

添了玻尿酸，价格翻几番

竟成食品业新宠

《半月谈》周蕊

近来,有“医美万金油”之称的玻尿酸忽然成为食品行业新宠。不过,价格动辄是普通食品数倍的玻尿酸食品真的有奇效吗?热潮之下,乱象丛生,对玻尿酸食品跃跃欲试的消费者,到底为什么会“踩坑”?



网上售卖的玻尿酸食品,图片来源半月谈。

价格动辄贵几倍,效果当真不一般?

要说玻尿酸食品给人的第一印象,可能就是“贵”。不久前,燕京啤酒推出了一款透明质酸钠啤酒——狮王玻光酿玫瑰葡萄精酿啤酒,透明质酸就是玻尿酸的别名。添了它,6瓶装330毫升的啤酒就可以卖到299元,远高于一般啤酒的市场价格。实际上,不说啤酒,就是一般的饮用水,只要添加了玻尿酸,在电商平台上的价格就可提到普通水的四五倍。说起来,符合国家标准的医用透明质酸钠产品注射进人体真皮层,的确可以在一段时间内起到一定的保湿补水,改善皮肤状态的作用,正因此,注射玻尿酸在医疗美容行业俗称为“水光针”。相应地,玻尿酸食品在电商平台和社交媒体上宣扬的卖点,往往就是“吃出水光肌”。实际上,这些食品添加的玻尿酸分量只能用“极其微量”来形容,成本也并未增加多少,显著提升的,只有食品的价格。复旦大学公共卫生学院教授厉曙光说,玻尿酸做了食品原料,不过就是一种长链多糖,进入人体胃肠道后分解成单糖、二糖,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,“‘吃出来的水光肌’并不成立”。

个性化推送,“智商税”推手?

实际效果成谜,玻尿酸食品为何依然风靡?这背后的“套路”不少。上海市消保委调查发现,玻尿酸食品企业往往会在电商平台和社交媒体的展示页面中精心布置种种铺垫和暗示,只为吸引消费者注意。比如,某生物公司旗下“水肌泉饮料旗舰店”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有给皮肤补水的特别效果。与此同时,互联网上存在大量打着“科学研究”或“亲身体验”幌子的变相广告,通过第三方平台的个性化推送“直塞”给目标人群。比如,某知名“种草”平台上有关“玻尿酸食品”的笔记已超过7800篇、有关“口服玻尿酸”的笔记超过2万篇,而在另一人气颇旺的短视频平台上,直播分享中关于玻尿酸食品的夸张描述和“擦边球”词汇也层出不穷。记者做了个实验,将一个原本为男性关注视角的社交平台账号,按照青年女性的关注习惯和偏好“训练”一周,多个平台果然开始主动推送各类功能性食品,玻尿酸食品尤为显眼。“有的账号在分享中表示自己喝完一个星期后就和皮肤掉皮、发干说拜拜;有的说自己喝过两箱,皮肤变化肉眼可见,还配了自己皮肤的前后对比图。”上海市消保委副秘书长唐健盛说,这些看起来像是“素人”的分享,其实往往由商业利益驱动,是披着分享外衣的广告。

平台当真“无辜”吗?

个性化推送成为无良商家横征“智商税”的推手。尽管一些主流平台表示,会及时下架涉及虚假夸张宣传的帖文,减少其全平台曝光权重,但记者发现,只要将用户画像调整成青年女性,这些真假难辨的信息依然会混在平台的个性化推送流中映入眼帘,用户防不胜防,很难识别其广告本质。个性化推送固然是今日互联网平台的主流技术,但不应该对资讯信息与商品广告不加区分。“消费者如果误以为自己接收到的玻尿酸食品广告是‘保健常识’‘科普资讯’,难免不知不觉被商家洗了脑。而且,这种迷惑性与隐蔽性都极强的营销手段有可能逃过监管,对行业生态的腐蚀性极大。”唐健盛说。多位专家表示,以玻尿酸食品为代表的新型保健食品如何“有理有度”适当宣传,是相关部门需要严肃回应的问题。平台也应负起更大责任,通过智能技术迭代,着力清理“伪素人分享”“伪科学普及”等相关内容,还消费者一个清朗的资讯空间。

淄博烧烤凭什么?

新华社 邵琨 张超帆

最近,淄博烧烤火爆“出圈”,从“大学生组团到淄博吃烧烤”到“烤炉小饼加蘸料,烧烤灵魂三件套”,多个话题在网络上热度飙升,让淄博成为“网红”城市。天南海北的网友专程坐高铁到淄博感受“滋滋冒油的烟火气”,烧烤店前排起大长龙,也挡不住一定要撸串的热情。淄博烧烤现场有多火爆?近日,记者进行了一场全平台“沉浸式打卡淄博烧烤之旅”直播。随着本周第一波“烧烤专列”的抵达,镜头中的淄博站热闹非凡,人们一出站,就有志愿者和迎宾工作人员热情迎接,还有地方文旅部门送出免费文创产品。在热门打卡地,大约晚上7点,烧烤店门口排了几百米的长龙,有人带着马扎,还有人带着零食,交警在街头路口维持秩序。来自江苏的游客说:“当地朋友下午2点多就来帮忙排队了,现在终于吃上了。”不一会儿,烧烤店负责人拿起了小喇叭:“手里没菜单的别排队了,店里没肉了。”直播现场,热情的淄博人亲自示范教学,把“出圈”的撸串姿势直接安排上,甚至有好客的当地人拎着大包小包的特产,送给远道而来的游客。大家因烧烤而聚,齐唱《我和我的祖国》,高喊“淄博欢迎您”……淄博为了烧烤有多拼?以此次烧烤火爆“出圈”为契机,淄博借势全方位推介城市。当地各级各部门迅速行动起来,为了让来吃烧烤的游客们“吃得放心、玩得开心、走得舒心”,淄博从社会治安、食品安全、消防安全等方面擦亮“淄博烧烤”这张新名片:市场监管部门对烧烤店进行专项检查,“护航”食品安全;公安部门增派执勤人员,加大巡逻密度,提醒文明就餐;文旅局推出数条旅游线路,多种文旅主题产品;人社局推介个人创业担保贷款、大学生就业体验日等就业政策;消防部门加强消防隐患排查,普及消防知识……3月,淄博专门为烧烤开了一场新闻发布会,不仅成立烧烤协会、发布烧烤地图、开通烧烤公交,还要举办“淄博烧烤节”、打造“淄博烧烤季”、策划“春光正好·淄博烧烤”文旅活动、推出“青春淄博·烧烤季”旅游线路……借着春天出游热潮,淄博将线上热度顺利转化为线下热度,为淄博烧烤火爆“出圈”助力。早在几年前,淄博就开启了烧烤规范管理之路。如今,淄博及时抓住机遇,从吃住行游购娱各方面,给消费者营造了便捷、舒适、安心的烧烤之旅。地方政府以诚相待,商家诚信经营,民众热情相邀,淄博烧烤不断获得消费者的信任和喜爱。近年来,淄博还出台一系列招才引智政策,把“流量”变成“留量”。这座传统老牌工业城市,正以开放包容的姿态欢迎人们的到来,在转型过程中不断求新求变、厚积薄发。

淄博烧烤的现象级“出圈”让很多网友感到意外和惊喜,一时间,巨大的流量涌向这座有着几千年历史的古都。淄博人的家乡自豪感被点燃,大大方方款待来自大江南北的客人。淄博烧烤的火爆甚至引来了全国各地烧烤申请出战的“战书”。网友热评:“朴素又接地气,可能这就是最好的‘人间烟火气’吧!”



淄博烧烤摊,众人正在吃烧烤。



淄博烧烤标志性美食。