

代餐食品市场日趋火热 宣传常玩“文字游戏”

专家呼吁将代餐食品纳入网络食品监管体系

近年来,随着生活水平不断提高,越来越多的人追求更加健康的饮食生活和身材,社交媒体上充斥着五花八门的代餐减脂类产品。

代餐食品,又名替餐食品,顾名思义就是取代部分或全部正餐的食物。常见的形式有代餐粉、代餐棒、代餐奶昔、代餐饼干等,起初是供病人食用的,后来传到减肥和健身圈,迅速掀起一股热潮。据欧睿国际数据,预计2022年中国轻食代餐市场规模将达到1200亿元。

记者采访了解到,随着代餐食品市场日趋火热,各类新型代餐食品涌现。在营销过程中,代餐食品广告采取各种方式抓住消费者心理,吸引消费者购买。接受采访的专家认为,代餐食品只是一种普通食品,不应明示减肥效果,消费者应该理性购买代餐食品。

代餐食品种类繁多

线上销量十分可观

在电商平台上,代餐食品种类繁多,价格多样,从几元到几百元不等,部分产品销售火热,但也有消费者质疑食品安全问题和宣传真实性。

近日,记者以“代餐”为关键词在几家电商平台上搜索后发现,虽然代餐食品质量参差不齐,消费者评价褒贬不一,但是销量仍十分可观。

某平台上一款标注为“舌里全麦面包0脂肪无油无蔗糖黑麦粗粮健身代餐手撕面包片轻食饼干蛋糕吐司欧包零食早餐”的产品,评价超过300万条,其中好评达53万+,差评仅4800+。好评多是夸赞该产品味道好,达到了减脂效果。

而在差评中,则有用户质疑其配料表与

商品详情页中的配料表不符,包含很多不健康成分。

另一款名为“鸡胸肉即食健身代餐低脂卡轻食健身餐速食鸡胸脯肉零食”的产品,有用户评论称,“产品有胀袋,质量问题,客服不解决”。还有其他消费者表示,吃了胃不舒服、拉肚子,售后服务也不好,商品标题玩“文字游戏”,误导消费者等。

中国营养学会2020年12月发布的《2020年中国人群轻食消费行为白皮书》显示,大多数青年人消费过轻食且对轻食有着正确的认识和正向的行为,他们大多出于减肥及其他健康目的消费轻食,职业多为企业普通职员和学生,具有本科学历的在轻食消费人群中占比最多。

理性看待代餐食品

并不适合长期食用

代餐食品作为新生事物,为何如此受青睐呢?

“我曾经试图通过运动减肥,但是坚持不下来,而且见效还慢,于是想着尝试一下代餐食品。”小甄是北京某大学的大四学生,她曾经有过两次购买代餐食品的经历。

第一次是乘地铁时被一位女士加了微信,两人相谈甚欢。在这位女士的介绍下,小甄一次性订购了价值1200元的某品牌奶昔。“那个姐姐说要舍得投资自己,于是我抱着必瘦的心理,用兼职收入买了这些奶昔,但最后并没有效果。”小甄说。

小甄第二次购买代餐食品是使用薄荷健康App记录减肥数据时,偶然看到“21天10斤挑战”的减脂餐广告,一时心动便下了单。该款产品原价1890元,包含21天全餐以及奶昔和蛋白棒,购买后可加入相应社群,每日会有人监督打卡。

“这个代餐,用完优惠券折合下来一天60元,每天点外卖也差不多这个价格,当时我觉得挺合适的。”小甄说,但实际操作下来,她

常常感觉吃不饱,在减肥餐之外又忍不住买水果、零食或者其他餐食,而她加入的那个社群,平时活跃度也较低,更像是一个减肥广告群,“以后再也不要买这种代餐食品了”。

“现在网上大量与减肥、代餐有关的内容,其实都是微商披着消费者的‘外衣’在推销自己的代餐食品,用户反馈的真实声音很难被听到。”长期致力于减肥的天津市民李女士告诉记者,“我总是会真情实感地读那种很长的减肥逆袭帖,然而看到最后发现,作者都会留下微信号,说欢迎大家联系她购买代餐食品。”

对于有的代餐食品号称不挨饿、不运动,每天吃就能降体重,北京世纪坛医院减重中心主任张能维说,代餐食品肯定不能当饭吃,因为代餐不可能包含所有的营养物质,长期食用,最大的改变很可能就是皮肤变得粗糙,甚至掉头发。有的代餐食品还可能加入了违禁药物,危害更大。因此,一些关于“代餐食品当饭吃,导致身体健康出现问题”的案例,也时常见诸报端。



亟待完善行业标准

引导公众科学减肥

为迎合消费者减肥需求,很多饮料喜欢以“0糖0脂0卡”“低糖低脂低热量”为广告语,代餐食品同样如此。

据中国农业大学食品学院副教授朱毅介绍,每100毫升饮料中脂肪和糖的含量分别低于或等于0.5克,就可以标注“零脂”和“零糖”,每100毫升饮料的能量低于或等于4大卡即可标注“零卡”。因此,代糖饮料的“零”,实际上不等于一点都没有。

据了解,目前许多代餐食品不使用蔗糖,而是使用三氯蔗糖。朱毅说,三氯蔗糖属于人工代糖,到目前为止,科学界尚未对代糖的健康风险达成共识,但有临床观察发现长期食用三氯蔗糖,对胰岛素敏感度有影响。不鼓励糖尿病患者长期服用人工代糖饮料。

谈及代餐食品在宣传

时常常玩的“文字游戏”,重庆市律师协会民事专业委员会主任、重庆中世律师事务所创始合伙人吴启均律师说,五花八门的代餐食品,有的“假冒大牌”,有的连热量表等基本信息都没有,质量堪忧。在线上售卖时,商家往往极力宣传神奇的减肥效果,号称可以完全替代食物食用,这种夸大宣传可能会违反广告法、反不正当竞争法、消费者权益保护法,构成虚假广告、虚假宣传。

吴启均建议,完善行业标准并加强市场监管,对代餐食品中各类营养素含量的标准作出明确规定,确保代餐食品有足够的营养成分;进一步加大健康知识的普及力度,引导消费者理性购买代餐食品,科学减肥;加强网络销售平台管理,将代餐食品纳入网络食品监管体系。(法治日报)

迎中秋·庆国庆 苏和堂全场消费满1万送1万

头期新虫草买100克送10克 限一级以上规格虫草 低至38元/克起;即食海参低至298元/斤;印尼燕窝9.9元/克



虫草低至38元/克 干净无杂质,香味浓,品质高

苏和堂的虫草,保证是西藏海拔4500米以上产区的好虫草,虫草根根饱满、色泽金黄、菌香味浓、且干度高。就拿这款38元/克的特价虫草来说,虽然头数小,但干净无杂质,吃起来和其他大草没什么明显区别。欢迎您到现场亲自挑选,满意再买!

迎中秋庆国庆,苏和堂一级以上规格的虫草不仅享受买100克送10克,更有

全场满1万送1万、满5000送2000的特大优惠(赠送金额指定十大精品任意选),中秋送礼要买虫草的市民千万别错过!

规格等级	市场参考价	9月特价	活动政策	折后价
断草	—	38元/克	—	—
精品小草	208元/克	89元/克	—	—
一级虫草	299元/克	165元/克	100克送10克	150元/克
特等虫草	488元/克	295元/克	—	268元/克

6瓶灵芝孢子油+3盒孢子粉套餐 迎中秋4.5折 直降2797元



灵芝孢子油598元/瓶,灵芝孢子粉499元/盒(粗多糖含量4500mg),6瓶灵芝孢子油(3588元)+3盒灵芝孢子粉(1497元),共售价5085元,迎中秋·庆国庆,4.5折套餐价仅2288元,直降2797元。苏和堂以产地直销的形式让利,薄利多销,灵芝孢子油孢子粉品质高,口碑好!