



从快乐水到甜蜜负担

年轻人开始给饮料“做减法”

排队两小时、拍照五分钟、修图半小时……曾经,一杯颜值爆表的网红奶茶,是朋友圈的社交硬通货。

如今,画风变了。《2026年中国现制饮品健康趋势分析报告》显示:超过63%的受访者觉得现制饮品“过于甜腻”。而在常喝加奶油顶、厚乳等“甜品化”咖啡的消费人群中,高达45%的人对这类产品的健康影响表示“挺顾虑”甚至“很顾虑”。

从“拍照打卡”到“成分打卡”,一杯现制饮品,正在年轻人心中完成从“快乐水”到“甜蜜负担”的身份转换,其中的原因是什么?

戒糖背后,怕的不只是热量

“一杯奶茶热量顶一碗米饭!”这个曾经在网络上广为流传的热梗,如今早已从段子变成了具象化的健康警示。

此前,深圳一名资深奶茶爱好者被送进了ICU。平日里,她每天一杯奶茶,发病前半个月更是将量“加码”到每天狂饮3至4杯,几乎完全取代了白开水。最终,她因出现乳糜血被确诊为重症急性胰腺炎(高脂血症性),同时伴有严重高脂血症、糖尿病酮症、低钙血症等,每一项诊断都足以致命。

“甜腻口感背后潜伏的,不只是体重秤上攀升的数字,更是内脏器官在长期高糖高脂浸泡下悄然发生的损伤。”上海市儿童医院肾脏风湿免疫科主任康郁林直言,更令人警惕的是,这股高糖风潮的影响范围早已超出成年人群体。

在他的门诊上,高尿酸血症不再是“成人病”,而已悄悄爬上儿童的病历本,长期饮用奶茶便是重要诱因之一。

康郁林解释,奶茶中的果糖在肝脏代谢时促进嘌呤合成,导致尿酸升高且排泄受阻,悄悄损伤儿童肾脏。一杯500毫升全糖奶茶含糖量可达50

至100克,远超儿童每日摄入标准。此外,部分奶茶使用的植脂末含反式脂肪酸,会直接损害肾小球滤过功能,而高含量的咖啡因也会对神经和肾脏发育造成额外刺激。

而这也让越来越多消费者意识到,一杯甜饮料可能带来的健康代价,远超片刻的口感满足。

从追逐口感刺激到审视成分清单

眼下,社交媒体上不乏“戒糖打卡”“30天不喝奶茶挑战”等行动,不少年轻人通过“找搭子”的形式主动“戒糖”。这一变化的背后,是消费者对饮品成分前所未有的关注。

《2026年中国现制饮品健康趋势分析报告》中有一组评分很能说明问题:在消费者看重的健康要素中,“配料表干净、没多余添加剂”以4.22分(满分5分)位列第一。超过八成的受访者明确表示青睐“可溯源的咖啡豆、茶叶、果蔬”原料。

2024年,上海在全国率先试点饮料“营养选择”分级标识项目。上海市疾控中心健康危害因素监测与控制所营养科主任臧嘉捷介绍,这一“营养选择”分级标识由上海市疾控中心制定,参考国内外标准,根据饮料中非乳源性糖、饱和脂肪、反式脂肪、非糖甜味剂的含量对饮料进行综合分级,分级从A到D级,其推荐程度递减。

试点两年以来,饮料分级制在企业生产端的影响是直接的。“一个食品饮料企业以前要想迎合用户口感,加糖是成本最低的方式,但如今这条路走不通了。”某头部饮料企业创始人在采访中表示,产品一旦被打上C级或D级标签,摆在货架上就等于直接劝退了一部分消费者。当消费者拿起饮料,一眼就能看到它属于哪个“健康段位”,甜度就不再只是口味偏好,而成了一道必答的市场考题。这股来自消费

端的压力,正在倒逼品牌调整配方——要想让自家产品拿到更靠前的“健康分”,就必须在控糖、减脂上下真功夫。

“无糖”并不意味着“敞开喝”

伴随着减糖东风,“0糖0脂0卡”的气泡水、无糖茶饮也顺势成为便利店冰柜里的热销品类。数据显示,中国无糖饮料行业市场规模已从2015年的22.6亿元增长至2022年的1996亿元,预计2027年市场规模或将达到7489亿元。

在业内人士看来,未来饮料市场不同级别的产品或将持续增加,这会鼓励企业持续创新,寻找优质原料,让消费者受益。但,一个需要厘清的认知边界是:“无糖”,并不意味着可以放心“敞开喝”。

“目前市面上大多数无糖饮料使用阿斯巴甜、安赛蜜等代糖物质来调出甜味。”上海市第十人民医院临床营养科主任韩婷说,这些代糖会让身体产生一种“被欺骗”的生理反应——舌头尝到了甜味信号,身体便按照经验做好了吸收糖分的代谢准备,结果真正的糖分并未到来。这种错位,非但不能真正满足对甜味的渴望,反而可能在生理层面激起更强烈的甜食欲望,导致人们在不知不觉中通过其他途径摄入更多热量。

韩婷提到,长期依赖代糖饮品,还可能逐步拉高大脑对甜味的感知阈值,让味蕾变得“越来越重”,同时对肠道菌群的平衡带来潜在紊乱风险。她还强调,无论饮品行业如何迭代升级,最健康的饮品始终是白开水。

从全糖加料到底的畅快,到勾选“不另外加糖”的自觉,一杯饮料的甜度,或许正成为这届年轻人消费理性的刻度。

李晨琰(摘自《文汇报》)

从消费端看,当下轻食、生食需求上涨,消费者愿意为清甜即食的口感买单,形成价格差。

营养价值差不多

“水果型蔬菜”的营养成分和同类型的普通蔬菜差别其实不大,不用把“水果型蔬菜”看成是“超级食物”。同时,“水果型蔬菜”脆嫩无渣、口感好,也恰恰说明其纤维含量低,因此不能完全替代日常传统蔬菜摄入。

还要注意一些由普通蔬菜切割加工后伪装成的“迷你款”,以及发育不良的蔬菜在市面上鱼目混珠,这些都不是真正的鲜食蔬菜品种。

建议消费者在选购蔬菜时,根据自身需求合理选择,保证营养均衡、食物多样化。

李和风(摘自《经济日报》)

到底是水果还是蔬菜

“水果型蔬菜”为何贵

但在运输条件欠缺的年代,这类蔬菜往往仅在产地附近流通,大都“养在深闺人未识”。

成本更高

生产成本、流通成本叠加,再加上消费溢价,导致“水果型蔬菜”身价大涨。

从生产端看,此类蔬菜需使用专用种子。栽培时要精细调控温度、水肥,不能粗放露天种植,种植成本高于普通蔬菜。

从流通环节看,这类蔬菜对采收和包装模式、储藏运输的保鲜水平都有较高的要求,拉高了流通成本。

近年来,在菜市场 and 超市里多了不少“水果型蔬菜”:水果黄瓜、水果玉米……脆甜爽口,但价格却比一般蔬菜要高出许多。这些“水果型蔬菜”到底是水果还是蔬菜?它们的“身价”为什么比普通蔬菜更高?其营养价值更高吗?

在植物学概念中,没有“水果型蔬菜”这个单独的分类,这只是市场通俗叫法。商家将部分蔬菜冠以“水果型”的称号,只是营销话术,用来突出这类蔬菜脆甜无渣、可直接生吃的口感特点。

“水果型蔬菜”是科研人员通过杂交、分子育种定向培育的鲜食专用品种。我国早在20世纪50年代就已启动水果玉米的品种选育;北京心里美萝卜、天津沙窝萝卜、潍县萝卜等,也都是流传已久的鲜食萝卜品种。

余额不能买折扣品 预付卡变“闹心卡”

“在服装店充了5000元,现在还剩800多元,但是前几天去服装店购物,店员却说卡里的余额只能买正价商品,不能买折扣商品,太不合理了!”近日,河南省郑州市消费者张女士向笔者反映道。

张女士介绍说,她两年前在郑州市金水区印象汇商场二层一家服装店往卡里充值了5000元。7月27日晚上8时左右,她带孩子到该店购物,店员查询后告诉她,卡内余额还剩800多元。

张女士看上了服装店打折区的一件衣服,就让店员包装起来,并要求用卡内余额支付。没想到店员却表示,卡内余额只能买正价商品,不能买折扣商品。张女士当场提出质疑,认为在充卡的时候并没有人告知她还有此事。店员则辩称称,这是公司的规定,没有提前告知是因为一般没有顾客询问。

“都是这么规定的,充2万元的顾客也是这个规定。”店员说。

张女士的遭遇并非个例。笔者在采访中发现,商家针对预付费消费设置不合理交易条件的情况时有发生。

在黑猫投诉、消费保等平台,笔者通过检索发现,有不少消费者对预付卡无法参加优惠活动的情况进行了投诉。例如,有的消费者反映,在某个影楼拍摄结束后,门店的工作人员才告诉他,储值金与工作日优惠无法同时进行享用,但相关规定仅隐藏在支付页面的小字内,商家未做到显著提示。

对此,北京市中闻律师事务所合伙人王维维律师认为,消费者充值后与商家之间已形成预付费消费合同关系。卡内余额原则上可按照双方约定用于购买商品。商家若要限定“只能购买正价商品、不能购买折扣商品”,属于与消费者权益有重大利害关系的格式条款,应当在充值时以显著方式提示消费者并作出明确说明,不能等消费者实际使用时才以“公司规定”为由拒绝。

“店员所称‘顾客没有问,所以没有告知’,恰恰说明商家可能没有尽到提示、说明义务。”王维维说。

王维维表示:“消费者没有义务主动询问所有隐藏限制,而商家却负有事先、完整告知交易条件的责任。根据消费者权益保护法和预付费消费相关司法解释,经营者应当按照约定提供商品;利用格式条款不合理限制消费者主要权利的,相关条款可能不产生效力。”

王维维认为,张女士有权要求商家允许其正常使用卡内余额购买折扣商品;若商家坚持限制使用,张女士可以要求商家退还卡内余额。

杨召奎(摘自《工人日报》)

