

“刷牙就能瘦”，为啥有人信？

记者调查伪科学话术与焦虑营销下的减肥陷阱

随着生活节奏加快,加班、熬夜、饮食不规律成为部分人的生活常态,进而导致肥胖成为国家卫生健康领域一个不容忽视的问题。数据显示,我国人口超重率与肥胖率分别达34.3%和16.4%,并呈逐年递增趋势。今年3月,国家卫生健康委员会表示将实施“体重管理年”3年行动,普及健康生活方式。这一度让“减肥”成为社会热议的焦点。

一些商家发现了其中存在的商机,有的动起了“减肥”“瘦身”的歪脑筋:“7天瘦10斤”的承诺背后,是脱水称重的数字游戏;“减肥逆袭人生”的案例背后,是精心编排的营销剧本;“封闭式魔鬼训练”的口号背后,是透支健康的危险赌博;“瘦身针”“缩胃术”的流行背后,是对医疗边界的疯狂试探……

当科学管理身材被异化为商业狂欢,这场关乎全民健康的行动,正被一些商家套上层层枷锁。

“当场减腰围2至5厘米”“减肥不忌口,火锅、奶茶都可以吃”“减重牙膏可有效抑制虚假食欲,让你刷刷牙就能瘦”“用高科技仪器刺激穴位疏通经络,40天瘦20斤不反弹”……

记者近日调查线上线下多家减肥机构发现,五花八门的“瘦身神器”层出不穷,从口服的减肥产品到外用的减肥仪器,一些机构通过制造身材焦虑、夸大宣传、伪造科技概念等手段,打出一条条“深入人心”的宣传标语,“俘虏”了不少减肥者的金钱与健康。

数据显示,我国人口超重率与肥胖率分别达34.3%和16.4%,并呈逐年递增趋势。多名受访的业内人士指出,当体重秤上的数字成为焦虑贩卖的筹码,当伪概念披着科学的外衣横行,野蛮生长的减肥行业正以伪科学和焦虑营销加剧健康危机,亟待依法规范治理。

宣称正常吃饭

实则极端节食

制造视觉冲击 大肆贩卖焦虑

“再胖下去,不是衣服买不到,而是心脏扛不住”——这是不少机构减肥文案的标准话术。

记者在调查中发现,部分减肥商家专门雇佣“文案团队”,通过社交平台精准推送焦虑内容;制造紧迫感,用婚礼、拍照等场景触发痛点;虚构美好未来,宣称“瘦了就是人生赢家”;打造专家人设,用“6000字脱水干货”包装营销软文。

有商家在加盟培训中,“指导”加盟者在顾客首次咨询减肥项目时,将正常BMI(身体质量指数)值范围内的体重说成超重或肥胖,从而促进“签约率”。“比如一名身高160厘米、体重56公斤的25岁女性,你要直接点出她‘超重了15斤’,属于急需减肥人群。”上述商家说。

有业内人士告诉记者,一些线下的减肥商家,为了让顾客对自己的体重产生羞耻感,鼓励店面使用“猪肉秤”“货物秤”等测量人体体重。

“还有一些商家在社交平台上故意放大顾客的身体部位,使用‘大妈背’‘游泳圈’‘麒麟臂’等字眼,制造视觉冲击,再配以‘穿什么衣服不是由天气决定,而是由体重决定’等刺激性标语,进一步加重消费者的体重焦虑。”在北京从事减肥行业11年的业内人士李明(化名)说。

他介绍,有的商家还在过去的“减重”基础上新增了“塑形”类项目,将身材细化归类,并配以“苹果型”“梨型”“水桶型”等名称,让女性将自己身材对号入座,并分别进行穿衣搭配和健身塑形建议。“拜拜肉”“麒麟臂”“大象腿”“飞机坪”“扁塌臀”等都是商家对女性身材不同部位的污名化,与之对应的所谓“瘦下来”之后的名称则“秀色可餐”,比如“天鹅臂”“筷子腿”“蝴蝶背”“小蛮腰”“小鹿腿”“蜜桃臀”等。

有业内人士告诉记者,一些商家大肆贩卖体重焦虑,给消费者带来心理压迫,让其逐渐将体重数字与个人价值挂钩,陷入“胖=失败”的思维定式,从而为“速瘦”付出金钱与身体健康的代价。对于商家来说,焦虑营销能够带来变现,精准收割部分消费者,打造成瘾性消费闭环,比如以“平台期突破套餐”“巩固疗程”等名义,诱导消费者持续消费。

“此举也是一些商家游走在灰色地带的生存策略,比如承诺‘辅助减重’而非‘治疗肥胖’,规避医疗广告监管;用‘个案效果因人而异’逃避广告法中‘虚假宣传’认定。”上述业内人士说。

在北京交通大学法学院副教授付新华看来,这类营销虽未直接虚构事实,却通过贬损“胖”的形象,将“瘦即正义”的价值观植入社会认知,涉嫌违反广告法中“不得妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚”的规定。

弯抹角地实施极端节食。

在北京从事了10年健身教练工作的薛凯指出,无论什么减肥方法,都不外乎这几种机制:让你主动少吃;让你没食欲、不想吃;让你吃了不能消化吸收、多拉大便排出来;让你通过运动多消耗热量。

“千万不要相信一些减肥机构宣称的‘不用节食就能瘦’‘躺着就能减肥’的说辞。”薛凯说。

当记者以想要加盟对一些减肥商家进行暗访时,发现一些商家采用“调理—减肥—塑形—周边产品推销”手段实现多重盈利:

在项目开始前先给顾客灌输“易胖体质”和“代谢循环”等概念,以“排毒”为目的先推销一系列养生茶、酵素果冻等,再开始正式的减肥疗程;

签订合同时表示减肥手法属于不可逆技



用伪科学话术推「减肥奇术」

“减重≠减脂,一字之差就是套路的开始。”李明揭露,市面上许多机构通过“脱水疗法”制造短期体重下降的假象。

他举例说,目前有不少减肥商家流行“涂油甩脂”,即在身体上抹一些油,用保鲜膜包裹后配合热疗。商家宣称通过这种方式可以“一次瘦两三斤”,实则是通过排汗流失水分,这种减重并非减脂,而是脱水了,体重在补水后会迅速反弹。

身高158厘米、体重120斤的刘畅在北京一所高校就读,她此前在一家减肥机构试用过这种“涂油甩脂”法。

“一开始,减肥机构的工作人员让我购买涂抹身体的‘瘦身油’,宣称用这种油减肥可以事半功倍。我付款后,对方让我把‘瘦身油’抹在全身,然后在腰腹上缠紧保鲜膜,或者穿上瘦身衣,再去操场上跑步。”刘畅回忆道,当时正是夏天,她感觉裹着保鲜膜的自己好像马上就要燃烧起来,连呼吸都很困难。

记者在走访调查中发现,有一些商家推出了不少“减肥奇术”,比如“用电磁能量仪调节生物电场”“用智能纤体热灸仪击破燃烧分解脂肪”“代谢激活技术打破易胖体质”等。有商家甚至宣称,使用其自家发明的仪器减肥,“做一次可达到慢跑5公里的效果,让你轻轻松松躺着就能瘦下来”。

“实际上这些都是减肥机构用伪科学话术包装普通热敷、按摩项目,误导消费者为‘黑科技’买单。”李明告诉记者,比如智能纤体热灸仪,实际上就是通过局部加压排水,而消费者减去的体重会在数小时内因饮水而恢复。

“部分减肥机构甚至将‘文字游戏’作为盈利手段。有商家承诺‘减重1斤收费100元’,却刻意混淆‘减重’与‘减脂’的概念。减脂需长期饮食与运动管理,而减重只需短期脱水或掉肌肉,后者可能损害健康。”李明说。

更令人担忧的是该行业准入门槛极低。记者注意到,一家减肥机构的加盟资料显示,操作“缩胃术”“代谢激活”等项目的员工无需医学资质,经简单培训即可上岗,“十几岁的孩子都学得会”。

术,从而要求顾客在项目开始时一并支付全部费用,不留下反悔的机会;

如果承诺的减重斤数未能实现,则以“代谢能力差”“经络堵塞”等概念解释,转而进一步推销更高价的“体质调理套餐”。

“这种闭环推销链的目的就是让消费者陷入‘自我怀疑—继续消费’的恶性循环。”李明说,即使达到了消费者的目标体重,减肥结束后,有些商家还会推销其所谓的售后产品,种类主要集中于食品与养护产品,但这些产品在一定程度上缺乏安全保障。

刘畅对此深有感触。她曾经在某减肥机构进行疗程治疗后,对方忽悠她买入一些稀奇古怪的产品,比如酵素果冻、益生菌、祛湿茶、代餐奶昔等。“吃了这些产品后,我的食量反而大增,体重再次反弹,免疫力也下降了。”

来源:新华网