

上海纽约大学社会学助理教授缪佳分析，为获得持续关注，部分主播只能靠不断挑战生理和道德红线，来刺激观众的神经。直播展示看似是一种便利和选择，实则也是一种束缚甚至是“操控”，尤其当一部分人没有足够的思想和认知时，会被推着往前走。

不良直播导致的另一个副作用是，引发大众纷纷效仿。在过度减肥渐成网络风气的当下，“翠花之死”或许是一个警醒：选择舒适的，可以长期坚持的减肥方式，才能在追求苗条身材的同时保持健康的体魄。

粗放的空白市场

值得一提的是，由于减肥营的从业门槛较低，入场玩家越来越多，引来了恶性竞争，而埋单者往往只有学员一方。作为消费者的年轻群体，学员们基本只能忍气吞声。“毕竟在大山沟里维权真的很难，四周都是山路荒野，三公里内人都没有，还是不起冲突为好。”

梦梦说：“入营时让我签的合同里，写了保证减重的区间在10—30斤之间，即使减不到销售承诺的那么多，也很难告他们虚假宣传。”何洛也表示：“其实学员是很弱势的，我担心会被报复，所以要回一部分钱后，我没有投诉。”

教练许乐直言，现在不少小型减肥营没有营业资质，缺乏真正的

专业教练，没有健康的减脂理念，甚至有的训练营40人班只配备一两个教练。“这就直接导致服务质量良莠不齐以及负面新闻不断被爆出，让整个行业都不好过了。”

《新民周刊》记者发现，目前国内没有明文规范和监管减肥训练营这一行业。一些减肥训练营以健身俱乐部、健康管理机构等名义注册，但实际上并没有相关资质和证书。在招聘软件上，减肥训练营对于教练的招聘标准并未提及资质要求，HR询问最多的是工作经验、运动特长，最多要求一些形体条件作罢。

在一家收费颇高的网红训练营里，一位号称从100公斤瘦到50公斤的网红教练兼创始人，在面试时，一面卖力地讲述自己通过节食加疯狂运动瘦下来的经历，一面向学员传递着“如果连体重都控制不了，还怎么控制自己的人生”的人生心得。但应聘者却在她的朋友圈发现，这位所谓“经验丰富”的教练，也仅仅是在半年前参加过7天营养课程培训。而她所创办的减肥训练营，却“一位难求”。背后的原因，除了卓越的营销手段，也因为她抓住了当下减肥者的心态，打准了人心的七寸。

但事实上，据一家正规减肥训练营的负责人透露，相比较健身房，减肥营的教练要求反而更高。他表示，公司现有80%的教练都是从体院本科实习生开始培养的，专业能力、文化程度、沟通能力是一方面，

“服务者姿态”也是很重要的培训内容。

那么，消费者如果通过社交平台获取广告内容，遭遇了上述情况，社交平台如何进行监管？

河南豫龙律师事务所律师付建表示，实际上，平台在处理类似内容时，对此采取了一定的警醒措施。如在小红书，搜索“减肥训练营”时，会发现“减肥训练营避雷”的关键词处于优先位置，且搜索内容时，“减肥训练营避雷”相关的笔记会优先推荐。

但显然，这些还远远不够。付建表示，平台的主要责任是对发布内容是否违规进行审核。平台对内容的监督责任，包括主动发现虚假信息后采取删除、屏蔽、断开链接等措施，以及被侵权人投诉后及时采取必要措施。如果因平台监督不到位而发生了针对消费者的侵权行为，平台应承担赔偿责任。

一再发生的减肥训练营悲剧向全社会发出预警，珍爱生命，科学减肥。

对此，一般有志于减肥瘦体的人固然要有一个正确的态度，远离野蛮减肥，回归常态生活，养成良好习惯。而相关监管部门也要切实负起看门人的责任来，以常态化监管将那些“疯狂”训练营纳入制度的笼子，一起守护减肥人士的健康。

那么，问题来了，这个世界上只有身材是唯一的评判标准吗？当然不是，你可以不是iPhone腿、A4腰，也可以不是标准身高、大长腿。这些标准与评价，并不影响你成为一个闪闪发光、积极可爱的人。（文中人均名为化名）

相关监管部门也要切实负起看门人的责任来，以常态化监管将那些“疯狂”训练营纳入制度的笼子，一起守护减肥人士的健康。