

医疗机构的推荐、产品厂家的推广，和不停歇的渠道广告与宣传，包括直播与平台种草，可以轻而易举地打造出一波关于美的新定义与新潮流。

可是制造美的标准有多轻易，实现美的道路就有多困难。想起过去切眼袋时，躺在手术床上闻到焦糊味的自己，小铭有些绝望地说：“美也开始内卷了。”

文 | 徐晴

编辑 | 金汤

运营 | 以繁

当医美走到脸边、走向耳廓，一场新的关于“美”的定义正在重塑。

不久之前，一个叫精灵耳整形的项目冲向了微博热搜第一，看起来明明是“姥姥嫌弃的招风耳”却在一夜之间成了最新的医美潮流。

有人向往，认为精灵耳会在视觉上起到显脸小的感觉；有人唏嘘，觉得跟不上这代年轻人对“美”的认知；还有人不解，女演员张蓝心在一档节目里吐槽，“你想显脸小，你直接嫁接一个大象耳朵不就完了吗？脸都看不见了，别人一见面都会问你，你脸呢？”

不仅如此，为了让腿更细的小腿肌肉阻断术、为了让颅顶更高的骨水泥填充术也齐刷刷登上热搜。这是一场对美的升级追求，还是一场失控的风潮？每日人物近期走访了北京三家医疗美容机构，也找到了几位医美行业的体验者与从业者，试图弄清楚精灵耳到底是什么，以及它为什么会突然爆红？

▲ 咨询人员展示的对比图，精灵耳也被机构称为贴发耳。图 / 徐晴 摄

“官方医生”

之后的几天里，我又去了两家整形机构，继续探究关于精灵耳与“美”的秘密。

两家的流程十分相似：先是一位高挑、面容姣好的咨询顾问接待我，了解我的基本情况和核心诉求。接下来，确认了我对精灵耳感兴趣，她们会直接带我去找有一大把头衔的院长或主任面诊。最后，医生和咨询顾问会一唱一和，告诉我，精灵耳这个项目有必要做，同时还有其他项目，总有一款适合你。

他们在我的脸上找到了各式各样的问题。一家机构的“高院”认为我法令纹重，鼻基底过低，面部紧致度不够，推荐我玻尿酸注射鼻基底和做热玛吉，另一家机构的主任医生觉得我咬肌较重，可以尝试瘦脸针。

马院更加直接，在我表露出对精灵耳的迟疑后，他捏着我的下巴仔细端详：“你要说（做精灵耳）就为了改变角度，显得脸小一点，那你这大脸留着干什么？”他抓住了我的苹果肌，捏起一块肉，冲着咨询老师说：“她多胖，她全脸都得吸，包括颧弓。这吸完之后，眼睛都显大了，她轮廓太大了。”于是，马院和咨询顾问达成了一致，把我安排得明明白白：先面部吸脂，15天后再“骨折”耳朵。

持续的容貌打击和贬损后，我似乎也觉得我的脸太大了，耳朵也许太贴面了？我仔细思考着几家机构的不同建议，在精灵耳的打造方式上，马院建议“骨折”，另外两家机构建议注射玻尿酸——最后的那位主任医生建议我打2支，一边注射1毫升，差不多要花3万块；“高院”剂量下得狠，建议我一共打5-8支玻尿酸，10万左右。

想必是我多少透露出了一些犹疑，“高院”面诊结束后，咨询顾问告诉我，过几天有一位擅长精灵耳注射的博士要来坐诊。于是，我再次来到这里面诊“王晔博士”的时候，他告诉我，我需要打20支玻尿酸。

也许是同一机构不同医生的巨大差别，也许是20支玻尿酸高达六位数的价格，终于点醒了我。我开始回想寻访精灵耳的过程，想探究“”这个项目到底是怎么重燃并走入普通人视野的？脑子里出现的第一个关键词是，一个叫“乔雅登”的玻尿酸品牌。

在这几家机构里，有两位医生都表示：“乔雅登是玻尿酸里最好的”，“美国的爱尔健他们家的，特别牛，玻尿酸（的使用者）当中没有人没听说过的”。

我查了资料，在某种程度上，他们的说法并不夸张。2015年，美国爱尔健旗下的乔雅登正式在中国大陆上市。与其他玻尿酸相比，乔雅登维持的时间更长，有1-2年左右；注射后也更柔和、光滑。但相应的，它的价格也更高。

在一家机构提供的价目表里，乔雅登一骑绝尘，把价格在2000-6000元区间的绝大多数玻尿酸远远落在了身后，价格达到6000到16000元不等，按照最多20支玻尿酸的注射量，精灵耳原价至少得是12万元。

▲ KOL陈佳楠此前在微博上发布的精灵耳相关内容。图 / 手机截图

直播和热搜之外，各个渠道也都有精灵耳的身影。

小铭有时会去成都太古里逛街，一张张精致的面孔彰显着这座城市医美产业的发达。她们有鞠婧祎或Angelababy同款的鼻子，与迪丽热巴相似的眼睛，和范冰冰一样的精致V型下巴，比女团成员Lisa更尖的直角肩。冬天零下10摄氏度的天气里，她们会顶着一张在小铭看来完美无缺、连头发丝都十分精致的脸，穿着露出整片大腿的高跟长靴，挺胸抬头、目不斜视从她身边“咚咚”走过。

一辆公交车驶过，上面写着“魔力抽脂，一天就变美”。走在路上，随处可见医美的广告牌，高考后有“变美迎来大学生活”，世界杯时有“评选最美足球宝贝”。打开手机，小红书、抖音、淘宝等平台里，大量的整形案例分享促使她“种草”；微信公众号里，新氧、更美的公众号常年推送女明星们的整容逆袭之路。另一个来自国元证券的数据也表明渠道广告与宣传的热闹，售价3500元的玻尿酸，其中有2000元是广告投放和营销成本。

小铭23岁，小时候，她常常穿亲戚剩下来的旧衣服，每当看到同学买了新的书包，新的裙子，她都非常羡慕，甚至“想过要不要偷回家”。

如今，密密麻麻的医美氛围，层出不穷的渠道狂欢，更让小铭觉得，美是排在

第一位的。美的概念也似乎在她看到的世界里被重新设定，她正在认真考虑精灵耳，就像是看到了一种神奇的变美方式：“因为真的可以显脸小，我的颧骨太宽了。”

她在成都做文案工作。这份工作可以带给她每月12000元左右的薪水，其中60%以上，被她用来做各类医美项目。两年下来，花呗、借呗欠了近三万元，随时有崩盘的危险。

宁可不吃飯，不买漂亮衣服，也要存钱做医美。最初是几十到几百块的皮肤清洁，几千到上万元不等的水光针、热玛吉，然后是手术切眼袋、玻尿酸填充鼻基底、肉毒素打造直角肩、“熊猫针”去黑眼圈。

而熊猫针放在医美的谱系里，正是“上一个精灵耳”。

内卷的美

在某种程度上，可以将精灵耳的诞生看作医美行业逐渐走向成熟、透明的阶段里，为了对抗日渐升高的获客成本，寻找到一条扩大利润、扩大客户群体的新方法。

“上一个精灵耳”也是类似。林小婉是成都一家医美机构的医生，在她的印象中，在精灵耳之前，大获成功的是“熊猫针”，它的推广跟一个叫“嗨体”的产品有直接联系。

嗨体是另一种注射用的透明质酸钠，主要用于治疗颈纹和改善肤质，其生产厂家正是被看作“医美第一股”的北京爱美客。最初，嗨体被用来祛除颈纹，“天鹅颈”项目诞生。随后，一个专门针对黑眼圈和泪沟的新嗨体诞生了，叫做“嗨体熊猫针”。

去年8月，林小婉收到了一份电子版的邀请函。页面显示，西安的一家机构召开熊猫针发布会，设置了现场注射和交流分享环节，四位“行业内知名的医生”会分享临床经验，讲解注射技法。她的同事也收到了邀请函，其中一位就去参加了发布会。

这之后，林小婉所在的医美机构引进了这个项目，并在后续的几个月里，招徕了大量想要消除黑眼圈的消费者，熊猫针成了机构里的网红产品。

大多数的医美项目背后，都有一款专门的产品或设备的推行，就像热玛吉与热玛吉3、4、5代机器，熊猫针项目与嗨体熊猫针，精灵耳与乔雅登玻尿酸。一个关于“美”的概念的新建，需要医美机构、产品公司与多个平台的推广配合。

对这个共同定义了“新大众审美”的三方，寻找更多的用户，扩大医美消费需求是共同目的，他们正在尝试不断开发低风险、高利润的新项目。与其他项目相比，精灵耳更加独特——它需要的玻尿酸量更大，能赚更多的钱。“全脸（的项目）也用不到那么多玻尿酸”，王琳说。

小铭的经历代表着大多数人接触医美从简单到复杂的顺序：先从一个1元或9.9元团购的“小气泡”入手，然后是光电类项目，比如热玛吉，接着是针剂类项目，比如肉毒素和玻尿酸，最后是手术类，手术祛眼袋。这三种项目的普及程度递减，利润率递增。究其本质，越神秘，越陌生，越赚钱。