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"干喷酸 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

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 啡,看上去"配料干净" 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 已经有商品化产品,各有优缺 点,不能说没差别,但是差别不

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

"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

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

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 本意是用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

去年7月,市场监管总局发 布《食品标签监督管理办法(征 求意见稿)》,拟强化食品名称 标注要求,不得使人误解。征求 意见稿提出,食品标签标注内容 不得以欺骗、虚假、夸大、误导 方式描述或者介绍食品, 不得明 示、暗示疾病预防、治疗功能, 非保健食品不得明示、暗示具有 保健功能。

真能减肥还是非法添加?

"黛梅噗噗梅""西梅SOSO 果冻""酵素软糖"……江苏省 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。

江苏省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 甲酰酚丁、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 (记者 赵文君 张璇)

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 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。

同时,消费者也应当增强自 我保护意识,选择正规渠道购买 食品,购买正规食品,一旦食用 后出现不适症状,要怀疑食品中 是否含有违禁成分,及时就医。

新华社北京3月14日电

中消协发布调查报告:

"售后保障" 连续5年最受关注

新华社北京3月14日电(记者 赵文君)中国消 费者协会14日发布2025年度"共筑满意消费"消费维 权年主题调查报告。调查结果显示,企业经营表现中 "售后保障"连续5年最受关注,超六成消费者认为消 费环境越来越好,消费从"性价比"转向"质价比"趋

据介绍,此次调查是中消协组织开展的消费环境与 消费信心网络问卷调查活动,最终回收22869个有效样 本, 具有较强的广泛性和代表性。

调查显示, 消费者最关注的企业经营表现中, "售 后保障""质量过硬""安全可靠"位居前三,"售后保 障"连续5年最受关注。商品服务质量安全、数据安 全、健康属性不足是未能满足高品质消费需求的主要原 因。在可能影响消费意愿的因素中,27.8%的受访者将

在2025年消费支出计划中,食品、日用百货、服 装鞋帽等基础性消费位列商品类消费前3位, 医药及医 疗用品、美妆护肤、智能产品、家用电器和烟酒饮料类 消费等预计支出占比均超过15%;服务类消费中,旅游 服务类消费支出计划居于首位。

22.1%的消费者预计AI智能产品的使用和场景应用 有望成为服务类消费新热点;智能化电子产品 (29.7%)、新能源电动汽车(26.6%)领跑商品类消费 热度榜, 体现了消费者对于生活便利性与科技创新应用

调查还发现,约六成受访者认为线下实体店提供无 理由退换货服务具有必要性和可行性,但对实际执行体 验予以积极评价的受访者比例不足半数,说明仍有较大 提升空间。虚假宣传或引人误解的宣传、个人信息泄 露、价格虚高、假冒伪劣等问题仍持续困扰消费者,应 当重点加强治理。

中央空管办部署开展 防范无人机扰航工作

新华社北京3月14日电(记者 叶昊鸣)针对多 地出现的无人机干扰民航航班运行问题,为进一步加强 民用运输机场及周边区域安全防控工作,经报中央空中 交通管理委员会审批,中央空中交通管理委员会办公室 近日会同中央和国家机关、军队有关单位研究印发专项 措施,推进民用运输机场防范无人机干扰航班运行工

这是记者14日从中央空管办获悉的消息

据中央空管办有关负责人介绍,围绕部署开展防范 无人机扰航工作,中央空管办将健全顶层统筹协调机 制,加强政策法规协同,强化常态督导;细化政府部门 权责关系, 健全地方政府联防联控机制, 联合查证处置 无人机违法违规飞行活动。

这名负责人表示,将广泛开展无人机管理政策解 读、普法宣传,规范并及时发布无人机禁止飞行区域等 相关信息,引导群众合法飞行。

"我们将强化体系提升监测发现、识别判性、干扰 拦截等防控能力,严厉打击'黑飞''扰航'等违法违 规行为,坚决守牢安全底线,确保民航航班和人民群众 生命财产安全。"这名负责人说。

国内足金饰品报价 首次突破每克900元

新华社北京3月14日电(记者 陈云富 任军) 随着纽约黄金期货价格首次突破每盎司3000美元, 国 内金饰品报价"水涨船高"。14日,以人民币计价的黄 金期货、现货价格纷纷上涨,带动周大福等品牌金店足 金饰品报价首次突破每克900元关口,每克报价905元 左右, 再创新高。

数据显示,14日开盘,上海黄金交易所现货黄金 价格盘中逼近每克698元,上海期货交易所黄金期货主 力合约最高触及每克697.6元,均创下历史新高。

东方金诚研究发展部副总监瞿瑞表示, 纽约黄金斯 货首次突破每盎司3000美元,主要受避险情绪快速升 温以及通胀预期降温影响。具体来看,美国再度发起关 税威胁,称要对欧盟酒类产品征收200%关税,美欧贸 易战再度升级,市场避险情绪升温,刺激了对黄金的需 求。此外,最新公布的美国2月通胀数据走弱,强化美 联储降息预期,也助推金价走高。

国内金价2024年上涨超27%后,今年的涨幅已近

美以希望 将加沙民众迁至非洲

据新华社华盛顿3月14日电 美联社14日发表独 家报道称,美国和以色列已与东非国家和地区接触,希 望将巴勒斯坦加沙民众迁至非洲。这表明,美以试图继

续推进强制迁移加沙民众的计划。 报道援引匿名美以官员的话说,相关接触始于上 月,美国和以色列联系了苏丹和索马里两国官员以及索 马里兰地区官员。美以提出,作为回报,可从财政、外 交和安全等方面提供支持。

报道说,苏丹方面已拒绝美以提议,而索马里和索 马里兰地区官员则声称"不知道有任何此类接触"。

规划公示

兹定于2025年3月15日开始十日内在建设现场、宁波 前湾新区(网址:http://www.qianwan.gov.cn/)公示宁波战 新园建设有限公司前湾空天产业园项目方案。拟公示的建 设项目地址为:宁波前湾新区兴慈二路西,瓷洲路南。新 区分局联系电话: 89388771、89388770。

宁波市自然资源和规划局前湾新区分局 二〇二五年三月十五日

迎接"3·15"国际消费者权益日



3月14日,在浙江省台州 市仙居县中心幼儿园, 市场监 督管理局工作人员为孩子们讲 解食品安全等方面知识。

在3月15日国际消费者权 益日即将到来之际, 各地开展 相关活动,维护消费者合法权 益,提高人们的消费安全意

■新华社发

最高法发布预付式消费民事纠纷司法解释

者诚信经营。

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

司法解释对此明确规定,经 营者收取预付款后终止营业,既

让消费者放心消费, 让经营 不按照约定兑付商品或者提供服 能转让给他人, 甚至卡丢了也不 由退款 务又恶意逃避消费者申请退款, 能补……这些令人哭笑不得的 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

> 在商场中租赁场地的店铺"跑 除合同、无理由退款等方面的权 路"了,商场是否也有责任?

送公安机关。

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。

"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。

付式消费典型案例中,有2件就 金。 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

规制霸王条款一

者服务,说明其对商品或者服务 会员卡办了就不给退,还不 已有充分了解,就不能七日无理

"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 同。 效。同时,司法解释从不同角 不少消费者有这样的疑问: 度,明确消费者转让预付卡、解

> 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 近年来, 预付式消费领域 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 最高法当天发布的6件涉预 有权请求经营者返还预付款本

> "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

值得注意的是,司法解释明 确规定,经营者"迁店"给消费 者接受商品或者服务造成明显不 便等情况下,消费者有权解除合

最高法发布的典型案例中就 有这么一起案件: 黄某与重庆某 公司签订培训合同,接受舞蹈培 训,培训费3000元。2个月后, 公司发出消费者告知函称,黄某 上课的培训场所停止教学,需要 选择新的培训地点。告知函还 "声明",因消费者个人原因不到 场培训的,公司不承担任何责

黄某认为,原培训地点紧挨 其住所, 更换后的三个培训地点 离居住地很远,遂起诉请求解除 合同并退款。法院经审理, 判决 公司返还黄某培训费2473.97元。

破解举证难-

对于不少人来说, 预付式消 费往往就是购买一张卡,并不会 签订合同。一旦发生纠纷, 难免 面临"举证难"的问题。对此, 式消费合同时获得过相同商品或 司法解释专门明确了对消费者有 利的合同解释规则。

立书面预付式消费合同,应当作 对消费者有利的解释,引导经营 者主动订立书面合同。"最高法 民一庭副庭长吴景丽说。

吴景丽介绍, 司法解释还规 定了经营者提供证据的责任。经 营者控制合同文本,或者记录消 费内容、次数、金额及预付款余 额等信息的证据,却无正当理由 拒不提交的,可以根据消费者的 主张认定争议事实

保护消费者权益的同时,也 要维护经营者合法权利。

最高法民一庭法官谢勇表 示,司法解释防范滥用权利的不 诚信行为, 引导当事人遵守合 同,助力降低经营成本,避免不 当加重经营主体责任, 维护诚实 守信、加强经营者权益保护。

君子喻于义,小人喻于利。 "无论是经营者违反法律规

定向消费者'薅羊毛',还是个 别消费者滥用权利向经营者'薅 羊毛',都将受到抑制。"陈宜芳 说,人民法院将进一步助力增强 消费信心、改善投资环境,促进 经营主体诚信守诺, 让广大消费 者和经营者在更加诚信友好的市 场环境中开展交易。

新华社北京3月14日电

"如果经营者未与消费者订 (记者 冯家顺 罗沙)