



先吃后吐、边吃边吐，也是大胃王视频圈中心照不宣的套路。

在央视报道中，一位美食博主就曾透过亲身实践，讲述了一支大胃王视频是如何完成的。在保证场景不变的情况下，多次间隔进食，再透过视频剪接，最终用30个小时实现了一次性吃完所有食物的效果。

先吃后吐、边吃边吐，也是大胃王视频圈中心照不宣的套路。视频里的大胃王看似吃完了摆在面前的30份面条，而且每一口都吃进了嘴里。但另一个角度拍摄的视频中，塞进博主嘴里的面条，又被吐在了桌下的垃圾桶里。

后期剪辑、催吐、遮挡、特制餐具、镜头角度……在吃播圈子里，假吃早已成为一个公开的秘密。总之，为了营造出“主播真的很能吃”的效果，吃播们可谓使尽浑身解数。

并且越震撼，播放量越高，收益越高。早在2016年，大胃王吃播刚在国内兴起时，单条视频超百万

观看的情况就屡见不鲜。而吃播界的鼻祖韩国奔驰小哥，他曾经一个人吃过20碗炸酱面、50个鸡腿、100串烤串。据说，依靠粉丝打赏，在电脑前吃一晚上饭，他能赚1500美元，此前因为涉嫌虚假宣传自己销售的保健品，他已被起诉。

另据《新京报》报道，有位头部大胃王主播，一年的收入超过700万元。在百万级别的粉丝主播中，只要在直播中吃50人分量的食物，就可以获得餐饮店或是食品公司等商家提供的50万元收入。

上海师范大学教育学院心理系教授、上海师范大学儿童发展与家庭研究中心执行主任蔡丹在接受《新民周刊》采访时表示，从社会心理学角度来看，吃播的流行或缘于社会感染效应，即有一些社会事件或有人说过话、做过的事情，引起别人的关注，从而进行传播。

“越能触发别人情绪的事情越

容易引起社会感染效应。吃东西是人的本能，是马斯洛需求理论中最基础的需要，大家都是喜欢吃的，所以之前就有‘吃货’的叫法。自己吃了之后，人们就开始看别人吃什么，在哪里吃饭。这时，我们考虑的不是吃饱的问题了，而是怎么吃出花样，吃出个性，吃就满足了更高层次的需要，象征了一种地位。”蔡丹解释道，“网络直播的强烈反馈（关注、点赞，甚至是批评）也会助长社会感染。此外，吃播还符合了人际吸引的一些特点——互补，因为自己吃不到或者吃不了，但别人能做到时是可以满足自己某种需要和欲望的一种事情，尤其是人们在自己控制饮食或者有饮食障碍的情况之下，更喜欢去看别人吃。同样地，对于吃播主而言，除了关注，他还可能得到经济上的收益，同时满足了心理上和物质上的需要。因此，即使明知风险，吃播们还是愿意铤而走险。”

当然，网络上也有人说：“吃播花自己的钱，买的食物，有权吃了就吐，又没偷又没抢。”但在视频镜头背后努力催吐的吃播，可曾想过，世界上每年还有1亿人因为粮食不足需要挨饿。

中国科学院地理科学与资源研究所调查数据显示，我国餐饮食物浪费量约为每年1700万至1800万吨，相当于3000万到5000万人一年的口粮，意味着水、土地、能源等资源的无效消耗。

正如央视评论所言，大胃王吃播本意是给观众分享美食、传递快乐，同时收获粉丝和打赏，但靠大量进食吸引眼球，无形之中也用亲身实践伤害了自己的身体，也可能

左图：韩国奔驰小哥。

