

短视频里的养生食品藏着这些套路

近年来,随着短视频、直播带货深入日常生活,“养生”“健康”类网络销售食品频繁出现在老年消费者的手机屏幕上。部分经营者利用老年消费者关注健康、追求实惠的心理,设置消费陷阱。为帮助老年消费者识别风险、维护权益,现对常见的网络虚假宣传套路进行梳理,并提出具体防范建议。

警惕四种常见消费陷阱

套路一

普通食品冒充“神药”,虚假宣称治疗功效

部分商家将杂粮粉、蜂蜜、固体饮料、酵素、益生菌、羊奶粉、驼奶粉等普通食品包装成养生“特效药”,大肆宣传产品具备降血糖、降血压、软化血管、防癌抗癌、治胃病等功效,甚至诱导消费者停用正规处方药物。

根据《中华人民共和国食品安全法》相关规定,食品广告禁止涉及疾病预防、治疗功能。带有“小蓝帽”标识的保健食品,仅可声称经国家注册或备案的特定保健功能,包装标签必须显著标注“保健食品不是药物,不能代替药物治疗疾病”警示语。超出批准范围的功能声称,同样属于违法行为。

套路二

温情营销获取信任,高价兜售养生产品

不少经营者以免费领鸡蛋、免费做艾灸、测量血压、养生公益讲座为噱头吸引老年人参与,通过登记填表、扫码签到、扫描进群等方式收集姓名、电话、住址、微信等个人信息。销售人员持续通过微信问候、上门陪聊、帮忙做家务等方式拉近情感距离,逐步消除老年人戒备心理。

建立信任后,商家顺势推销单价数百元至数千元不等的高价食品,利用“会员特惠”“限时库存”“仅剩最后几份”等话术制造抢购氛围,还常常劝导老年人“不要告诉孩子,自己决定就行”,极易造成老年人冲动消费。

套路三

标签宣传偷换概念名不符实

众多产品在外包装突出标注“无糖”“零脂”“纯手工”“无添加”,塑造天然健康形象,但实际配料与宣传存在明显出入。有的虚假标称“无糖”的产品可能添加麦芽糖浆、果葡糖浆、淀粉糖浆等成分,同样会引起血糖波动,对糖尿病患者构成健康风险。

宣称“农家自制”“古法熬制”的产品多产自无资质小作坊,原料管控、生产卫生条件难以保障,存在微生物超标、污染物超标等安全隐患。部分产品以“0添加防腐剂”为卖点,实则依靠大量添加糖或盐延长保质期,长期食用并不利于身体健康。

套路四

演员假扮专家出境,炮制虚假专业宣传

短视频平台频繁出现身着白大褂、佩戴胸牌的“专家”“教授”推荐养生食品,借助实验室器材、医学书籍等道具营造权威氛围,编造“百年传承”“宫廷秘方”“我们医院都在用”“临床验证有效”“院士推荐”“诺贝尔专家共研”等说辞吸引消费者。

依据《中华人民共和国广告法》,保健食品广告不得利用广告代言人作推荐、证明;食品广告不得含有虚假内容,不得涉及疾病预防、治疗功能,更不得利用医生、患者名义或形象作推荐证明。此类出境人员大多为商家聘请的演员,所有宣传文案均为剧本编排,相关内容均属虚假信息。



筑牢消费风险安全防线

分清食品药品,拒绝轻信疗效宣传

凡是食品宣称能够治疗慢性病、替代药品的,切勿购买,更不要擅自停用处方药。身体不适应当前往正规医疗机构就诊,遵从医嘱治疗。

所谓的“保健品”并非都是真正的“保健食品”。选购保健食品务必核查三项关键信息:一是包装上是否有“小蓝帽”标志;二是产品是否有“国食健注”或“食健备”等批准文号。相关信息可登录国家市场监督管理总局特殊食品信息查询平台核验,无法查询到注册或备案信息的产品不要选购;三是要根据产品包装上标明的保健功能、适宜人群、不适宜人群等信息,选择适合自身情况的保健食品。同时,还要牢记,保健食品不是药物,不能代替药物治疗疾病。

保护个人信息,谨慎参与线下宣讲

不参加以免费领鸡蛋、免费测血压、免费做艾灸、免费听讲座为名的活动,不扫描不明二维码,不填写个人住址、联系方式、家庭成员信息。微信中出现陌生账号频繁问候、邀约进群听课、索要健康资料或病历照片的,不予回应,不发送任何个人信息。

遇到自称“健康顾问”“养生专员”的人员提出上门拜访、推销产品,不予接待。发现小区内以“健康沙龙”“长辈福利”等名义聚集推销高价食品的,及时告知子女,并向属地市场监管部门反映。

查验生产资质,仔细查看配料标签

选购“保健食品”,认准“小蓝帽”

标识。购买预包装食品时,首先检查标签是否载明生产日期、生产者名称及地址、食品生产许可证编号。上述信息缺失的,不应购买。其次查看配料表和营养成分表。配料按加入量从多到少依次排列。若产品标注“无糖”,但配料表中麦芽糖浆、果葡糖浆等成分位居前列,则表明含糖类物质较多,与“无糖”宣称不符。若产品标注“无添加”,可通过配料表核实:配料表中未列出防腐剂、人工色素等食品添加剂的,标注与实际相符;配料表中仍列有上述添加剂的,标注与实际不符。

在网络直播间选购时,应要求商家展示配料表和营养成分表。商家只展示产品外观、回避配料信息的,应提高警惕。同类商品在不同渠道价格差异悬殊的,应谨慎下单。

辨别虚假视频,留存证据维权

刷到自称医学专家推销食品的短视频,不点击购物链接,不私信询价,不转发分享。可通过医院官方网站或公开电话核实所谓专家身份,通过国家市场监督管理总局特殊食品信息查询平台核验产品资质。

在短视频平台遇到此类内容,使用“不感兴趣”“举报”功能,举报理由选择“虚假宣传”或“违规医疗广告”。消费过程中完整保存订单截图、聊天记录、宣传视频录屏、发票票据等证据。一旦发现虚假宣传等违法行为,及时拨打12315、12345热线或向属地市场监管部门投诉举报,共同维护消费者合法权益,携手筑牢食品安全防线。(北京市市场监管局)

近年来,牛肉消费需求持续增长,市面上冰鲜、冷冻、热鲜牛肉品类繁多。不少消费者因不了解3种牛肉的加工工艺区别、看不懂产品包装标签,选购时容易走入误区。

针对这些消费疑问,记者采访了浙江省农科院畜牧兽医研究所研究员蒋永清,结合肉类国家标准答疑解惑。

冰鲜、冷冻、热鲜牛肉有啥差异?

冷鲜牛肉是商超主流销售品类。牛屠宰后立即进入0至4摄氏度恒温冷链,经过12小时以上低温排酸解僵,之后可分为普通覆膜、真空、气调锁鲜包装,保鲜周期为3至14天。

冷冻牛肉则是将分割好的牛肉送入速冻库或急冻间,在48小时内,使牛肉中心温度降至零下15摄氏度到零下18摄氏度,并在零下18摄氏度以下保存,保质期可达12个月,适合家庭批量储备。

热鲜牛肉则是牛屠宰后2至6小时直接上市流通,全程不进行低温排酸处理,多在农贸市场现场分割售卖。

蒋永清表示,3类牛肉的主要差异在于屠宰后的温控处理,蛋白质、矿物质等核心营养差别不大,主要区别体现在口感嫩度、汁水留存等层面。

热鲜牛肉原生肉香浓郁,但屠宰后12至24小时肌肉进入僵直高峰期,肉质偏硬,适合薄片涮煮,且常温售卖易滋生微生物,必须当日食用完毕。冷鲜牛肉经低温排酸软化肌纤维,肉质细嫩多汁,低温环境有效抑制细菌繁殖,适配煎、炒、炖、烤等多种烹饪方式,仅有少量风味物质轻微转化。

怎样挑选性价比更高的牛肉?

蒋永清表示,产品标签是辨别牛肉品质的重要依据,不同品类查验重点各有区分。

选购冷鲜牛肉,务必查看包装印制的动物检疫合格证明、肉品品质检验合格证,真空、气调标识代表长效保鲜。

选购热鲜牛肉,查看摊位公示的当日检疫单据,优先挑选表面干爽、无大量渗水的牛肉,渗水严重的多为翻新冻肉冒充。

选购冷冻牛肉,认准包装“极速冷冻”标识,标准储存温度不高于零下18摄氏度,优先选择独立小包装产品。

后续储存、解冻如何减少食材损耗?

蒋永清说,牛肉口感变差,根源在于储存和解冻方式不当。

冷鲜牛肉应存放于0至4摄氏度冷藏柜,建议3天内吃完;冷冻牛肉应按单次食用量分袋密封存放,避免频繁解冻。

最优解冻方式为冰箱冷藏缓化,汁水流失最少;紧急情况可密封冷水浸泡,定时换水。切勿用热水直接解冻,高温会让蛋白质快速变性,肉质干柴,加速营养流失。

(据《人民日报》)