

低卡？无糖？瘦身？ 这些网红食品营销噱头要注意！

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了商品化产品，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。

真能减肥还是非法添加？

“黛梅噗噗梅”“西梅SOSO果冻”“酵素软糖”……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。

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胺丁、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。

(新华社)

事关预付式消费 最高法发布司法解释

最高人民法院3月14日发布司法解释，完善预付式消费民事纠纷裁判规则，更好保护消费者权益。

在健身房办张卡，去理发店充个值，给娃报个培训班……近年来，越来越多的预付式消费出现在生活中，也带来诸如卷款跑路、霸王条款等令人防不胜防的“痛点”。

这份《最高人民法院关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》共27条，针对纠纷中的追责主体认定难、退卡难、转卡难、举证难等作出一系列规定，自2025年5月1日起施行。

严惩卷款跑路

“办完卡，恨不得每天都去店门口看一眼。”这是一位消费者对记者发出的感慨。一些经营者“提钱跑路”甚至与消费者“躲猫猫”，严重扰乱市场秩序，损害消费者权益，产生许多纠纷。

司法解释对此明确规定，经营者收取预付款后终止营业，既不按照约定兑付商品或者提供服务又恶意逃避消费者申请退款，消费者请求经营者承担惩罚性赔偿责任的，人民法院依法予以支持。经营者行为涉嫌刑事犯罪的，人民法院应当将犯罪线索移送公安机关。

不少消费者有这样的疑问：在商场中租赁场地的店铺“跑路”了，商场是否也有责任？

对此，司法解释明确了商场场地出租者对租赁场地经营者资质的形式审查义务和过错责任。同时最高法明确，适用本条规定时，应当严格依法，避免不当加重商场场地出租者责任。

近年来，预付式消

费领域“跑路”现象频发，还有人充当“职业闭店人”，恶意帮助经营者逃避债务，从中牟利。

最高法当天发布的6件涉预付式消费典型案例中，有2件就是对“职业闭店人”进行惩治。其中一起案件中，“职业闭店人”还以欺诈为目的诱使消费者充值，被法院以诈骗罪判处有期徒刑。

规制霸王条款

会员卡办了就不给退，还不能转让给他人，甚至卡丢了也不能补……这些令人哭笑不得的“规定”，你是否遇到过？

此次司法解释作出明确规定，收款不退、丢卡不补、限制转卡等霸王条款应依法认定无效。同时，司法解释从不同角度，明确消费者转让预付卡、解除合同、无理由退款等方面的权利：

消费者转让预付卡，只需通知经营者即对经营者发生效力。受让人既享有原持卡人的权利，还享有请求经营者更名、修改密码的权利。

消费者因身体健康等自身客观原因致使继续履行合同对其明显不公平的，可与经营者协商，协商不成的，有权依法解除合同。

消费者自付款之日起七日内有权请求经营者退还预付款本金。

“七日无理由退款规则有利于贯彻诚信原则，保护消费者权益。”最高法民一庭庭长陈宜芳说，司法解释对此也作了合理限制。比如，如果消费者订立预付式消费合同时获得过相同商品或者服务，说明其对商品或者服务已有充分了解，就不能七日无理由退款。（新华社）