

医美纠纷骤增 维权困难重重

记者调查整形失败者维权之路

“你觉得你给我造成麻烦了,我会让你活着离开济南吗?”

“给市场监管局打电话,一个字说得让我不满意,大嘴巴子照你脸上扇!”

“打完电话,我就放你走!”

据记者调查,现实中,医美维权遭遇困难的情况不在少数。接受记者采访的专家介绍,除了被少数医美机构使用“私刑”和“死亡威胁”外,大多数整形失败者在维权时还面临举证难、鉴定难等问题,一些医美机构或推卸责任拒不提供相关材料,或采取拖延战术。而在各地司法实践中,由于缺乏配套法律法规,即使诉讼成功,赔偿金额也往往和当事人诉求相去甚远。



医美乱象层出不穷 纠纷骤增维权困难

“相信我就把你变美,不相信我就把你的情敌变美”“没有美丽的外表,再有趣的灵魂也无人问津”“信你就来一针,不信请你继续丑下去”……

记者调查发现,当前,电梯间的洗脑式医美广告开始逐渐退散,但微信朋友圈、微博等社交平台上用文字和图片编织的容貌焦虑还在继续。最常见的就是拿一张长相普通或容貌有些缺陷的人的照片和一张长得比较好看的人的照片放在一起,然后再加一些富有暗示性的文字,比如好看的人在职场上容易“躺赢”等。

《2021中国职场女性洞察报告》显示,超五成职场女性有容貌焦虑,90后容貌焦虑的占比最高,达到60%。此前,有媒体面向全国2063名高校学生就容貌焦虑话题展开问卷调查,结果显示59.03%的大学生存在一定程度的容貌焦虑。

中国整形美容协会美容医学教育与管理分会副主任委员、北京至瑾律师事务所主任李岑岩对记者说,目前医美广告乱象较多,一些医美机构在广告中大肆渲染,是导致“容貌焦虑”产生的重要原因。

记者通过搜索发现,喜悦整形全称为“山东沃德喜悦医疗美容有限责任公司”,其实际经营范围并不包括整形外科、美容外科等经营范围,根据《医疗美容服务管理办法》,喜悦整形可能并不具备医美资质。此外,在济南市卫健委的网站上查询医疗机构资质,也查不到“喜悦美容整形医院”。

而在医美行业内,这种情况并不在少数。《2020年中国医疗美容行业洞察白皮书》显示,2019年我国具备医疗美容资质的机构约1.3万家,而非法经营的医美店铺数量超过8万家,合法医美机构仅占行业的14%。在合法的医美机构中,还存在15%超范围经营的现象。

一边是颜值经济和轻医美的普及化,一边却是医美乱象和纠纷的不断增长。中国消费者协会官网发布的全年受理投诉统计表显示,2015年医美投诉数量为483起,到了2020年已经达到7233起,增长近15倍。此外,在医美纠纷中,消费者维权往往非常被动,相当一部分医美纠纷的维权最终都以消费者败诉而告终。

在拥有18万人关注的百度贴吧“整容失败吧”,有上万条帖子诉说着自己因想变美而走过的弯路,有人曝出整容失败的素颜照,“几万元隆了个猪鼻子”“打了水光针脸烂了”“提眉留下两道疤痕”;有人用文字控诉自己被医美机构坑骗的过程,包括整容贷和各种

手术失败。

代理过多起医美纠纷的福建瀛坤律师事务所律师丁叶彬告诉记者,消费者想要医美维权成功,并不是一件容易的事。

“由于市场上充斥着假针剂、黑诊所,即使消费者万般小心,一不留神还是可能会掉入陷阱。更何况在接受医疗美容服务时,不少消费者并未与医美机构签订相应的服务合同,合同中也未明确约定具体的服务标准或者服务效果,或者没有留存相应的就诊记录、告知书等病历资料,有的甚至使用化名接受医美服务。一旦发生纠纷,消费者难以证明自己与医美机构存在服务合同关系,以及医美机构没有达到其承诺的服务效果等。”丁叶彬说。

缺乏相关评判标准 是否失败难以认定

就在喜悦整形事件曝出后不久,今年9月10日,四川成都的王女士称自己看病拍CT时发现左右胸不对称,疑似2020年8月在成都美绽美整形医院做的隆胸手术将假体放反。随后,她找到医院进行维权,院方拒不承认,称只有解剖才能证明。王女士称,维权时还遭到医院工作人员殴打致脑震荡,眼睛红肿,身体多处受伤。院方工作人员回应称对此事不知情。

近日,记者在大众点评上随机挑选了5家医美机构,以求美者的身份向客服咨询。当谈到万一出了问题会如何处理时,所有机构都表示手术是严格按照流程操作的,一般不会出现什么问题;当记者再三进行追问时,客服便一直兜圈子,没有一家医美机构正面回应这个问题。接受记者采访的多位当事人称,医美机构最常见的态度就是“前恭后倨”。

曾在上海某整形机构做了隆鼻手术的李小姐告诉记者,手术前,整形机构工作人员保证不会出现任何问题,把效果夸得天花乱坠,同时表示即使真出现什么情况也会全额退款加赔偿。但手术结束后,李女士发现鼻子是否的,两个鼻孔一大一小看上去十分怪异。再去整形机构时,对方已没了先前的热情,几次要求退款跟赔偿都不同意,再后来对方连面都不露了。

接受记者采访的专家认为,除了早期双方口头上的承诺没有用相应法律形式进行固定外,消费者维权困难的一个重要原因,就是在医美是否失败上缺乏判断标准,医美服务对消费者造成的部分损失难以量化。

中国卫生法学会常务理事、北京华卫律师事务所副主任邓利强向记者介绍,一般的医疗行为是过程义务,不是结果义务,判断一个医疗行为是否应当承担侵权责任,主要是

看这个医疗行为是否符合我们专业人员的诊疗规范,至于最后的结果是医生没有办法完全保证的。但医美行为除了医疗行为外,很大程度上也是一种消费行为。医美结果是求美者的标准还是医生的标准具有很大主观性。比如同一项手术,消费者觉得没有达到自己想要的标准,但在其他人看来手术已经很成功,只是由于消费者自身基础条件或自身认为没有达到其标准,这在实践中就带来了许多纠纷。

丁叶彬说,诉讼维权中消费者往往需要通过鉴定来证明自身遭受损害的程度,但目前我国尚无针对医疗美容的人身损害鉴定标准,对于医疗美容是否达到预期的效果以及医美服务是否对消费者造成外貌的损害难以认定。目前鉴定中常参照适用人身损害案件中的《人体损伤残疾程度鉴定标准》进行处理,对于未造成器官畸形或肢体功能障碍的损害,即使消费者认为外貌受到影响,鉴定机构也难以评判损害的程度。

而即便胜诉,消费者能够获得的赔偿也往往少于预期。

丁叶彬解释说:“若经鉴定机构鉴定,消费者的伤情未能构成伤残等级,对于消费者主张的外貌和精神伤害,将难以计算出对应的损失金额。在医美纠纷中,若消费者自身的过错也是导致损害的原因之一,那么在诉讼中,法院可能综合考量医美机构和消费者双方的过错程度,来裁决各方应分担的责任比例。比如,消费者为贪便宜选择去不正规的医美机构接受服务,或轻信来路不明的药物、器械等。”

“现在的美容整形收费极高,高到和医疗成本已经不相符合,但医美失败时,又会用普通的侵权标准来衡量赔偿。例如,我国关于人身损害赔偿的相关司法解释中,对于造成伤残、精神损害赔偿如何计算等都有确定的标准,但这个标准本来是应用于普通侵权案件的。对于求美就医者来说,整形失败后造成的精神痛苦和为求恢复带来的花费都是巨大的,但目前我们没有这方面专门的法律规范,导致赔偿所得较少。”邓利强说。

解决医美机构乱象 行业管理亟须加强

维权之路困难重重,行业管理亟须加强。

8月27日,市场监管总局发布的《医疗美容广告执法指南(征求意见稿)》规定,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。同时,将重点打击制造“容貌焦虑”、利

用广告代言人为医疗美容做推荐、以介绍健康养生知识等形式变相发布医美广告等乱象。

邓利强认为,一项医美行为是否妥当,仅仅由医美专业人士来评议可能存在问题。“我曾处理过这样一起纠纷,消费者因为耳部畸形去做了手术,我们的耳朵都是向后长的,但医美机构做出的耳朵是向前的,一看根本不像是正常的耳朵。但同行评议时却说耳朵的大体形状有了,根据患者体质和现在的医疗水平只能做到这样,这显然是不合理的。因此,由国家出台相关评价标准,建立一个第三方的中立评价机构尤其重要,这里面既要包含医美专业人员,还要包含其他领域的专家、普通个人等,不然对消费者来说太不公平。”国家重拳出击,整顿医美行业乱象显然十分必要,但作为消费者也要理性面对广告,切勿被营销人员忽悠,盲目、冲动消费。

邓利强说,除了加强医美行业整治和自律外,消费者还要认准正规有资质的机构和医生,不要轻信所谓朋友的介绍。“在国家卫健委官网的‘医院执业登记’和‘医卫人员’查询入口,可以看到医院和医生是否具有相应资质,正品药品都有国家药品监管码,可登录国家药品监督管理局网站,而一些城市也在微信上线了查询正规整形机构的小程序。此外,一旦发现非法医美机构,媒体也应及时揭露,提醒大家注意。”

与此同时,消费者在医美维权时也应该注意方式方法。

李岑岩说,她遇到过许多医美维权中的“医闹”行为,比如在医美机构诊疗场所拉横幅,聚众堵门不允许医美机构正常营业,在网络论坛中发帖,四处散播医美机构负面评价等,采取各种手段妨碍医疗秩序、扩大事态、给医院造成负面影响,向院方施加压力并从中牟利。

“有些医闹是对医院进行毫无依据的索赔,其实医院可能并没有过错。这不仅扰乱了社会公共秩序,不利于问题的真正解决,还会让真正的维权者利益受到损害。遇到纠纷后,如果协商或其他方式不奏效,最终还是应当通过司法途径来解决问题。”李岑岩说。

丁叶彬建议,鉴于协商解决纠纷相较于通过诉讼程序解决纠纷具有更简便、快捷、经济和及时化解矛盾的特点,当消费者与医疗机构发生纠纷时,消费者可选择与医美机构协商解决纠纷,同时在协商的过程中,注意留存相应的沟通记录,固定相关证据。若双方无法协商达成一致意见,消费者可向卫生、市场监管等部门反映、投诉。若医美机构的从业人员存在非法行医、销售假药等违法犯罪行为,消费者可以直接向公安机关报警,追究违法分子的刑事责任。(文丽娟 张守坤)