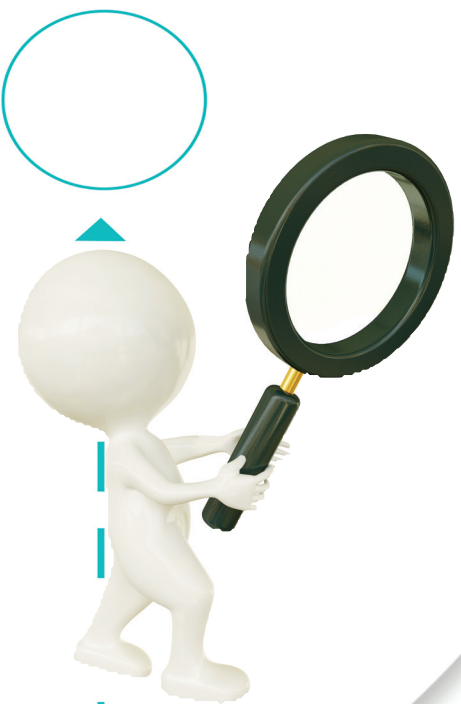




拒绝「智商税」，让保健品回归本源

本报记者 张雨阳

披上高科技外衣的保健产品、打着新概念旗号的抗衰老功能食品、宣称新疗法的保健仪器……时下，层出不穷的保健品纷纷粉墨登场。然而，这些营销过头的保健品，则让消费者一不小心就交上了“智商税”。



本版绘图:刘雨佳

现象:万物皆可保健,功效却很“感人”

“这几款酸奶都添加了益生菌，能促进消化，对肠胃特别好。”超市里，促销员向过往的顾客推荐着几款益生菌风味发酵乳。相比其他普通的相近克数酸奶来说，添加益生菌的酸奶价格都高高在上。

“酵素能溶解身体内的脂肪，还能促进身体代谢，每天吃一点对身体好。”“这款酵素面膜能激活肌肤深层的细胞，有效地促进肌肤排毒，达到深层清洁，一定要试一试。”美容店，店员在跟顾客推销。据介绍，酵素类产品目前是店内最受欢迎的，许多登门的顾客都是奔着酵素能排毒脂。

“鱼油是很好的营养品，对心脑血管疾病好，还能补钙，老人、小孩每天一两颗，对身体有很好的作用。”“猫猫狗狗吃了这款宠物鱼油不仅对皮毛好，还增强免疫力，少得病。”在药店、宠物店的店员也是口若悬河地推销保健品，使不少顾客以为，不管是人还是宠物，每天一颗能抵御不少疾病的侵袭。

还有超市里打着富含18种氨基酸、有机酸等儿童所需营养元素的儿童酱油，美容店售卖的能抗衰老、抗氧化、美白的葡萄籽营养片、葡萄籽面膜等，各个售卖东西的场所中，打着保健元素的商品都售卖的如火如荼，五花八门的产品令人眼花缭乱。然而，记者对顾客们进行采访后却发现，许多消费者们反馈：“好像没什么用。”“不知道哪里变好了。”“认真想想，吃保健商品心理，好像因素对我的影响更大些。”

顾馨今年27岁，看广告和博主推荐时时常跟着一起焦虑，认为自己“也不年轻了”，需要补钙、补维生素，于是买了很多保健药品回家，早上一颗钙片、一颗维C，晚上再来一顿。她表示：“我虽然觉得好多保健商品肯定是哄着我们掏钱的，但钙、维生素人体肯定是要的，而且我也没有跟风买几百元的那种，感觉肯定是有用的，就是不清楚到底保健在哪里？”

家住方园新村A区的李大妈，没事时就在附近溜达。由于患有三高，对自己的健康状况分外担忧，只要看到附近商店，特别是药店打出“降血压、降血脂”等字样的广告，就会进去询问。“刚才那个小姑娘买得药是治什么病的，对我有用没，我能吃吗？”“这个对血脂好，那给我来一盒吧。”“你帮我看看，我最近咋样，还需要吃点啥吗？”李大妈告诉记者：“花钱无所谓，我这么大岁数了，所求的也只有健康而已。我这个三高不能痊愈，只能靠控制，也许是靠吃饭，也许靠吃药。不过只要这些药我坚持在吃，我就觉得我挺健康的，吃药的意义对我来说比药本身更重要。”

而今年只有19岁的郭明选择商品时更为直白：给家里老人买“养胃”饼干、“高钙”牛奶，给妈妈、姑姑等中年女性买“八珍糕”“五黑糕”“五红糕”养生糕点，给自己买黑枸杞干、蜂胶面膜。“都加了这么多好东西，肯定对人体好，就算没有广告中说的有效果，至少比没吃对身体好吧。”郭明说。

每天工作需要盯着屏幕的李莹购买了一台眼部按摩仪，几天试用下来，她最大的感受却是：食之无味，弃之可惜。“现在大家看手机、电脑的时长都很长，所以腰酸眼涩的毛病几乎人人都有。我也是看一些博主的贴才入手买的，他们说如果太阳穴疼、眼周疼的人使用眼部按

摩仪可以促进血液循环，缓解干眼问题，但我用了只觉得穴位按压精准度不高，力度也欠缺，效果微乎其微，而且戴久了压着眼部还很累，根本就不像广告说的那样。”目前，李莹已经把这件“99新”的“战利品”挂在了闲鱼上，等待下一位有缘人。

新晋宝妈徐女士生完宝宝后，便开始注重身体调理和保养，“平时服用减肥类酵素、维生素和胶原蛋白冲剂。”徐女士购买保健产品主要通过微商代购或药店导购推荐，“别人推荐好用就会尝试，基本上是随大流。”徐女士说。

类似的吐槽还很多，不少年轻人看着推荐和广告就买买买，冲动消费之后都深感交了一笔智商税：“按摩仪无法适应每个人，有人用起来不贴合，有人用起来够不到。”“话说这么甜的养生糕点就算对胃肝好，对牙齿也不好啊，这真的没有什么问题吗？”“每天看着广告深感自己需要补补，于是我每天不知道吃多少颗药片，不知道有没有缓解，但药吃的比饭都多。”

随着国民健康意识的增强，不少消费者本着“治未病”的心态，追求降血压、降血糖和增强免疫力等功效，常吃维生素、阿胶和葡萄籽等食品，着迷于艾灸仪、颈部按摩仪、泡脚桶等仪器……为了摆脱亚健康状态，成为保健品消费的重要力量，在保健品上花费了不少钱，然而效果看起来却很“感人”。



问题:营销有水分,有效果也不代表真保健

亚健康的人们急切想要改善身体不适的心理，基于这一痛点，近年来涌现出了无数五花八门的品牌，各个号称“对症下药”，因此不少年轻人怀揣着哪怕是有一分效果也要试一试的心态，捧红了一个又一个养生产品，一时间，各类保健食品、营养食品、膳食补充剂等涌入消费者视野。但是理想很丰满，现实很骨感，实际是营销有水分，有效果也不代表真保健。

市蒙医中医医院脾胃肝胆内科主治医师刘旭表示：“现在很流行的按摩仪是模仿中医手法给眼部、肩颈、腰部做按摩，对于缓解身体各个部位的疲劳还是有一定效果的，但要注意，按摩仪并不能贴合每个人，穴位和角度也不一定比得上人手的精确度。有时使用完觉得身体疲劳得到了一定缓解，但实际上即便不用按摩仪，自己运动一下也会觉得很舒服。”

刘旭还补充说：“有肩周炎、颈

椎病、腰间盘突出等疾病慎用按摩仪，这样的疾病只有中医亲自上手才能找准角度、把握力度，胡乱使用还可能会加重病情。”

对于近些年出现的促进体内排毒的酵素梅子、酵素果冻等酵素类保健食品，强身健体、补充能量的蛋白粉，据说可以抗氧、抗衰甚至抗癌的葡萄籽，补充营养、降低心脑血管疾病的鱼油，宣称有美容养生作用的黑糖等，刘旭表示，这些实际都属于膳食补充剂。

“膳食补充剂顾名思义，属于在正常饮食之外作为补充营养的食物，实际上，它其实并没有用。”刘旭说，“人们只要三餐正常，有蔬菜、肉类、蛋类、米面等，基本不会缺少什么营养，所以根本没必要吃这些膳食补充剂。”

“没有增肌需要的人们每天摄入的蛋白质是足够的；并没有确切实验证明葡萄籽能抗癌、抗衰；每天

吃鱼油甚至不如直接吃鱼；酵素只是一种酶，进入肠胃之后往往会失去活性；黑糖属于蔗糖，与其他糖类本质上并无差别。”刘旭说，“这些膳食补充剂事实上根本没用，如果是为了方便想直接摄取营养，也要尽量少吃，吃太多膳食补充剂容易造成肝功能障碍。”

从医学角度分析，并不是所有保健品都有助于健康，比如有些保健品就存在添加药品的现象。“我所在的门诊，常常会接待一些从美容店购买能美白、养颜、减肥的食用类保健品，实际上这些保健品中都有中药制剂，常常会添加通便药品，患者看到自己大小便通畅，身体瘦了有变化，就觉得这些保健品有用。其实为他们做了肠镜后发现，由于长期用药物进行排便，肠道的自主功能受到影响，造成肠道黑变，功能障碍，而这种病变是不可逆的。”刘旭表示。

建议:保健品功效需科学认知,特殊人群按需购买

“保健食品不是药品，不能代替药品治疗疾病。”刘旭说。目前我国对保健品的定义为保健(功能)食品是食品的一个种类，具有一般食品的共性，能调节人体的机能，适用于特定人群食用，但不以治疗疾病为目的。“不管是什么产品，没有国内保健食品批文，就不能声称其具有保健功效，更不能将其包装成有治疗效果的药品。”他说。

“对于一些保健品宣传的产品有防病治病功效，消费者要看两个指标。一是宣传者是否是正规大医院的专家，二是能否拿出循证医学的证据，比如对病例进行了分析或通过临床试验得出防病治病的结论，结论必须科学，并得到权威部门认可，如没有，大家就不要相信。”刘旭

说，“肉、鸡蛋、米饭……任何食物里都有氨基酸，食物消化后体会根据需要自行分配其所需物质，与其乱补，不如好好吃饭，要相信，天然的才是最好的。”

“目前，只有一种人群需要适当补充保健品，那就是医生给出诊断，患者确实需要补充营养才能维持健康。”刘旭说。而这种特殊人群该如何科学选购保健食品？

刘旭建议，就产品功效而言，要认准国家保健食品“蓝帽子”标志，消费者在对自身身体状况做基本评判后，针对性选择相应的保健食品，配之合理膳食、适量运动与健康心理。消费者在选购保健品时也应仔细辨识其功效和适用人群。例如，国内外保健品管理与认证方式存在

较大差异，消费者在选购海外保健品时，不能依据国内保健品选购标准购买海外保健品，需明确保健品并不适用于所有人。

“另外，保健品要仔细查看保存方法、食用方法，必须谨记按需食用。现在国内三级以上医院都设有营养科，为消费者提供鉴别保健食品真伪的服务，并会给予服用保健食品的合理建议。”刘旭说。

“当然，最好还是少吃保健品，健康只需遵循十六字，即：合理膳食、适量运动、戒烟限酒、心理平衡。”刘旭表示，“虽然乌海极少出现在购买保健产品过程中遇到欺诈行为，但还是提醒大家，如有出现这类现象，可以向相关监管部门反映，采取正当手段维护自身合法权益。”

相关链接

今年3月15日，中国消费者协会对外发布2022年“共促消费公平”消费维权年主题调查结果，数据显示，在各类消费商品和服务中，对保健品类产品的不满意率达到28.6%，最为

突出，成为今年消费者投诉的重灾区。

据中消协公布数据，“保健品”连续两年居于消费者反映的最不满意商品和服务类别首位。业内人士指

出，保健品市场乱象症结在于近年来保健品虚假宣传屡禁不止，甚至吹嘘成神药欺诈骗消费者，导致有的患病老人误信后擅自停药，把保健品当药吃。