

新概念食品,大多是忽悠

文图/杨正春



时下,当你走进市区超市就会看到,禽蛋类货架上的“柴鸡蛋”、“草鸡蛋”、“乌鸡蛋”、“头窝蛋”等概念鸡蛋琳琅满目。新概念似乎成了食品差异化竞争的秘密武器。不要说普通消费者无从选择,就连专家恐怕都有困难。专家提醒,在商家炒概念时,消费者应该谨慎选购。

那么,这些新概念食品究竟有多大魔力?上周,记者对此进行了调查。

新概念鸡蛋让你看花眼

近日,记者走访市区多家大超市发现,名目繁多的各色鸡蛋也不禁让人看花眼。在禽蛋类货架上,记者看到有喝山泉水长大的蛋鸡产下的“生态蛋”、有吃有机杂粮的蛋鸡产下的“有机蛋”、还有与“牛初乳”概念颇为相似的“初产蛋”……除了品种多,一些商家在宣传上也不惜笔墨,有的打着低胆固醇的旗号,有的宣扬钙、铁、锌、硒、维生素总量更高,更有有的以富含DHA、促进婴幼儿大脑发育为最大卖点。粗略归纳,发现这些鸡蛋大体可分为四大类:一种是打绿色纯天然牌,比如无公害鸡蛋、绿色鸡蛋、有机蛋;第二种是打农家牌,如柴鸡蛋、土鸡蛋、草鸡蛋、散养蛋等;一种是纯粹宣扬概念,比如“宝宝蛋”、“五谷蛋”、“初产蛋”等;还有一种是主打功能牌,比如富硒蛋、高能蛋、低胆固醇蛋等。不要说市民无从选择,就连专家恐怕都要有“选择性障碍”。

在一家超市的禽蛋专柜旁,一种叫做“头窝蛋”的新概念鸡蛋很受欢迎。一小筐头窝草鸡蛋的价格为23.8元。尽管价格高,但仍然卖得好。而普通鸡蛋,会员价每500克4.58元,非会员价6元。胡女士就是这种鸡蛋的“粉丝”,她边挑“头窝蛋”边对记者说,“传说这是小鸡的第一窝蛋,厚积薄发,浓缩了鸡蛋的精华,营养价值很高。买一些给小外孙补补身体。”但同是来买鸡蛋的范先生却对“头窝蛋”的真伪持怀疑态度,“怎么就能保证你买的肯定是‘头窝蛋’呢?和普通鸡蛋也没什么明显区别啊?”消费者云里雾里,销售人员同样是弄不明白。“我们一般是根据鸡蛋外包装的说明来介绍,太专业的问题我们回答不了。”

市动物疫病预防控制中心主任姚伟民说,现在炒作的所谓“头窝蛋”,其实与普通草鸡蛋营养价值差不多。其它炒作的富硒蛋、高能蛋

等“功能蛋”,就是在鸡饲料里添加微量元素,具体到鸡能吸收多少,而人体又能吸收多少,都是一个未知数。况且,每个人的身体状况不同,是不是需要补充微量元素,或是补充多了有什么副作用,这些都有待考证。同时,是不是各种各样的“功能蛋”都经过科学的检测,并不存在商家自封的问题,也缺乏准确答案。

许多消费者认为草鸡蛋比洋鸡蛋营养高,姚伟民认为未必是,洋鸡蛋的价值并不低。因为,由于喂养方式的不同,土鸡自由觅食,吃的虫子和绿叶较多,直接摄取水分较少,这使草鸡蛋的蛋黄中类胡萝卜素和维生素B2含量较高,水分较低,口感比洋鸡蛋要好。但是,现在在农民家里自由散养的土鸡毕竟有限,谁能保证我们吃的土鸡蛋营养就更充分。鸡场里饲养鸡所吃的饲料都是经过科学配比的,营养素含量全面均衡,所以,洋鸡蛋的营养价值不比土鸡蛋差。

儿童酱油也玩新概念

在市区许多超市,调味品也玩起了概念,开打“儿童牌”。很多消费者就是冲着“专门为儿童研制,不仅口味好,而且含盐量低,特别是添加了少了对儿童成长有益的微量元素”这些宣传购买的。

在一家大超市,记者看到一些“小个子”的儿童酱油颇为引人注目,不少知名品牌都在常规产品的基础上推出了“儿童版”。在朱方路一家超市的调味品货架上,儿童酱油虽然品牌不同,但包装上大多采用150ml—200ml的小包装,价格在5.5元至15元不等,一款160ml的有机儿童酱油甚至卖到了30元。而放在一旁的几款普通酱油,800ml售价也只有4元—5元左右。

江大附院营养师潘瑞蓉认为,酱油作为调味品主要起调色作用,让菜品的感官和口感更丰富一些,本身并没有太多营养价值。酱油是食盐或者钠的重要来源。低盐也许是儿童酱油真正有价值的亮点。一般酱油中的钠含量在6%左右。如果每人每天吃一勺酱油约15ml,摄入的盐就相当于3g,而一名高血压患者每日需要的盐仅有6g。而针对儿童的调味品更应低盐,但市面上一些儿童酱油钠的含量并不低,一瓶儿童酱油100克钠的含量甚至为6320毫克,甚至超过一些成人酱油。还有推广添加了

铁、锌等各种微量营养元素的儿童酱油。因为酱油本身的食用量很小,所以起到的作用也是有限的。酱油中含有的蛋白质和氨基酸对营养的贡献完全可以忽略。不管儿童酱油怎么“精心研制”,起到“补充营养”是很难实现的。婴幼儿所获取的营养还是需要来自新鲜的蔬菜、鱼类、肉类、蛋类的食物。商家之所以打出儿童酱油的招牌,更多的是用“新概念”达到营销的手段。

新概念成了差异化竞争新手段

记者调查发现,商场、超市销售的新概念食品可分为健康概念食品、伴侣概念食品、卡通概念食品和爱情概念食品。

据了解,健康概念营销是把食品打上健康的标签,以此来吸引中老年人的眼球。原本乏味的饼干,加上迪斯尼的概念,瞬间就能抓住小孩子的目光。

依靠新概念取胜,概念大于产品本身,这就是概念食品的营销牌。由于这些食品名字新颖、功能众多,仍然受到不少消费者的喜爱。

正在某品牌奶粉专柜前为女儿购买牛奶伴侣的苏女士说,“买牛奶伴侣是因为有些微量元素牛奶里面没有;另外夏天来了,女儿容易上火,给她在牛奶里面加点清热降火类型的牛奶伴侣更好些。”

“我喜欢喝奶茶,现在超市有零脂肪奶茶,这种奶茶听起来也健康。”一位高中女生告诉记者,虽然零脂肪奶茶和其他奶茶味道上没有什么差别,价格贵有一二三元,她还是愿意购买标有健康生活的零脂肪奶茶。

一家超市经理说,现在生意不好做,一些厂家就纷纷推出新概念食品吸引消费者,婴幼儿要喝牛奶伴侣补充微量元素,含糖量低的食物吃起来健康,追求生活健康的家庭喜欢用航天食用油,这些概念食品努力将自家品牌推广出去,针对不同阶层的消费需求,打出各类概念标签,确实也迎合了一部分追求时尚的消费者的需求。

另一家超市经理坦言,概念食品营销打破了传统食品只卖产品本身的局限,开辟了食品营销的新境界。在同类产品面前,不少消费者更愿意购买新概念食品,即使新概念食品平均要比其它产品贵10%左右。

专家提醒 购买食品 要警惕“新概念”

营养师潘瑞蓉表示,鸡蛋的“新概念营销”其实纯属商家炒作,“比如五谷蛋和有机蛋,说白了只是母鸡放养方式不同。”

潘瑞蓉坦言,现在不仅仅是鸡蛋在玩概念,很多“营养食品”、“功能食品”,甚至包括化妆品同样都在追噱头玩概念。生产者明知消费者对健康的看重,就搞出许多花里胡哨的新概念食品,还声称食品里添加了人参、虫草等名贵中草药等,哪含量具体多少、功能又有什么,有谁说得清楚?鸡蛋也好,食品也罢,毕竟只是一般性的食物,不可能包治百病。所以,在商家炒概念、秀成分、夸功能面前,消费者还需擦亮眼睛,谨慎选购。

市食药监局提醒,食品生产企业必须取得食品生产许可证,食品包装印有QS标识。消费者购买食品时要警惕“新概念陷阱”,必须认准食品生产许可(QS)标识。此外,经认证的食品标识仅有无公害食品、绿色食品、有机食品三类,“所谓的营养食品和纯天然食品,都是噱头。”

