

# 看上去很美

整形美容手术在中国

Cosmetic  
Surgery  
in  
China

文华 著 刘月 译

Buying Beauty



上帝给了你一张脸，你却自己造就了另一张。  
——莎士比亚，《哈姆雷特》第三幕第一场，141—142

# 看上去很美

整形美容手术在中国

Cosmetic  
Surgery  
in  
China

文华 著 刘月 译

Buying Beauty

华东师范大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

看上去很美: 整形美容手术在中国 / 文华著. —上海: 华东师范大学出版社, 2019.

ISBN 978-7-5675-8985-8

I. ①看… II. ①文… III. ①美容术—社会影响—社会调查—中国—现代 IV. ①R622 ②D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 059461 号

Buying Beauty: Cosmetic Surgery in China, by Wen Hua was originally published in English by Hong Kong University Press.

© 2013 Hong Kong University Press.

All rights reserved. This translation is published by arrangement with Hong Kong University Press. [www.hkupress.org](http://www.hkupress.org).

本书简体中文版由香港大学出版社授权华东师范大学出版社有限公司独家出版, 并在全球发售。未经香港大学出版社书面许可, 不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

上海市版权局著作权合同登记 图字: 09-2014-546

## 看上去很美: 整形美容手术在中国

著 者 文 华  
译 者 刘 月  
策划编辑 顾晓清  
项目编辑 李泽坤  
装帧设计 周伟伟

出版发行 华东师范大学出版社  
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062  
网 址 [www.ecnupress.com.cn](http://www.ecnupress.com.cn)  
邮购电话 021-62869887  
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com/>

印 刷 者 苏州工业园区美柯乐制版印务有限公司  
开 本 890 × 1240 32 开  
印 张 8.75  
字 数 199 千字  
版 次 2019 年 4 月第 1 版  
印 次 2019 年 4 月第 1 次  
书 号 ISBN 978-7-5675-8985-8/C.266  
定 价 49.80 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题, 请寄回本社市场部调换或电话 021-62865537 联系)

# 目录

|          |     |
|----------|-----|
| 导言 ..... | 001 |
|----------|-----|

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第一章 整形美容手术的文化背景 ..... | 027 |
|-----------------------|-----|

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第一节 中国整形手术的文化史 ..... | 029 |
|----------------------|-----|

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第二节 中国首位“人造美女” ..... | 058 |
|----------------------|-----|

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第二章 社会转型中的“美丽资本” ..... | 087 |
|------------------------|-----|

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第三节 “漂亮就是资本” ..... | 089 |
|--------------------|-----|

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第四节 从“铁饭碗”到“青春饭” ..... | 116 |
|------------------------|-----|

### 第三章 美容经济和“美女外交” .....139

---

第五节 身体的商品化 .....141

第六节 中国的美容经济和审美观 .....167

### 第四章 全球化和美的形象变迁 .....185

---

第七节 从芭比娃娃到“韩流” .....187

第八节 本土的和国际的 .....209

结论 .....231

---

注释 .....241

---

参考文献 .....245

---

致谢 .....270

---

导  
言

Buying Beauty  
Cosmetic  
Surgery  
in  
China



上帝给了你一张脸，你却自己造就了另一张。

——莎士比亚《哈姆雷特》第三幕第一场

## 引 言

2004年12月，在一次随意交谈中，一位德国朋友问我：“你看到英国广播公司（BBC）报道中国‘人造美女选美大赛’的新闻了吗？据说一位60多岁的老太太和一个变性人也参加了，太不可思议了！中国发生了什么？”我无言以对。朋友的震惊态度，映射了当今中国的真实情况和外部形象之间的脱节——中国人正在用包括整形美容手术在内的一切方式自由地追求美丽，而国外的人们对中国的印象可能还停留在“一个压制对美的追求的社会主义国家”。正是这种脱节引发了我对人造美女选美大赛和空前繁荣的中国整形美容业的好奇，也启发我开始了相关研究，因而才有了这本书。

人造美女选美大赛于2004年12月在北京举行。据说，这个比赛的想法诞生，是在18岁的女孩杨媛因曾经整形美容而被取消2004年环球小姐中国大赛参赛资格之后。2004年2月，杨媛在北京一家整形美容医院花了11万元，一共做了11项手术，包括隆鼻术、隆颧术<sup>1</sup>、隆颏术<sup>2</sup>、下颌角去除术<sup>3</sup>、重睑术<sup>4</sup>、上下唇再造术、畸齿矫正术等等。杨媛还决定在手术后参加2004年北京赛区的环球小姐中国大赛，她计算好了手术时间，以保证在5月的首轮比赛前能够恢复。手术非常成功，杨媛顺利闯过了比



赛的第一轮和第二轮，成为 30 名决赛选手之一。然而，正当她为决赛做准备时，却收到了组委会取消她参赛资格的通知，原因是她是一位“人造美女”。因为整形美容医院用了杨媛手术前后的对比照片做广告，而她本人也并没有试图隐藏，所以组委会得知了这件事。出于愤怒和失望，杨媛决定捍卫自己的参赛权，因为赛制并没有反对整形手术的规定。2004 年 6 月 1 日，杨媛提起诉讼，控诉组委会取消她的参赛资格、对她使用歧视性语言（“人造美女”）是侵权行为，要求组委会公开道歉。另外，她还争辩道，组委会在比赛规则中并没有提到禁止整形美容者参赛。2004 年 7 月 20 日，北京市东城区人民法院作出判决，裁定杨媛起诉选美大赛组委会侵犯其权利和尊严一案理由不充分，驳回诉讼请求。

虽然杨媛输掉了官司，这件事却被中国媒体广泛报道，她也因此出名，很多报纸和杂志上都登有她的故事和照片。几个月后，她出版自传《我就是人造美女》，并且成为给她做手术的那家整形美容医院的“形象大使”。此外，更让人吃惊的是，曾经取消杨媛比赛资格的环球小姐中国大赛组委会不久后宣布，他们会专门为做过整形美容手术的女性新办一个选美比赛。就这样，2004 年 12 月，人造美女选美大赛在北京拉开帷幕，共有 19 位选手参赛，年纪从 17 岁到 62 岁不等，每人都有医生开具的表示她们曾接受整形美容手术的证明。可想而知，这次选美比赛的赞助商中不乏整形美容医院和手术用品制造商。2004 年 12 月 18 日，22 岁的女学生冯倩力压其他 18 位选手，成为中国首届人造美女选美大赛冠军。而两位备受瞩目的选手——年龄

最大的刘玉兰（62岁）和变性人刘晓晶则共同获得了最佳新闻印象奖。

最开始从德国朋友那里听说杨媛和人造美女选美大赛时，我感到既不可思议又困惑不解。以前，我几乎没怎么听到过有关整形美容的事，但是从2003年开始，关于整形美容的报道大量增加。这股新潮流似乎是由一个年轻的中国姑娘、被国内外媒体称为中国第一位“人造美女”的郝璐璐引起的。不管打开报纸、网页还是电视机，都能看到一大批关于中国“人造美女”的报道。一方面，有些报道体现的是做整形美容手术的女性终于能勇敢地追求美丽、把握对自己身体的掌控权，这是在改革开放前不敢想象的事；另一方面，也有报道披露大量女性因整形美容手术失败而毁容甚至死亡。很多媒体报道称，过去十年间中国至少有20万人因整形美容手术而毁容（Weaver, 2003）。最典型的报道案例是关于有些做过隆胸手术的女性，她们因为注射了一种叫亲水性聚丙烯酰胺凝胶的化学物质而发生感染、胸部损形。

看到这些中国“人造美女”的故事，我不禁想，为什么明明有这么多关于手术的副作用和危险的报道，却还有越来越多的中国女性愿意接受整形美容手术？她们是谁？为什么她们会这么在意自己的外貌，甚至不惜为此动手术？她们想要做些什么手术？如果整形美容手术真的改变了她们的生活，又是怎样的改变？更广泛地说，我想知道为什么整形美容手术会突然在中国流行起来，就在几十年前这个国家还有许多人将对美的追求看作是一种堕落的追求。我们应该如何解释短短数十载间，这

种从中山装到追求华丽外表的转变？简言之，正如我德国朋友的发问：“中国发生了什么？”在本书中，我将尝试回答这个问题。

### 以整形美容手术为研究重点

首先，请允许我对两个关键词“整形美容手术”和“人造美女”进行解释。人们有时候会互换使用“整形手术”（plastic surgery）和“整形美容手术”（cosmetic surgery）两种说法，但实际上两者有重要区别。一般来说，整形手术既包括功能修复手术，也包括外形上的提升，但更多还是用来指前者。根据美国整形美容外科研究院（AACS）的定义，整形手术是一门外科专业，专门用于修复因先天失常、外伤、烧伤、疾病等导致的面部和身体缺陷；而整形美容手术则是一门附属专业，仅限于通过手术和医学方法提升外貌<sup>5</sup>。整形手术（整复手术）是治疗需要，而整形美容手术（美容手术）则完全是可选项，其作用仅仅是改良人的外貌。“Plastic surgery”对应的中文翻译是“整形手术”，既包含了“整复手术”（reconstructive surgery）也含有“整形美容手术”（cosmetic surgery）的意思。本书中整形手术一词是广义用法，涵盖了上述两种领域的手术实践；整复手术和整形美容手术则分别指代两个领域；本书重点研究整形美容手术。

另外一个需要说明的关键词是“人造美女”，指通过整形美

容手术提升了自己外貌的女性。“人造美女”是一个新名词，从2003年开始流行起来。近年来这个词在中国媒体报道中屡屡出现，反映了中国整形美容行业的空前繁荣。“人造美女”，即选择通过整形美容手术提升外貌的女性，是本书研究的重点。虽然此次研究的调查对象都是中国女性，但这并不意味着男性中没有人做整形美容手术。事实上，整形美容手术不再是女性专属行为，近年来中国男性也开始涉足这个领域。不过，在接受整形美容手术的人中，女性仍然占绝大多数。由于我所做的田野调查的局限性，本书将只讨论中国“人造美女”，将中国男性通过手术进行的身体改造和整形美容手术的性别参与比较研究留待以后。

再回到杨媛和人造美女选美大赛。选择这次人造美女大赛作为讨论的起点，是因为有关这件事的报道引发了一些有趣的辩论。近年来大众媒体一直青睐选美大赛和中国整形美容行业，所以当两者绑到一起，事件引发媒体密集报道和全球广泛关注也就不足为奇了。这些报道体现了三种看待问题的视角。其中之一来自把做整形美容手术看作是她们的“权利”和“解放”的女性。比如，当被问到为什么提起诉讼、要求选美大赛组委会公开道歉时，杨媛说，“我只是想要回属于我的权利……我希望将来我们这类人在社会中能有立足之地”（Yardley, 2004）。人造美女选美大赛中两位广受媒体关注的选手也有类似说法（Ang, 2004；BBC, 2004）。其中一位是年纪最大的选手刘玉兰，她看起来“至少比62岁的真实年龄年轻10岁”（Ang, 2004），她将自己的年轻面容归功于拉皮手术和眼睑整容术。她告诉媒

体，“以前，我都不敢想象有地方能让衰老的人变年轻，让难看的人变漂亮”（BBC，2004）。她说参加比赛不是为了得奖，而是想向自己和周围的人展示她重拾的自信。刘玉兰说，“我想向社会传达一个讯息——对美的追求是没有年龄之分的”（BBC，2004）。媒体重点报道的另一位参赛选手是21岁的刘晓晶，她做了眉毛、鼻子和脸部轮廓手术。比赛过程中，她被爆出直到三年前还是一位男性。她说之所以没有告诉组委会她是变性人，是因为没有人问过她，如果组委会要取消她的参赛资格，她会通过法律途径寻求公正。“变美是每个人的愿望……我现在从法律上说已经是一个女人，这次比赛是我女性生涯正式迈出的第一步……是我人生中的一个转折点”（Ang，2004）。

显然，杨媛、刘玉兰、刘晓晶都强烈认为她们有权利追求美丽、青春和女性气质，有权利以整形美容的方式购买美丽和青春，表达自我意识。当通过整形美容手术实现梦想的时候，她们似乎超越了年龄、性别和外貌的界限，她们的身体不再象征注定不可变更的命运，而是变成了灵活的资产。她们似乎把自己的身体当成一个原材料的集合体，可以利用这些材料塑造真正的自我。这种观点将改造身体看作是获得自主权和自我决策权的一种方法，使其合理化，并将一些女性改造身体的愿望解释为解放自我的渴望。不过我们也看到，因为这次高调的诉讼案，杨媛做手术的整形美容医院和选美大赛的组委会得到了宣传，就在几个月后，同一组织方举办了人造美女选美大赛。从这个意义上来说，杨媛通过整形美容和诉讼表达的个人自由和主体性，对整形美容医院和选美大赛组委会而言实际上起到

了一种营销策略的作用。

不难想到，有一些中国学者提出批评意见，认为女性做整形美容手术是对男性凝视的屈服（*China Daily*, 2004b），这种批评与某些女权运动者的论点一致。很多女性主义者都主张，女性做整形美容手术是对男性主导的审美观的屈服，而整形美容手术只是一种对女性身体进行殖民的手段（Morgan, 1991），是男权和资本市场合谋打造出的“美貌的神话”（Wolf, 1991）。所以，本书中我将重点关注的第一个问题是：接受整形美容手术的女性，在何种程度上是男权和资本市场构造出的“美貌的神话”的被动受害者，又在何种程度上是通过掌控自己身体，实现自我意识的行动者呢？作者将研究解放的话语和征服的话语之间的差异，两者都与最近中国人通过整形美容手术改造身体的实践相关。

另一种看待整形美容手术的视角来自中国国有媒体，即用“进化”或“市场化”的论述来描绘这种现象。关于整形美容手术的大受欢迎，一种典型的报道方式是声称随着中国人民生活水平的提高，中国女性越来越关注自己的外貌和身材，例如“随着社会经济的快速发展，人们变得更加富足，有更多的钱去追求美丽。所以，这股人造美女热潮几乎是不可避免的，正如这次专为这类女性所举办的比赛”（*China Daily*, 2004c），和“随着人们变得更加富裕、更加在意他们的外表，中国的整形手术也迅猛发展”（*China Daily*, 2004b）。这种说法认为，对美的需求日益增加是中国经济增长的结果。换言之，人们的外貌和身材变成了他们经济条件的产物。

当美丽的脸庞和年轻的身材可以轻易用钱买到时，毫无疑问，过去 20 年来，一场被广泛承认的“消费革命”（Davis, 2000）已经在全球人口最多的国家上演。然而，对美的追求仅仅是经济繁荣的一种象征吗？女性花钱做整形美容手术时，追求的除了美丽脸庞和年轻身材，还有美丽外表和个人身体行为所包含的象征意义。追求美丽不能被简单解读为经济繁荣的产物。整形美容手术是一个有关消费者选择的问题，但也涉及到资本市场对个人生活最私密的领域——身体的控制。这就要求我们分析资本市场作为新的权力形式对女性身体的控制。中国市场已深深地形塑了国人的身体观和审美观。但仅是市场，并不足以解释人们关于什么是美、什么是丑的观念的形成的原因。市场虽然是消费者的一个选择，但不能脱离国家对个人身体的管理和表现的控制作用。这就要求我们研究国家权力在引导或控制“美容经济”中所发挥的作用，所以作者要探讨的第二个问题是：当美变成一种可以购买的商品，改造身体成为一种消费选择时，市场通过对身体的商业性改造，在多大程度上控制了个人生活？而国家为了在规训和塑造女性身体管理中发挥重要作用，又在多大程度上与市场协商合作呢？本书将研究整形美容手术对女性身体形象的重塑，与改革开放后国家权力和市场力量的重构之间的复杂关系。

媒体提供了看待这个问题的第三个视角。有记者强调，参赛者热衷于做双眼皮手术和改变其他特征，使自己接近“白种人”长相。的确，双眼皮手术已经成了包括中国在内的亚洲地区需求量最大的整形美容手术之一。他们有时候将整形美容

手术看成是中国审美标准“西方化”<sup>6</sup>的一个标志。例如，一位《泰晤士报》记者评论中国第一位人造美女冠军冯倩说：“整形美容手术给了她西式‘双眼皮’，将她的脸雕刻成心形，抽脂术则让她变得苗条。”（Coonan, 2004）

虽然中国女性喜欢白种人面孔的一些特征，但中国似乎也形成了一套更有自己文化特征的审美标准。不可否认，眼下整形美容行业在一个受到西方审美标准极大影响的氛围中繁荣发展。但是，中国女性对于“双眼皮”、“大眼睛”、“高鼻梁”、“丰满的胸”和“白皮肤”的热衷与西方界定美女的标准可能并不完全吻合。逐渐成型的中国审美标准可能并非简单模仿“白人美的全球标准”（Kawazoe, 2004；另见 Miller, 2006）。所以，我要讨论的第三个问题是：在全球化时代，中国的审美标准和实践在多大程度上受到了全球化力量——比如无处不在的英美审美理想——的影响？中国女性对美的认知和身体实践又在多大程度上呈现了中国历史和社会文化背景下的特殊含义？简言之，这本书将研究全球化时代，在审美标准以及求美实践方面，同质化与异质化趋势间的张力。

本书将主要探讨在塑造中国女性对美丽外表的认知和通过改造身体追求美的实践中，市场、国家和全球化起到的作用。作者以当代中国女性通过整形美容进行的身体改造为视角，探索女性身体形象的重塑、个人身份的重建、改革开放后全球消费主义浪潮下国家权力和市场力量的重构三者间的关系。



## 美和女性身体形象在中国

当然，整形美容手术并非是中国女性的专属行为，但随着中国在短短几十年间从改革开放之前的计划经济转变为改革开放后的市场经济，整形美容手术在中国的意义和蕴涵就非常值得研究了。考虑到这一点，我将回顾一些此前关于美和女性身体形象在中国的研究。

虽然已经有学者做了很多关于西方国家的整形美容手术历史、文化（Blum, 2003；Gilman, 1999；Haiken, 1997）以及其女性参与整形美容情况的研究，但关于中国整形美容手术的研究却几乎为零。在中国学术期刊为数不多的探讨整形美容手术的文章中，给出的主要是主流女性主义框架下的分析。中国学者大多数将做整形美容手术的女性看作是男权社会和消费主义的受害者（丁少彦，2006；Jiang, 2004；龙鸿祥、刘嘉，2006；唐静文，2005；王砚蒙，2005；张敏，2004）。在对选美比赛、美容行业、瘦身文化和广告的研究中也可以看到类似的观点，批评美容和装扮身体是女性对男权审美体系和资本市场消费文化的屈服（姜秀花，2003；徐敏、钱宵峰，2002；薛玉香，2005；杨雪云，2005；杨书，2005；章立明，2001）。

与这些中国学者的视角不同，包苏珊（Brownell, 2005）将中国的整形美容手术与西方影响、民族主义联系起来研究，包苏珊剖析了文化和政治内涵如何被嫁接到整形美容手术实践上。具体来说，包苏珊通过聚焦双眼皮手术案例，讨论中国整形美容医生如何声称他们的技术优于西方同行，以及中国人如