

低卡? 无糖? 瘦身? 打着健康卖点,迎合消费者心理,吸引不少人跟风购买

网红食品的 营销噱头要警惕

宣称“低卡、无糖、营养、瘦身”,近来一些网红食品打着健康卖点,迎合消费者心理,吸引了不少人跟风购买。但记者调查发现,一些网红食品虚标成分、配料表玩文字游戏,甚至非法添加药物成分实现所谓“减肥瘦身”等功效。消费者需擦亮眼睛,识别这些营销噱头和文字游戏,保护自身权益。



真营养还是造噱头?

进入春天,不少爱美人士追求减肥瘦身,而有些食品就宣称是低脂肪,吃了也不用担心长胖,那么一些宣传低脂低卡的网红食品,是否真的有效呢?

最近,一种名为“干噎酸奶”的奶制品风靡网络,号称有较高营养价值,且低热量。经第三方实验室检测6款销量较高的“干噎酸奶”,结果显示样品中没有一款符合低热量。其中一款产品标注热量407kj/100g,实测778kj/100g;另一款产品标注脂肪1.4g/100g,实测12.8g/100g。检测结果远超出食品安全国家标准允许的误差范围,涉嫌营养成分表虚标,此外也不符合低能量低脂肪的标准。

记者了解到,依据《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》,低能量要求为能量≤170kj/100g固体或≤80kj/100ml液体;低脂肪要求为脂肪含量≤3g/100g固体或≤1.5g/100ml液体。

某品牌一款名为“乳清蛋白面包棒”的面包,声称“和牛奶一样营养,比苹果还低的热量”。仔细查看配料表,实际添加的乳清蛋白含量只有0.4%。

某品牌一款“松茸酱油”的调味料,整个产品的标签和营销话术都在突出“松茸”加酿造酱油,让消费者觉得松茸才是主角,酱油是点缀。然而细看配料表,松茸的排位非常靠后,实际添加量很少。

连酵母都“卷”起来了。某品牌一款藜麦吐司面包外包装上描述“使用鲜酵母,活性高、风味足”。记者走访

超市发现,不少品牌的面包外包装上都突出标明使用鲜酵母,售价也随之提高了。

科信食品与健康信息交流中心主任钟凯告诉记者,其实鲜酵母、半干酵母和普通的干酵母都已经有商品化产品,各有优缺点,不能说没差别,但是差别不大。

专家提示,消费者在购买产品时,需仔细查看食品标签以及电商的商品详情页,深入了解商家主打的产品卖点,辨别其真伪,不要被其营销噱头牵着鼻子走,影响自己的选择。

“配料干净”是文字游戏?

记者走访商超、搜索电商平台页面发现,大量食品外包装上醒目标注“0反式脂肪酸”,配料表里用“食用油脂制品”等措辞,回避使用“植脂末”“起酥油”。

“0蔗糖”“0添加糖”“0添加蔗糖”等话术让消费者晕头转向,比如有的“0蔗糖”产品配料表里,海藻糖、果葡糖浆、麦芽糖浆、浓缩苹果汁等其他形式的糖赫然在列。

一些食品标榜配料干净,实际却可能隐藏了某些食品添加剂成分,对于消费者来说迷惑性很强。

某品牌一款速溶咖啡外包装用醒目字体标明“0奶精、0植脂末、0氢化油、0反脂”,配料表只标明了椰子油粉(玉米淀粉、植物油、含乳固体饮料)、食用葡萄糖、白砂糖、速溶咖啡,看上去“配料干净”。

钟凯说,“含乳固体饮料”是复合配料,其中可能包含多种速溶咖啡必

要的食品添加剂,比如酸度调节剂、乳化剂、食用香精等,但企业故意不展开其中成分,使配料表看上去很短。此外,椰子油粉就是植脂末的一种,无非是换个说法罢了。实际上,这款速溶咖啡就是“咖啡粉+植脂末+糖”,只是跟消费者玩了一个排列组合的文字游戏。

“0反式脂肪酸”这一标签本意是用在使用了氢化植物油,但反式脂肪酸含量可忽略不计的产品。然而现在无论是否使用氢化植物油,很多产品都会使用这个标签,导致消费者很容易被虚假的安全感误导。

专家提示消费者,看懂配料表的“潜规则”很重要。配料表的顺序反映了添加量大小,有助于揭示食品的真实成分。比如,全麦面包的配料表,要看全麦粉在配料表的第几位;如果白砂糖位于配料表的前3位,则说明面包的含糖量较高,需要引起注意。

去年7月,市场监管总局发布《食品标签监督管理办法(征求意见稿)》,拟强化食品名称标注要求,不得使人误解。征求意见稿提出,食品标签标注内容不得以欺骗、虚假、夸大、误导方式描述或者介绍食品,不得明示、暗示疾病预防、治疗功能,非保健食品不得明示、暗示具有保健功能。

真能减肥还是非法添加?

“黛梅噗噗梅”“西梅SOSO果冻”“酵素软糖”……江苏省苏州市市场监管局在一起案件中查获40多种网红食品,均伪装成零食的面目出现。

江苏省苏州市食品检验检测中心

检验二部部长刘岑告诉记者,该案当事人使用包含双环己甲酰酚丁、双丙酚丁等物质的“酵素粉”为原料生产加工食品,比如一种名为“黛梅噗噗梅”的蜜饯食品,有消费者食用后出现严重腹泻。

近年来,打着“减肥、降压、降糖”等卖点的代用茶、压片糖果、固体饮料等网红食品兴起,消费者食用后可能会出现食欲减退、失眠、口渴、便秘等不适症状,危害健康。

记者了解到,我国食品安全法规定,生产经营的食品中不得添加药品。市场监管总局发布的《保健食品标注警示用语指南》,要求在标签专门区域醒目标示“保健食品不是药物,不能代替药物治疗疾病”等内容。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说,市面上一些酵素类网红食品,部分可能申请到了保健食品,部分仍然属于食品。这些网红食品无资质难把关,给黑作坊入市提供了便利。

近日,市场监管总局就食品中非法添加违法行为发布通知,明确非法添加的新型衍生物等认定执法检验方法、组织专家出具具有毒有害认定意见。

业内人士表示,这类非法添加的网红食品违法形式隐蔽、手段花哨、涉及地域人群广泛,关键是进一步落实监管职责,强化企业责任,不能执法“雷声大、雨点小”、处罚不痛不痒,要利剑高悬、形成震慑。

同时,消费者也应当增强自我保护意识,选择正规渠道购买食品,购买正规食品,一旦食用后出现不适症状,要怀疑食品中是否含有违禁成分,及时就医。

本文图均据新华社