艺公司会从青少年中选拔练习生，再通过一定的培训流程择优出道。近年来，国内娱乐圈也引入这一模式。随着一些选秀节目的热播，出现了一批练习生出身的当红偶像。

一些不法分子乘虚而入。今年6月，江苏无锡网警公布一起案例，两名懵懂当明星的中学生陷入“练习生招募”骗局。两人加入一个名为“练习生招募交流群”的QQ群，群内自称是韩国某娱乐公司负责人的李某，伪造公司营业执照和身份信息，向两名学生索要练习生报名费、护照办理费、服装费等费用。

### “星探”遍地撒网忽悠人，机构“挂羊头卖狗肉”

在微博练习生相关的超级话题、练习生百度贴吧等网络渠道中，存在大量“招募”“成团”信息。其发布者往往自称“艺人统筹”“经纪人助理”，并配以公司的文字和海报介绍。此外，一些所谓的“星探”“经纪人”还会在抖音等平台以私信方式进行招募。

据广州某经纪公司新人开发部经纪人王海荣（化名）介绍，这些招募信息真假难辨，具体操盘者往往也是鱼龙混杂。

“我今年12岁，爱好唱歌跳舞，梦想成为一名艺人。”现在在上初三，希望在初中毕业前能找到公司合作。“14岁，有舞蹈基础，会弹钢琴”……在微博“练习生招募”超级话题中，不乏这样的自荐内容，发帖人大多是未成年人。知情人说，他们往往被视为敛财的目标。

记者以“想成为练习生”为题发表微博，不到一个小时，就有10余名自称“星探”的注册用户向记者发来私信信息，在推出公司海报、讲了几句内容相差无几的招揽“套话”后，纷纷要求添加微信。

在交谈中，“星探”们多以“公司有丰富的业内资源”“与各大平台有合作”等作

为开场白，在线上进行简单的信息搜集后，就要求记者参与线下面试，完成选拔和签约环节。

一个号称是“韩国cube娱乐公司中国分公司”的“经纪人”称，记者进入公司后可以去韩国进修，报名费是10万元到20万元，并称“有老师安排节目，争取中心位，一到两年就能小有名气”。

记者查询发现，该“经纪人”提供的分公司名称在网上查不到任何有效信息，其发送的公司地点显示是上海某地的厂房仓库。当记者提出疑问，该名男子随即表示是“公司刚成立名气太小”的缘故。

王海荣表示，以“潜力不错”为由忽悠人到公司面试后，这些“星探”和“面试官”往往会在现场承诺给予各种资源，诱导年轻人缴费签约。只要完成签约，这些“星探”就能获得相应提成。被“招募”的年轻人进入公司后，还可能遭遇各种要求“续费”的操作。

此外，一些培训机构也打着经纪公司的名号招募练习生。一位自称“湖南台旗下经纪公司”的“艺人统筹”对记者说，交一笔近2万元的训练费，就能获得演出机会。但经查询，该公司只是一家教育培训公司。

值得注意的是，记者调查发现，还有不法分子冒充大型经纪公司工作人员，以视频面试为由引诱未成年人脱衣。多位受访者向记者提供的聊天截图显示，账号名为“染色体集团特招”的用户，冒充长沙染色体娱乐集团有限公司工作人员，以检查文身伤疤为由要求面试者“脱衣服检查”。

记者在发布“想成为练习生”的个人微博后，一个名为“正在招练习生”的微博用户主动向记者发起私聊，表示“现在是秘密考核期，考核期间任何内容必须保密”，随即提出拍全身无遮挡身材等要求。

长沙染色体娱乐集团有限公司与乐华娱乐此前均曾发布声明，称有不法分子冒充公司名义非法行事，并提醒所有非官方渠道消息均为虚假信息。但截至记者发稿时，这些账号仍然活跃在练习生相关话题中，有不少人回复。

### 加大规范整治，切实保护青少年利益

当前，练习生已经成为演艺产业一个不可忽视的存在。爱奇艺公布的一组数据显示，《偶像练习生》节目中的100名练习生是从全国87家经纪公司、1908名练习生中选拔出来的。《创造营》《青春有你》以每年一季的频次播出，每季都招募了上百名练习生参赛。

多位专家表示，随着选秀节目热播，练习生市场走热，要高度关注这个领域的乱象，切实保护青少年群体的利益。

专家建议，相关部门应加大对市场的规范，同时有关平台也要注意对信息的监测和审核，减少不良信息传播。

西南政法大学民商法学院教授张力表示，应提醒希望进入娱乐行业的青少年和他们的家长，“要警惕违法分子虚构所谓‘出道’机会，诱导收费和签约。其行为可能涉嫌诈骗。”

而对于怀揣艺术梦想的年轻人，业内人士建议，不要轻信网络上不明身份者的许诺。当有自称“星探”的人主动联系时，一定要查验对方公司资质及其真实身份。“一般来说，线上的联系我们会采用蓝V账号，线下的选拔对于业务能力也有硬指标要求。”北京坤音娱乐经纪有限公司经纪人兰振荣说。

兰振荣表示，签订合同时要注意明确条款内容及违约条款等。“对需要缴费、签约年限短但违约金高的内容要提高警惕。未成年人的辨别和自我保护能力较弱，签约应在家长监护陪同下进行。”

张力建议，在面對练习生招募时要注重隐私保护，不要在网络上随意发布包括自己真实姓名、家庭住址、身份证号、高清照片等个人隐私信息。