



## 减肥训练营：“夺命”生意？

一些减肥训练营的“疯狂做法”，不时见诸媒体。近乎苛刻的减肥方式是否科学合理？亮眼的减肥成绩背后，暗藏哪些套路？极速瘦身到底是为健康还是流量，减肥这门野蛮生长的生意，究竟该谁来监管？

□记者 | 吴 雪

翠花去世后的半个月，名叫“翠花要逆袭”的抖音账号粉丝突然涨到了1.5万。昔日115个励志减肥训练视频，一夜之间全部删除清空，唯一留下两个黑图打底的视频公告，文字很短，只有几句话，字里行间像是在舆论挤兑下被迫作出的澄清：“此事与大黄蜂训练营无关，请不要网暴训练营，事情已经过去，我们不愿意再难过了。”

公告视频有6166个点赞，但评论区设置了“仅作者自己评论”，评论数为零。作者限制发声，可以理解，但“翠花之死”的争议，反倒因控评动作，声量变得越发大了，网友们转战各大新闻账号下，将不满、惋惜、愤怒喷涌而出。其中，关于减肥训练营的声讨，为数最多。

知情人称，2022年，翠花签约广东东莞某公司做网红，辗转去了

上图：减肥夏令营，学员在进行杠铃训练。

四个减肥训练营，第一站在东莞，出事时在陕西。陕西这家名叫“青健健身俱乐部”的减肥训练营位于华阴市华山镇，5月27日，翠花进营第三天一早，该训练营员工发现她已离世，对外宣称死亡原因为休克。

目前，该训练营已与家属达成和解并赔偿。初步查明涉事训练营今年3月刚办理营业执照。翠花之死，