

奶酪棒热销,用它给孩子补钙靠谱吗?

# 儿科专家:补钙前应先判断孩子是否缺钙

补钙可以说贯穿人的一生,特别是儿童期,钙对生长发育有着重要影响,家长们对补钙的关注度也日益提升。“健康又营养”“三倍牛奶钙含量,VD加持,促钙吸收”“六倍钙含量”多款奶酪棒的广告戳中家长痛点,宣传“助力孩子成长”。但奶酪棒真的适宜给孩子补钙吗?实际上,奶酪棒不等于奶酪,其主要成分是水。儿童专科医提醒,缺钙才需要补钙,家长应该先判断孩子是否缺钙,如果孩子不缺钙,就无需补钙;如果孩子有缺钙表现,则应及时就医。

■新快报记者 陈思陶  
通讯员 林惠芳 苏海浩



行业

## 新茶饮增速将阶段性放缓

**新快报讯** 近日,中国连锁经营协会发布《2021新茶饮研究报告》,报告显示,新茶饮门店数37.8万家,连锁化率达36%,预计2023年,新茶饮市场收入规模有望达到1428亿元。

报告指出,未来两至三年,新茶饮增速将阶段性放缓,从过去3年的高于20%调整为10%~15%。增速放缓背后的原因从企业端看,可能为面对竞争加剧、房租较高、人才储备有限、食品安全管理有加强、外卖占比高利润低等因素的叠加,快速增长将有很大的管理性风险;从外部竞争看,可能为下沉市场的盘整、西部北部市场的开发,都需要市场验证。

报告认为,增速放缓是阶段性的,适度调整将实现厚积薄发。如果各企业在未来两三年内解决好品牌、运营能力、食品安全管理等重要问题,新茶饮行业的增长速度将快速回到15%以上。

(陈思陶)

## 市场 奶酪棒火爆,近三年销售增速超50%

奶酪棒有多火?在超市货架上,奶酪棒已有专门陈列区;在电梯广告里,奶酪棒的广告歌曲旋律颇为洗脑;在小红书、下厨房等社交平台上,奶酪棒创意搭配及制作获得高赞。京东数据显示,在售的16个奶酪棒品牌,单品数量有100多个,2019年-2021年每年销售增速在50%以上。2021中国奶酪发展高峰论坛上,专家称2019年、2020年中国进口奶酪为11.49万吨、12.93万吨,2021年5月份已经达到8.27万吨,同比增长66.4%,

奶酪赛道扩增可能与今年奶酪棒的爆发式成长有关系。

奶酪分为天然奶酪和再制奶酪,市面上的即食奶酪棒基本属于再制奶酪产品。部分受访家长不一定适应“有怪味道”的天然乳酪,但调味后香甜带果味的奶酪棒不难接受,“味道好,孩子爱吃”,“相比糖果、巧克力、膨化食品,奶酪棒更健康”。

受访家长表示,购买奶酪棒除了营养好味,还看品牌。妙可蓝多、百吉福、伊利、蒙牛爱氏晨曦、妙飞、

光明、安佳、乐芝牛、总统等品牌较早推出多款奶酪棒产品,家长较为熟悉;奶酪博士、吉士汀、和润、认养一头牛、永辉旗下馋大师等品牌也新加入奶酪棒市场。

众多品牌入局,奶酪棒竞争越发激烈,产品也有“卷起来”的趋势,添加VD是初级操作,将普通奶源换成A2奶源,添加DHA、叶黄素酯,做到0蔗糖等,不断升级。而且品牌还热衷于各个动画IP联名,争取小朋友的喜爱。

## 营养 奶酪棒不等于奶酪,钙含量也不等于吸收量

奶酪作为奶制品,家长希望孩子从中摄入钙有其道理。广东省妇幼保健院儿童内分泌专科邓智医师表示,据中国营养学会发布的《中国居民膳食指南(2016)》,奶类是儿童期最主要的钙源,也是最好的钙源,更适宜肠道的吸收。

但奶酪棒不等于奶酪。记者注意到,多款奶酪棒产品配料表前三位是水、干酪、白砂糖,通常食品成分添加量越多在配料表上排名越靠前,可见奶酪棒中水含量高于干酪。根据《食品安全国家标准 再制干酪》要求,再制干酪所添加的干酪含量≥15%。部分奶酪产品标注显示,其干酪添加量刚刚及格,如吉士汀成长棒(原味)干酪添加量>15%,光明奶酪棒(原味)干酪添加量>15%,蒙牛爱氏晨曦奶酪棒(原味)干酪添加量18g/100g;而盒马杰

力豆棒棒奶酪(水果味)干酪(新西兰切达干酪)添加量仅为≥4%。

干酪添加量的多寡,也影响到奶酪棒钙含量的高低。3倍、6倍牛奶钙含量广告宣称,除了干酪添加量增多,还与含钙食品添加剂有关。深圳消委会测评显示,盒马杰力豆、妙可蓝多、妙飞、吉士汀、伊利、Dr.Cheese 奶酪博士、认养一头牛、安佳、百吉福、蒙牛爱氏晨曦等品牌受测奶酪棒中使用了磷酸三钙或碳酸钙食品添加剂。食品安全国家标准中规定,食品添加剂在合理范围内使用是允许的,这会增加奶酪棒产品中无机钙的含量,但不管是无机钙或是有机钙,吸收率都不如奶类及其制品高。

单看钙含量,部分品牌奶酪棒不逊于牛奶,但钙含量高不等于钙吸收率高,钠的摄入会影响钙的吸

收。钙和钠相伴从尿液中排出,钠排出量增多,钙排出量也会增多,广东省妇幼保健院妇科主任医师和秀魁表示:“低盐饮食可以减少尿钙的排出。”

据深圳消委会测评报告,12款受测奶酪棒平均钠含量为300mg/100g,其中盒马杰力豆、DUTCH LADY、光明钠含量较低,分别为154mg/100g、158mg/100g、174mg/100g;吉士汀、伊利、蒙牛钠含量较高,分别达到404mg/100g、412mg/100g、594mg/100g。结合含钙量计算钙钠比(含钙量/含钠量),钙钠比大于1则摄入等量钙的同时钠的摄入量控制较好。受测产品钙钠比平均为1.5,其中,蒙牛、认养一头牛不足1.0,百吉福为1.0;盒马杰力豆、Dr.Cheese 奶酪博士、妙飞表现较好,分别为3.0、2.2、2.0。

## 专家 为孩子补钙前,先要判断孩子是否缺钙

谈及选购奶酪棒补钙,多位家长认为钙关系着孩子的健康和身高,但问起孩子是否缺钙,很多家长表示没有去了解。而对于补钙,邓智医师强调“缺才补”,判断孩子是否缺钙是关键所在。

邓智介绍,家长需注意容易发生缺钙的两个年龄段,一是婴幼儿期,这是儿童生长发育的第一个高峰时期,所需要的骨量迅速增加,对钙的需求量也增加。婴幼儿由于消化功能及运动能力受限,维生素

D的饮食摄入量及户外活动量受限,缺钙主要原因是维生素D缺乏导致的钙吸收不良,此时的缺钙可能表现为不易入睡、易烦躁不安、爱出汗、枕秃、出牙迟缓、方颅、凶门闭合迟,严重者表现为手足搐搦,未及时治疗者可能表现为鸡胸、“O形”腿、“X形”腿。二是青春期,也是生长加速的第二高峰期,会因摄入的钙及维生素D含量不足以满足生长加速所需量而出现缺钙表现,缺钙表现通常不明显,部分孩子表现为

生长痛、关节痛等。

如果孩子上述症状明显或加重,邓智医师建议家长尽快就医,不要相信某些药店或诊所提供的简单仪器测定孩子是否缺钙,医生会根据家庭饮食情况、孩子的全面情况及相应的检查综合判断孩子是否真缺钙或合并其他疾病。如果孩子日常饮食中摄入的钙元素充足,即奶类充足,膳食均衡,同时有规律补充维生素D,又没有缺钙的相关表现,生长发育正常,就不用额外补充钙。

## 钛动科技 迭代出海企业服务体系

**新快报讯** 9月24日,钛动科技在广州举行2.0战略发布会,发布全新品牌体系,正式启用新品牌标识。据悉,作为一家服务于企业出海领域的公司,钛动科技在2.0阶段,除了将以往服务头部企业的大量经验与分析模型,形成一套更多出海企业都能使用的SaaS外,还将提供包括效果、全案、网红、咨询、创意等五种服务。同时,钛动科技还可以在提供深度定制化解决方案的基础上,打造出海全域流量生态,依托于大数据与算法服务出海企业,更快更全面地辅助其进行包括广告投放、营销策略在内的判断与决策,同时还能助其形成多元化的流量入口,构建流量壁垒。

钛动科技CEO李述昊表示,除了APP、Game以及EC领域,持续迭代的钛动在2.0阶段将着重突出对DTC领域的服务能力,形成全领域客户服务的一站式出海增值平台,“到2024年希望Tec-Do2.0全面建成,也希望通过钛动的协助,中国企业能更专注于生产更优质的内容和产品。”

(杨澍)

## 化妆品行业监管 将迈入标准化信息时代

**新快报讯** 9月24日,国家药监局发布关于公开征求《化妆品生产许可管理基本数据集(征求意见稿)》等5个化妆品信息化标准意见的通知,向社会公开征求意见。公告显示,编制上述5份文件的目的是“推进化妆品监管信息化建设与数据共享”。据悉,这是国家层面首次针对化妆品监管信息化建设出台系统文件,预示着行业监管将迈入标准化信息时代。

上述征求意见稿分别从化妆品生产许可管理、普通化妆品备案管理、特殊化妆品注册管理、化妆品监管信息等方面的数据采集进行了标准化的规定,内容涉及基本数据集的分类、摘要、数据子集等,还规定了化妆品监管信息基础数据元值域代码(注册备案及生产许可部分)。例如,特殊化妆品申报类别代码为“特殊化妆品申报类别代码表(CS04.0B.074)”,其中,值“1”所代表的含义就是“染发类”,值“2”就代表了“烫发类”,值“3”代表了“防晒类”等。

(陈思陶)



更多快消资讯  
扫一扫获取