



无糖就是健康和安全的吗？人们高举控糖大旗，对糖的态度从昔日的甜蜜到如今的憎恶，这一举又是否存在矫枉过正的可能？

糖醇的成功鼓励了品牌继续发掘能够说服消费者的代糖，包括甜菊糖苷、甘草、叶甜素等纯天然代糖也开始被广泛应用，其中从甜叶菊提取的甜菊糖苷使用最多。

无糖风潮带来的生意

至于这届年轻人为什么要千方百计控糖？

以科学的眼光来看，随着生活水平和教育水平的提高，年轻一代掌握了更全面的健康知识和更自觉的健康意识。而最直接且直白的原因恐怕是：怕长胖、怕长痘、怕衰老、怕血糖水平异常……这种恐惧心理不同于中老年人对三高的害怕，是当代年轻人对生活品质的要求——变瘦、变美、变健康。

此外，控糖对大部分人来说，还是对当代生活方式的“参与感”。毕竟，人们很容易感受到这样的氛围：控糖的行动在社会上如火如荼地进行着。

在小红书上搜索“控糖”“无糖”等关键词，可以有数十万篇笔记，内容多是分享控糖日记，推荐无糖食品。在这些年轻的俊男靓女眼中，一颗痘痘，甚至是未来的一条皱纹，其罪魁祸首就是糖。和健身类似，控糖俨然变成一种自律的体现。

与此同时，众多明星网红也纷纷带起无糖食品的货。从饮料到零

食，从代餐到药物，几乎覆盖了一个现代人全部的进食需求。他们甚至现身说法，证明控糖的必要性，其中不乏男明星。

因此，“零糖零卡零脂”的特性完美迎合了当下社会对健康生活的需求，各类饮品食品都不断向“健康”“天然”“无糖”等方向转移。

2019年，被看作是无糖饮料的崛起之年。2019年7月，国家卫健委发布的《健康中国行动（2019—2030年）》，提倡到2030年人均每日添加糖摄入量不高于25g。这一年，全球带有“低糖”“无糖”或“无添加糖”标签的新品发布数量相比2015年增长了将近一倍。

而自2019年以来，我国无糖饮

料市场发展迅猛，主要包括无糖茶饮和无糖碳酸饮料。其中，无糖碳酸饮料市场规模从2014年的6亿元增长至2019年的54.6亿元。在可口可乐与百事等大企业的示范下，饮料去糖化趋势席卷全球，不论是厂商，还是消费者，都被裹挟加入这场无糖的战争。

但问题是，无糖就是健康和安全的吗？人们高举控糖大旗，对糖的态度从昔日的甜蜜到如今的憎恶，这一举又是否存在矫枉过正的可能？

现代医学已经证明，糖作为我们身体能量和营养构成的一部分，始终不能被其他能量完全取代。同时，与戒烟不同，糖仅仅在过量的情况下才会对身体造成不利影响，这种不利影响也并非由糖直接造成，而是源于饮食的整体不平衡。

对待糖的最佳态度，既不是想吃就吃的开心至上，也不是完全戒断、与糖为敌，而是保持谨慎的态度，适可而止地吃。但这恰恰是最难的。[E]

下图：世界卫生组织下属的国际癌症研究机构宣布阿斯巴甜为“可能致癌物”，代糖行业遭到冲击。图为零卡路里的饮料。

