

近年来,市场上出现了以添加玻尿酸为卖点的食品。与此同时,互联网上宣称玻尿酸饮品能够“喝出水光肌”的各种“科学研究”和“亲身体验”等帖子也层出不穷、铺天盖地。不打针,不医美,只是口服就能增加皮肤水分?这到底是“美颜新密码”还是“智商税”?

□ 本报综合整理报道

玻尿酸食品真有效还是“智商税”?

“吃出水光肌”成消费需求

公开资料显示,玻尿酸在2008年被国家卫生部批准为新资源食品,可应用于保健食品;2021年1月7日,国家卫生健康委发布正式公告,批准透明质酸钠(俗称“玻尿酸”)为新食品原料,可应用于普通食品添加。随后市面上出现了玻尿酸饮用水、玻尿酸气泡水、玻尿酸软糖……这些食品以“吃出水光肌”为一大卖点。

记者在某购物平台搜索“玻尿酸食品”时发现,玻尿酸食品主要的宣传关键词是“0糖0卡0负担”“可以喝的玻尿酸”“保持肌肤润泽”“营造Q弹水光肌”……甚至有玻尿酸气泡水宣称“喝一瓶就可以解决细纹、肌肤干燥、色素色斑、痘痘以及毛孔粗大”等问题。同样一瓶330毫升的饮用水,加了玻尿酸后价格翻了好几倍。

记者在一间销售玻尿酸水产品的



官方店铺里看到,330毫升/瓶的玻尿酸水售价为11元,玻尿酸含量为66毫克/瓶,店铺海报多以玻尿酸的补水力为主要宣传点。能“喝出水光肌”的饮用水和普通矿泉水有何不同?记者花21.9元下单了两瓶上述生物公司旗下的玻尿酸水。该产品配料表中显示只有水和透明质酸钠,无味、饮用没有涩感,和普通矿泉水的口感没有太大差别。

而在一些社交平台上,不乏各类博主以“亲身体验”的方式宣称这种玻尿酸饮用水口感软、顺,像面膜的精华一般,可以越喝越美,让皮肤光滑湿润。从一些网友的留言中可以看出,他们想买或者已经购买了这种玻尿酸饮品,而不仅仅为了解渴,更看重的是其宣称具有美肤功效。

除了饮用水之外,记者还发现了多种带有玻尿酸或透明质酸钠字样的可食用产品种类,比如夹心软糖、固体饮料、口服粉末等,改善肌肤是很多购买这类产品的消费者的主要诉求。



化吸收转化之后,还能有效护肤吗?

“玻尿酸口服进入体内可能会对全身产生作用,包括补充皮肤水分、帮助抚平皱纹、抗氧化等。”南京市第一医院营养科中级营养师戴春解释,玻尿酸是一种广泛存在于人体细胞组织间的酸性粘多糖,生理功能包括润滑关节、抗衰老等,具有高度粘弹性。进入消化系统虽然不会被胃酸“腐蚀”,但会被分解为单糖和非单糖的形式吸收,再在体内重新分布利用。“一般情况下,每天200毫克的摄入量不会对身体产生影响。不过,吃了玻尿酸也不代表会被机体完全利用,因为很多都会被代谢排出体外。”

中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅表示,不要把口服

玻尿酸对皮肤的益处全盘否定,但也不能虚假宣传违规声称。需知道的是,玻尿酸食品安全性有保障不等于有效。美容领域中,玻尿酸常见于局部使用,而口服玻尿酸需要作用于全身,且玻尿酸食品中玻尿酸的含量较低,其效果不会像一些广告宣称的那样立竿见影。建议爱美人士还是要理性看待玻尿酸食品的功效,明白任何产品的效果都会因人而异的道理。

戴春也提醒消费者,玻尿酸食品里虽然含有玻尿酸,其效果也要受到玻尿酸含量多少的影响。同时,玻尿酸食品的本质属性还是食品,而它与营养健康之间是否存在关联还没有明确定论,也不建议大家为了追求所谓的功效而过多食用。

舆情

上海市消保委2月6日披露,该委收到了不少消费者关于玻尿酸食品的反映,玻尿酸食品是否真能补水改善肤质成为许多爱美人士关注的问题。据透露,该委启动了专项调查,发现有很多问题迷雾重重。

据了解,玻尿酸具有很强的吸水能力,它能够通过锁住水分,发挥对皮肤的保湿作用。上海市消保委通过查询资料和请教专家发现,玻尿酸是通过医用美容注射实现补水改善肤质功能的。作为食品原料的玻尿酸是一种很长链的多糖,进入胃肠道后会被分解成单糖、二糖,再吸收。目前也没有任何权威证据证明食用玻尿酸能促进体内透明质酸的合成。

一瓶330毫升的饮用水,加了玻尿酸后价格就翻了四到五倍。上海市消保委调查发现,玻尿酸食品企业在自己的营销广告和销售页面中对于宣传产品可以“吃出水光肌”会做很多铺垫和暗示。比如,某生物公司旗下相关饮料旗舰店在玻尿酸饮用水的销售页面中特别突出“可以喝的玻尿酸”“双重解渴”,暗示饮用水中的玻尿酸可以给皮肤补水,并告诉消费者玻尿酸经过消化会从大分子玻尿酸变成小分子玻尿酸。对此,上海市消保委表示,希望相关企业能向消费者提供权威的证据证明。

关于玻尿酸食品能“吃出水光肌”更为直白的信息,则来自大量互联网文章和博主,这些内容以“科学研究”或“亲身体验”等名义,宣称玻尿酸食品真能“吃出水光肌”。上海市消保委对记者表示,如今,以“科学研究”或“亲身体验”名义的变相广告,通过第三方平台的“个性化推送”功能精准触达目标人群。如果消费者收到的是资讯信息,很难判断真假,特别是经过营销号和博主精心包装的信息,更容易改变消费者认知。该委认为,这种营销套路隐蔽性强,可以规避法律和逃避监管,而且给消费者“洗脑”的效果更好。

该委表示,将持续跟进监督,也希望相关部门能关注重视,要让消费者有知情权,不能让消费者花冤枉钱,全社会应该共同携手维护消费者合法权益。

(中新网)

消费提示

如何科学选购含有玻尿酸的食品?

随着我国居民收入提高,消费者健康意识不断增强,推动了我

国功能性食品市场快速发展。市场上涌现出的玻尿酸饮料、玻尿酸软糖、玻尿酸乳制品等食品,受到很多消费者的青睐。为帮助消费者科学认知和理性消费玻尿酸相关产品,中国食品科学技术学会此前发布了相关消费提示。

什么是玻尿酸?

玻尿酸是透明质酸钠的俗称,是一种透明的胶状物质,主要存在于机体的结缔组织和真皮层中。商品化的透明质酸钠也会被称为“透明质酸”和“玻璃酸”等。当玻尿酸作为保健食品原料时,其规范的名称为“透明质酸”或“透明质酸钠”。

玻尿酸是人体固有的成分,随着年龄的增长在人体内的含量会逐渐减少。有研究表明,其具有改善皮肤水分、保护关节、增加骨密度、抗氧化等功能。

识别是保健食品还是普通食品

含有玻尿酸的保健食品,必须有“蓝帽子”标识及批准文号。消费者可通过“国家市场监督管理总局特殊食品信息查询平台”进行核实,依据产品的保健功能、适宜人群及不适宜人群、注意事项等产品信息进行选

购,并参照规定的食用方法和食用量食用。

可添加玻尿酸的普通食品仅限于乳及乳制品、饮料类、酒类、可可制品、巧克力和巧克力制品(包括代可可脂巧克力及制品)以及糖果、冷冻饮品,且要求含有玻尿酸的食品标签及说明书需标注:幼儿、孕妇及哺乳期妇女不宜食用,推荐食用量≤200毫克/天。

含有玻尿酸的保健食品是经国家食品安全监管部门审批的产品,技术审评环节不但科学严谨,而且非常严格,不仅要权威的检测报告,还要有科学的文献依据。所以,含有玻尿酸的保健食品比含有玻尿酸的普通食品监管更严格。

选择正规的销售渠道

购买玻尿酸类产品,应选择正规门店及电商平台。特别是含有玻尿酸的保健食品,需查看其经营许可证及保健食品“蓝帽子”标识及批准文号等,切勿轻信来源不明的信息。发现利用会议、讲座、健康咨询等方式进行虚假夸大宣传,尤其是普通食品宣称其具有保健功能,或对所购买食品质量安全存有疑问时,可向当地市场监管部门举报。

(中国食品科学技术学会)

专家说

“可以喝的玻尿酸”究竟是确有奇效还是“智商税”?中国营养学会会员、食品安全科普专家、国家高级食品检验师王思露在接受记者采访时表示,从科学角度来看,玻尿酸食品能“吃出水光肌”的说法必然是“营销噱头”,口服的玻尿酸并不能直接被人体吸收,以口服玻尿酸来给肌肤补水,效果可能微乎其微。

北京君都律师事务所生命科学与健康医疗法律部律师张文波则

打功能牌涉嫌违法违规

表示,部分商家在销售页面中特别突出“可以喝的玻尿酸”“双重解渴”等暗示饮用水中的玻尿酸可以给皮肤补水的做法,对于消费者具有误导性。“依据《广告法》相关规定,普通食品广告不得宣传保健功能,也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其保健作用。”

中国食品产业分析师朱丹蓬表示:“目前市面上玻尿酸食品基本都是‘食’字号产品,凡是没有‘健’字号的产品,即俗称的“蓝帽子”产品,是

不允许对功能进行宣导的,玻尿酸食品打功能牌已是违法违规。”

朱丹蓬还指出,目前食品级玻尿酸在国内属于初级阶段,产业链条并不成熟,缺乏强有力的监管规范,也由此导致了部分乱象的发生。“食品级玻尿酸的应用在国外已非常普遍,而我国本身也是原料出口大国,玻尿酸食品的发展将会是必然趋势。随着监管规范的趋严,玻尿酸食品将会推动食品行业的整体发展,为我国食品企业的市

场化、国际化等方面带来更多加持。”

此外,张文波提示,婴幼儿、孕妇和哺乳期妇女均为玻尿酸食品的禁忌人群,食用玻尿酸食品应严格按照标签及说明书要求。科信食品与健康信息交流中心主任钟凯则表示,实际上,青少年也没有食用玻尿酸食品的必要。“人体中本身就含有透明质酸钠成分,吃的量远不如自身合成的。”

(未来网)

声音

2月6日,上海市消费者权益保护委员会就玻尿酸食品能“喝出水光肌”发出四大疑问,并指出目前没有任何权威证据证明食用玻尿酸能促进体内透明质酸的合成,而铺垫和暗示成为商家宣传的手法,同时,通过第三方平台的“个性化推送”功能精准触达目标人群,实现对消费者“精准洗脑”。

玻尿酸又称“透明质酸”,可通过医用美容注射实现补水改善肤质功能。作为食品原料的玻尿酸,进入胃肠道后会被分解成单糖、二糖,再吸收。2021年1月7日,国家卫生健康委发布正式公告,批准透明质酸钠(俗称“玻尿酸”)为新食品原

料,可应用于普通食品添加。

然而,就是这样一个以“安全”为关键词经企业长达16年申请才被批准纳入食品原料的食品添加剂,却被异化宣传为添加了玻尿酸的相关食品可以“喝出水光肌”。“功效”成了玻尿酸食品的卖点和关键。但到目前为止,这一说法并没有可靠的调查和科学实验数据来源做支撑。

一方面,对于一些食品生产企业来说,虽然并没有直接打广告说其生产的玻尿酸食品能够“喝出水光肌”,但在企业网页相关问答里面,话里话外地暗示具有这种功效。比如某企业在回答消费者提问

时,违背玻尿酸被人体吸收后分解的真实情况,虚假解释说玻尿酸经过消化会从小分子玻尿酸变成小分子玻尿酸,很容易让人产生误解,认为玻尿酸食品真的能够“喝出水光肌”。而这显然是一种企业变相的虚假广告,亟待相关部门重视。

另一方面,一些第三方平台密集地以“科学研究”或“亲身体验”名义发布“种草笔记”等,暗示玻尿酸食品确实能够“喝出水光肌”。这种营销套路隐蔽性强,不仅可以给消费者“洗脑”,还可以规避法律和逃避监管。此前太多的舆论和事实已经证明,这样的做法本质上是一种变相的违法广告。

我国《广告法》规定,广告不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者;违反本法规定发布虚假广告的,由市场监管部门责令停止发布广告,责令广告主在相应范围内消除影响,并处以一定数额的罚款等;广告经营者、广告发布者明知或者应知有前款规定违法行为仍设计、制作、代理、发布的,由市场监管部门处10万元以下的罚款。

不难看出,宣传玻尿酸食品能够“喝出水光肌”,且因此就调高商品价格,不管这是企业直接暗示诱导,还是第三方分享发布平台的暗示、引流,只要没有确凿的依据,就

都是在打《广告法》和《价格法》的“擦边球”。

而近年来的诸多事实证明,此类虚假诱导和高额牟利行为之所以多发频发,一个关键的原因在于这样做的成本较小但牟利却可能巨大。

这也再一次提醒我们,不论是保护消费者权益还是维护市场秩序,都需要市场监管等部门及时出手、严肃处理。同时,作为消费者,也要自觉擦亮眼睛理性消费,不能被几个简单的新奇词汇和说法忽悠就上当,被收割了“智商税”还不自知。

(中国消费者报)

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局
对辖区重点特种设备使用单位进行约谈
为防范化解安全生产隐患,近日,丰台区市场监管局东铁营街道所对辖区重点特种设备使用单位进行约谈。约谈前,执法人员对辖区特种设备使用单位进行了现场检查,检查了特种设备注册资质、设备维保记录、档案、维保公司资质材料等。
约谈会上,执法人员对使用单位提出了以下几点要求:
一、树牢安全意识。
二、精细安全维护。
三、强化安全教育。
下一步,丰台区市场监管局东铁匠营街道所将以此次约谈为契机,结合辖区特点,以电梯、锅炉为工作主线,持续开展安全生产整治排查工作,坚决消除各类安全生产隐患。
(何雨琪 胡洛东)