

告别药罐子，搬上货架子 养生零食精准“拿捏”年轻人

早上起床喝一瓶100毫升的姜黄饮，下午犯困嚼两颗益生菌软糖，加班太晚冲一包酸枣仁饮品——这届年轻人正在用吃零食的方式，完成一天的身体养护。在无锡，从精品商超到社区便利店，养生零食以“零食化、便携化、好吃无负担”的姿态，成为二三十岁上班族的消费新宠。



专家提醒： 养生零食无法替代天然食物

面对货架上琳琅满目的养生零食，不少消费者对其产品属性认知模糊，容易对功效抱有过高期待——看到成分表中含人参、酸枣仁、铁皮石斛，便下意识地认为吃了就能安神、抗炎、补气血，无形中将普通食品与保健食品混为一谈。

业内人士表示，从食品安全法规来看，商超、便利店在售的绝大多数养生零食均属于普通预包装食品，与带有“蓝帽子”标识、拥有国家正规批准文号的保健食品存在本质区别。细看产品标签便一目了然：这些产品标注的均为“植物饮料”或“方便食品”，本质上仍是食品而非药品。只有印有“蓝帽子”图案、标注健字号批准文号的产品，才可宣传经官方审批的特定保健功能。

江南大学食品学院副教授吴凤凤提醒，养生休闲零食仅可作为日常饮食的补充，不能替代天然食材与日常三餐。“《中国居民膳食指南》明确倡导饮食多样化，人体每日需摄入不少于12种食物，涵盖碳水、蛋白质、维生素、矿物质等基础营养素。天然蔬果、谷物、肉类所含的复合营养物质，是单一加工零食无法复刻的。”她指出，人体对部分营养素的需求量并不大，但缺一不可，需要从多样化的食物中均衡获取。

她进一步解释，食物不同的加工方式也会不同程度影响血糖水平。以大米为例，做成米饭、熬成米粥、磨成米糊，升糖指数依次升高。备受年轻人青睐的代餐粉、蛋白棒，虽然富含高蛋白、高纤维，能在忙碌时快速补充能量，但本质上属于深度加工食品，营养结构相对单一。控糖人群在食用时需多加留意，避免长期单一食用，否则易造成营养失衡。“保持身体健康，始终根植于均衡的三餐与规律的作息，而非依赖某一类特定食品。”

(记者 陈婧怡/文、摄)

“边吃边养”成锡城青年养生新选择

8月12日晚，盒马鲜生万象汇店内，一处货架前聚集着不少年轻身影。在金融街上班的“95后”女孩刘佳怡，从冷藏柜里拿出一瓶HPP姜黄生姜柠檬汁放进购物篮。“口感很好，中药味淡淡的，喝起来没什么负担。”她坦言，自己选购这款饮品一半是因为它好喝，另一半是“熬夜之后喝上一瓶，心理上会舒服一点”。淡淡的草本味，恰好满足了她“想要养生又怕苦”的小心思。放眼货架，铁皮石斛原浆饮、酸枣仁桑葚膏、人参酸枣仁枸杞原浆……数十款主打草本养生的饮品与即食产品整齐排列，

包装新潮。

在永辉超市惠山万达店，零食区域同样上架了涵盖草本饮品、蛋白代餐、益生菌软糖等各类养生食品。店长吕雪松介绍，这类商品的销售增速明显高于传统蜜饯与膨化食品，消费者愿意为其“养生属性”支付一定溢价。“特别是添加抗氧化、助眠、活跃肠道等功能食材的零食和饮品，切中熬夜人群的需求。包装设计不老套，便于随身携带，年轻人就喜欢这种‘边吃边养’的便捷养生方式。”

记者走访无锡多家超市与社区便利店发现，主打健康、养生的休闲

食品已全面铺货，深度渗透进日常消费场景。市面上的相关产品主要分为两类：一类以铁皮石斛、酸枣仁、姜黄、陈皮、茯苓等药食同源草本为核心原料，制成原浆饮、膏滋、果冻等形态；另一类则侧重营养补充，主打益生菌、高蛋白、高膳食纤维等概念。如今，就连小区楼下的便利店，也专门为这类养生软糖留出了一席之地。

公开数据显示，2025年中国药食同源终端市场规模突破3700亿元，其中药食同源零食细分市场规

政策松绑与技术革新，让“药材”变“零食”

曾经仅现身于药房与保健食品专柜的铁皮石斛、酸枣仁、姜黄、黄芪等原料，如今被制成原浆饮、膏滋、软糖，走进大众商超。这一变化的背后，是政策红利释放、食品技术迭代与年轻群体消费观念跃迁的同频共振。

2024年8月，国家卫健委新增地黄、麦冬等4种食药物质，全国药食同源目录至此扩容至106种。依据食品安全法，目录内的草本原料可直接用于普通食品生产，不再受药品

或保健品相关标准的严格管控，为企业开发相关产品扫清了政策障碍。

加工技术的革新，则破解了草本原料口感欠佳、有效成分吸收率低的难题。江南未来食品研究院市场总监邵勃介绍，传统药食同源食材大多带有微苦、微涩之味，很难制成大众长期食用的快消品。如今，HPP超高压灭菌、微囊包埋、纳米乳化等食品技术的成熟，在保留原料有效成分的同时优化了口感；而原浆饮、膏滋、软糖、果冻等形态，亦降低了养生食

品的食用门槛。

消费端需求升级，则是市场扩容的核心驱动力。“当下年轻上班族普遍面临熬夜、高压、作息紊乱等问题，虽深知生活习惯存在健康隐患，却难以抽出时间进行煲汤、熬煮等传统调理。大众普遍抵触传统滋补品带来的‘吃药感’，更偏爱零食化、便携化的产品。好吃无负担、随手能补充的轻养生模式，恰好契合了年轻人悦己式健康消费的心理。”邵勃表示。

东海头波梭子蟹“游”进无锡 再等几天价格更“香”

本报讯 随着东海伏季休渔期结束，首批鲜活梭子蟹近日已登陆无锡市场。记者走访了解到，今年，各大商超依托源头直采供应链，最快仅需8小时，即可将东海活蟹送达市民餐桌。不过，受前期台风影响，开海时间推迟。目前，梭子蟹批发价较去年同期明显偏高，预计后续将逐步回落。

昨天上午，大润发蠡湖店水产区显眼位置挂起了“开海季”主题海报，海鲜缸内的梭子蟹蟹钳有力、蟹腹洁白。水产区工作人员介绍，这批梭子蟹13日刚到货，是开海后首批从南通吕四港直发无锡的活蟹，“每年这个季节，老顾客都会主动来问，冲着头批货买回去尝鲜。”

今年，各大商超在梭子蟹销售上

普遍打出了“源头直采”牌。以大润发为例，生鲜采购团队早在开海前便驻守在南通吕四港等核心码头，渔船一靠岸即完成分拣装车；运输车辆配备海水循环过滤和打氧保温系统，从出海捕捞到无锡门店上架，最快仅需8小时。

现阶段梭子蟹价格仍处于高位。在大润发蠡湖店，梭子蟹按规格分为49.9元和79.9元两档，一只150克左右的蟹，到手价近24元。永辉超市、盒马鲜生的定价与大润发基本持平。批发市场内的价格划分更为精细：盛阳水产市场小规格梭子蟹每斤约25元，中规格每斤43元，大规格每斤接近60元；各规格较去年同期每斤贵了5元到15元。

蟹价走高的直接原因，是开海时



间的推迟。盛阳水产市场相关负责人介绍，受今年第13号台风“白海豚”影响，原定8月5日启动的东海“小开渔”被迫全面延后。直至8月11日台风影响消退，浙江、江苏、福建沿海数千艘渔船才陆续扬帆出海。开捕晚了近一周，首批回港渔船数量有限，市场供应量偏少，价格自然居于高位。

该负责人预测，蟹价很快将进入下行通道。“目前到货主要依赖南通吕四港的近海回港船，而舟山、连云港等更大规模的渔船正在归港途

中。预计再过几天，梭子蟹日到货量将大幅攀升，届时价格有望明显回落。”

除了梭子蟹，其他海产也正随开海季同步上市。记者了解到，舟山地标带鱼、东海鲳鱼、龙头鱼、皮皮虾、八爪鱼等鲜活海鲜将陆续充实各大商超的海鲜柜台。对于爱吃海鲜的无锡市民来说，从梭子蟹到各类鱼虾，接下来的餐桌选择将越来越丰富，而随着供应量持续增加，物美价廉的“海鲜季”才刚刚拉开序幕。

(陈婧怡/文、摄)