



# 鱼龙混杂 套路重重

记者调查发现,益生菌市场中,夸大宣传、以次充好、菌株信息标注模糊等现象时有发生,令消费者难以辨别

新华社

“不用找医生,这款益生菌就能搞定。”“女生怎么选对私密益生菌?吃1年得出的经验。”“终于可以痛快呼吸了!重磅推荐这款舒鼻益生菌。”……近年来,随着人们对自身健康的日益重视,宣称各类功效的益生菌产品渐渐成为消费新风尚,出现在各种生活场景中。但记者近日调查发现,在益生菌产品市场上,不断出现了夸大宣传、以次充好、菌株信息标注模糊等鱼龙混杂的现象,误导了消费者。

## 3000多家相关企业 近半成立于5年内

当前,各网络平台上关于益生菌产品的宣传和销售都很火热。在某短视频平台,输入“益生菌”后,首先弹出的关键词是“益生菌畅销榜第一名”;在某社交平台,有关“益生菌”的分享帖已超120万篇;在某电商平台2022年“6·18”购物节时,仅10分钟,其益生菌品类成交额就同比增长518%……可见人们对益生菌产品的关注和需要。

据了解,益生菌产品宣称的功效及消费者期待的功效越发五花八门,除了肠胃消化健康、提升免疫力,还包括体重管理、美容护肤、改善睡眠、保护情绪等。益生菌的应用场景也逐渐扩大,从乳制品、补剂进一步拓展到零食、护肤品、口腔护理产品等,引起消费者追捧。

基于此,很多企业积极抢夺益生菌这一市场风口,催生了一批新消费

牌企业。天眼查APP数据显示,目前我国有3000多家益生菌相关企业,其中45%的企业成立于5年内。部分益生菌品牌通过创造新概念来吸引消费者,诸如“xx烦恼就选它”“一片顶10杯酸奶”“更适合中国人的益生菌”等。同时,他们还给益生菌产品配以时尚感的包装,以促使消费者在社交平台晒图和“种草”,吸引了一大波流量。

## 部门加强监管 多家企业被罚

针对益生菌市场存在的问题,各地市场监管部门不断加大监管力度。2022年6月,浙江省余杭区市场监管局对某文化公司在直播中夸大宣传普通食品益生菌有保健和疾病治疗功能的广告违法行为作出罚没50.25万元的行政处罚。上海、四川成都、广东高州等地,也都曾因益生菌产品存在问题对涉事企业作出罚款等行政处罚决定。

业内人士指出,由于目前市场火热,很多益生菌菌株在没有临床数据支撑下,就趁着风口投入市场,导致行业内产品质量参差不齐,功效也难以印证。北京嘉维律师事务所律师赵占领说,当前已有的《益生菌食品活菌率分级规范》和《食品用益生菌通则》属于团体标准,并不具有强制性,需尽快制定国家标准,规范益生菌市场,提高产品准入门槛。

山西省市场监督管理局相关负责人建议,要进一步加强监管,明晰主体责任。尤其线上平台,相关部门应加强网售益生菌产品监管执法跨地域跨部门协作,提高监管实效。同时,社交电商平台也应对相关分享帖仔细核查,做好“推广”“合作”等标记。

虽然食用益生菌制品产销两旺,但不少生产商和消费者只是“盲从”,缺乏对益生菌的正确认识。山西医科大学教授程景明建议,要通过举办保健食品科普宣传等活动举措做好有效的日常科普宣传,提高消费者认知力和辨别力。“消费者要考虑菌株的特异性和个体的差异性,注意身体本身菌群的平衡,过量服用可能有反作用。”程景明说。

# 空腹爬楼 真的健康吗?

见习记者 周婉怡 罗丹凌

随着夏天的到来,如何减肥又成为热点话题。最近,空腹爬楼梯的运动方式受到一些健身人士的追捧,不少网友纷纷在网上发帖进行运动反馈,有的说“空腹爬楼是最有效的减脂运动,10天瘦了7斤”,也有的说“我爬了三趟后就开始头晕眼花,感到很不舒服”。

这样的运动方式适合所有人吗?记者联系了专业健身教练文征明先生,为大家答疑解惑。



## 适合专业人士 低血糖需谨慎

“00后”黄女士就是尝试空腹爬楼梯的一员,但她却以“失败”告终。

黄女士分享道,上周她看到有帖子称“空腹爬楼能爬出马甲线”,心动不已,次日早晨便在宿舍楼道开始空腹爬楼运动。不料,还没到三楼,她就开始觉得头晕不适。

为什么会出现在这种情况?文征明先生解释说,“空腹爬楼运动”更适合有一定锻炼基础的人,而不适合健身“小白”。首先,空腹爬楼是一个高强度的减脂运动,和跳绳、跑步相比,强度会更高一些。其次,早晨起床后,大多数数

处于空腹状态,这个时候进行高强度的运动训练是不友好的,特别是对于有低血糖体质的人群。

“我并不建议大家盲目地去模仿空腹爬楼这项运动。”文教练介绍道,因为这项运动短时间内可能会获得很好的效果,但是长期来讲,身体处于负荷状态并不是一个特别好的健康状态。“空腹爬楼是一个大强度的消耗运动,如果动作不到位,将会对膝关节造成伤害。即使十分喜欢这项运动方式,也要注意保护自己,建议在接专业人士的指导下,再进行自主练习。”

## 不要追求速度 下楼改走电梯

文教练也曾使用空腹爬楼的运动方式来减脂。他告诉记者,空腹爬楼减脂是有氧运动中的一种,其训练方式能够锻炼到全身肌肉,从而达到全身燃脂的效果。“当时,我隔天就会进行一次空腹爬楼运动,从1楼爬到31楼,每天2~3趟,共计45分钟左右,坚持了一个月,体重快速地减掉8斤左右。”

文教练提醒,爬楼时不要追求速度,达到最佳燃脂心率值为最佳。在运动过程中,可携带专业的手表,检测运动时的心率。当心率数值较为稳定地保持在120~130之间时,燃脂效果是最好的。

此外,他建议只爬楼不下楼,下楼过程中,膝盖会不断地一次又一次起到缓冲作用,会对膝盖造成比较大的伤害。下楼时使用电梯,还可让身体也有一个间接休息的过程。

## 销售“套路”花样百出 消费者很难辨别

记者走访发现,在益生菌消费市场热潮下,益生菌产品夸大宣传、以次充好、菌株信息标注模糊等鱼龙混杂的现象时有发生,“套路”重重。

### “花式”夸大宣传,实则缺乏医学依据

各大社交平台上充斥着有关益生菌的分享帖,这些帖子大多使用渲染情感型的“经验分享”来获取消费者信任,但实际效果无从得知。在推广内容的评论区,很多用户留下“每天一粒,实实在在感受到了好的变化”“我已下单”

等偏正面的评论,而这些用户自己的主页几乎没有什么内容。上海一位从事广告宣发的工作人员说,这些用户大概率是品牌买的“水军”,用来误导消费者。

很多益生菌产品所宣称的功效并没有明确的科学依据,在疗程设置上也

有待商榷。一款针对女性健康的益生菌产品宣称:“有妇科炎症的女性每天早晚饭后各1袋,吃1个月后进入巩固期,每天1袋连续巩固3个月。”一些医生表示,如此类似处方的使用说明并没有科学的医学依据。

### 以次充好,网络益生菌代工产品有暴利

在电商平台上,很多厂家可以提供各个价位的益生菌产品代工。

记者在某电商采购批发平台上搜索到很多低价益生菌代工产品,以“固体饮料/冻干粉”为主,均位于“益生菌产品”榜单前列。这些产品的

批发价大多在10元/盒,一盒20袋左右,批发量大价格越低。若有自己的品牌,可选择贴牌定制。

某益生菌代工厂客服告诉记者,其实平台上益生菌的成本价格都差不多,“拿货回去后,售价可

以卖到拿货价的5倍甚至更高,太便宜的话没人买”。北京某生物技术有限公司工作人员也提到,很多批发商都是从网上代工厂拿货,只要把包装做得“高大上”,一盒就可以卖到上百元,消费者很难辨别。

### 菌株信息标注模糊,只为给消费者“装样子”

2022年5月,中国营养保健食品协会发布《益生菌食品活菌率分级规范》,对益生菌食品中的益生菌活菌率进行了分级。

2022年6月,中国食品科学技术学会牵头制定《食品用益生菌通则》,要

求食品用益生菌和含益生菌食品均应标示菌种的中文名称和菌株号、应标示在保质期内的益生菌活菌数量等。

但记者在线上平台和线下药店中看到,有很多在售的益生菌产品均未

按要求明确标注。很多益生菌产品仅罗列菌种而没有菌株号,还有的产品仅标注出厂时添加的活菌数,或模糊地标注“添加量”“含量”,产品货架期内的活菌数量普遍成“谜”。