

以含有特殊矿物质等为“卖点”，价格是普通食盐的几十倍甚至上百倍

论克卖的“网红盐”，是“智商税”还是真有奇效？

阅读提示

近段时间来，充满异域风情的各种“网红”进口盐，在电商平台十分火爆。尽管价格是普通食盐的几十倍甚至上百倍，但仍有不少消费者趋之若鹜。对此，有业内人士指出，广大消费者要树立正确的消费观念，审慎看待“华丽外衣”下的“网红盐”等网红商品，不要轻易上交“智商税”。

记者发现，不少商家在销售“网红盐”时，都会打出“天然有机认证”“富含矿物质”等标签。“网红盐”打破了人们对盐的认知，大都宣称含有丰富微量元素，甚至能调节人体的酸碱平衡。

以喜马拉雅玫瑰盐为例，商家宣称该盐在两亿五千万年前形成，纯天然无污染，含氯化钠98%以上，包括铁、钙、镁、钾、锌、硅、铜等80多种人体所需的矿物质，是名副其实的盐中之王。“就算这些都是真的，但很多微量元素人体并不需要，甚至对人体并无益处。”李文建说。

除了高大的玫瑰盐，记者在采访中发现，还有喜马拉雅盐调味品，1瓶价格在50元左右，号称口味新组合，严选原料匠心搭配，轻松搞定各种中西美味。有橘子组合、柠檬组合等，一些包装瓶配置有可调节的研磨器，有细、中、粗三种颗粒，号称能现吃现磨，噱头感十足。

“吃盐补钙”不靠谱

此外，还有商家声称喜马拉雅玫瑰盐比普通食用盐更天然或更纯净。对此，重庆大坪医院主任医师李庆说，事实上，在当前的食品世界中，“天然”这个词意义不大。

据了解，食用盐主要包括海盐、湖

盐、矿盐，分别来自海水、天然卤水、地下水矿床。所有食用盐都是自然的，而非人工合成的。食用盐的主要成分是氯化钠，只要纯度达标，不同产地的盐营养成分和价值没有太大差别。

此外，业内人士指出，“吃盐补钙”的说法更是有悖科学，自相矛盾。事实上，多吃盐不仅不能补钙，反而会导致钙质流失。食盐含有钠离子，而钠和钙在人体中代谢是有联系的，它们由同一种分子调节。钠摄入量过多的时候，身体会努力排钠，同时会增加尿钙的排出量。因此，“吃盐补钙”不靠谱，很容易误导消费者。

李庆认为，盐里的微量元素可以忽略不计（加入的强化剂除外），毕竟每天食盐摄入量太低。按照《食品营养强化剂使用标准》，食盐不允许添加除碘以外的营养强化剂。至于钙、铁等矿物质，通过吃盐来摄入是不靠谱的。盐只是调味品，不是保健品，不需要关注太多成分，只看“营养成分表”中的钠、碘就足够了。

事实上，重庆市消委会近日对重庆市面上流通的8个品牌、共计27组食用盐样品进行比较试验，对比试验主要针对食盐样品的理化指标、卫生指标、营养强化剂和主成分含量等20项指标进行测试。测试结果显示，27组样品均未测

出锌，有4组样品测出有硒，有18组样品测出有铁，有23组样品测出有镁，有22组样品测出有钙。虽然硒、铁、镁和钙这些微量元素元素对人身十分有益，但从测试结果看，无论盐的档次与价格高低，其微量的矿物质元素含量都十分有限，因此通过食盐来补充矿物质元素作用微乎其微。

不要轻易上交“智商税”

“为补充矿物质元素而特意选择微量营养强化盐没有必要，建议消费者不要轻信商家的宣传口号。”重庆市消委会相关人员说，测试还揪出一家“挂羊头卖狗肉”的食用盐品牌，宣称自家为海藻加碘盐，但实际是添加碘化钾和海藻鲜味液，该品牌已经被约谈处理。

“‘网红盐’不过是利用部分消费者好奇、尝鲜乃至迷信外国商品的心理，用模棱两可、华而不实、夸大其词的广告宣传推销产品，对其不可等闲视之。”重庆渝中区市场监管局四级调研员张载荣说，一方面，监管部门、平台要依据广告法等法律法规约束、规范商家的不实宣传，严格查处违规营销行为；另一方面，广大消费者也要树立正确的消费观念，审慎看待“华丽外衣”下的“网红盐”等网红商品，不要轻易上交“智商税”。

李文建建议，监管部门既应强化监管，严查违规营销、欺诈诱导等违法行为，同时也要注重科普宣传，让更多人知晓“网红盐”与普通食盐的功能并无二致，进而维护消费者的知情权，让人们明明白白地消费，不要掉入消费陷阱。

等新规则议题谈判，推动建设更高水平开放型经济新体制。同时将进一步增强实效，以RCEP生效实施为契机，加大对自贸协定的宣介、推广、培训，提升自贸协定综合利用率，让协定更好更快惠及企业和人民。

据了解，入世20多年来，我国的自贸“朋友圈”不断扩大，自贸协定内容日益丰富，水平不断提升。截至目前，我国已与26个国家和地区签署了19个自贸协定，自贸伙伴覆盖亚洲、大洋洲、拉丁美洲、欧洲和非洲，我国与自贸伙伴的贸易额占外贸总额35%左右。

科技人员讲稻谷。听到我国科研人员培育的超级杂交稻品种屡创世界水稻单产最高纪录，总书记十分高兴，指出“要下决心把我国种业搞上去，抓紧培育具有自主知识产权的优良品种，从源头上保障国家粮食安全”。

2020年中央经济工作会议上，“解决好种子和耕地问题”被列为“十四五”开局之年要抓好的八大重点任务之一。会议提出，要加强种质资源保护和利用，加强种子库建设。要尊重科学、严格监管，有序推进生物育种产业化应用。要开展种源“卡脖子”技术攻关，立志打一场种业翻身仗。

2021年7月，中央深改委第二十次会议审议通过了《种业振兴行动方案》，把种源安全提升到关系国家安全的战略高度。2022年3月，新修改的种子法正式施行。

一粒种子可以改变一个世界，一项技术能够创造一个奇迹。

习近平总书记一系列重大部署为种业发展指明了方向。种质资源收集与保护、突破性品种选育、前沿育种技术研发……各个环节久久为功，我国现代种业发展取得显著成效，推动更多良种走向沃野。

如今，我国形成了以海南、甘肃、四川三大国家级育制种基地为核心，96个制种大县和120个区域性基地为骨干的种业基地“国家队”，国家级基地供种保障能力提高到75%。节水小麦、优质水稻品种选育取得新突破，农作物良种覆盖率达96%以上，保证了中国粮主要用中国种。

科技赋能种业发展的同时，也在农机农艺、农业技术推广等方面持续发力，不断推动藏粮于地、藏粮于技战略落实落地。

新修的排水沟渠开阔通畅，田间还配备了小型气象站和土壤墒情仪；农民打开手机通过“云上巡田”，就知道庄稼缺水还是缺肥；扫一扫二维码，城里人可以查到自己的粮食在庙前村的哪块地……在国家级制种大县安徽省淮北市濉溪县的五沟镇庙前村，万亩良田正在孕育着新的收获。

10年来，我国农业科技进步贡献率提高7个百分点，超过61%；小麦、玉米、水稻三大粮食作物耕种收综合机械化率分别超过97%、90%和85%……农业科技

10年来我国市场销售规模稳步扩大

本报北京9月22日电（记者时斓娜）今天，国家统计局发布党的十八大以来经济社会发展成就系列报告之七，聚焦消费市场提质扩容情况。10年来，我国超大规模市场优势持续发挥，市场销售规模稳步扩大，消费结构优化升级，消费成为经济增长的主要驱动力，构建新发展格局成效持续显现。

报告显示，党的十八大以来，我国消费市场规模稳步扩大，消费基础性作用不断增强。2016年、2019年社会消费品零售总额先后突破30万亿元和40万亿元，2021年达到44万亿元，再创历史新高，是2012年的2.1倍。2021年，最终消费支出对经济增长的贡献率为65.4%，是经济增长的第一驱动力。

我国城乡消费市场共同壮大，区域

结构逐步优化。城区消费品市场保持良好发展势头，2021年城区消费品零售额超过27万亿元，2013年~2021年年均增长8.1%；县乡消费品市场发展步伐加快，2021年镇区和乡村消费品零售额分别达10.8万亿元和5.9万亿元，2013年~2021年年均分别增长10.4%和9.8%，增速分别高于城区消费品零售额2.3个和1.7个百分点。

党的十八大以来，新型消费快速发展，升级类消费需求持续释放。网络购物已经成为消费市场的重要增长点；绿色消费大力发发展，能耗水平较低、减碳低碳等绿色商品消费快速增长，相关产品市场认可度持续提升；升级类消费较快增长，商品消费更加注重质的提升，居民多样化、个性化、品质化消费持续增加。

本报记者 李国

一瓶200克研磨版的喜马拉雅纯天然岩盐售价为58元，454克包装的法国盐标价108元，一瓶113克的泰国夏威夷黑盐标价148元……价格是普通食盐的50倍左右。最有名的法国盐之花，网上的售价在每克0.5元~1.5元之间，也就是普通食盐的70倍~200倍。

近日，《工人日报》记者调查发现，充满异域风情的各种“网红”进口盐，在电商平台十分火爆。这些“网红盐”均以“天然”“特定原产地”“含有特殊矿物质”等为“卖点”，号称可补钙补锌“营养更均衡”，天花乱坠的广告宣传令其身价倍增。

这些“网红盐”是真有奇效，还是在收取消费者的“智商税”？记者进行了调查采访。

在营销时打擦边球

“这些色彩瑰丽的‘网红盐’撒到食物上，令人赏心悦目。”重庆时尚人士吉峰这样对记者说。

业内人士指出，从市场角度来说，“网红盐”就像饮用水一样，只要标注清晰明确，不存在虚假宣传或者诱导、误导消费者的情形，没有危害食品安全，都应许可其存在，由消费者根据自己的经济状况或喜好自主选择。

“相比于追求新奇的‘网红盐’，我们更应学会阅读食物的营养标签，注意减少钠的摄入，追求更加健康的生活方式。”重庆体育局营养学博士李文建研究员说，应注意一些“网红盐”在营销时打擦边球。

近段时间来，充满异域风情的各种“网红”进口盐，在电商平台十分火爆。尽管价格是普通食盐的几十倍甚至上百倍，但仍有不少消费者趋之若鹜。对此，有业内人士指出，广大消费者要树立正确的消费观念，审慎看待“华丽外衣”下的“网红盐”等网红商品，不要轻易上交“智商税”。

记者发现，不少商家在销售“网红盐”时，都会打出“天然有机认证”“富含矿物质”等标签。“网红盐”打破了人们对盐的认知，大都宣称含有丰富微量元素，甚至能调节人体的酸碱平衡。

以喜马拉雅玫瑰盐为例，商家宣称该盐在两亿五千万年前形成，纯天然无污染，含氯化钠98%以上，包括铁、钙、镁、钾、锌、硅、铜等80多种人体所需的矿物质，是名副其实的盐中之王。“就算这些都是真的，但很多微量元素人体并不需要，甚至对人体并无益处。”李文建说。

除了高大的玫瑰盐，记者在采访中发现，还有喜马拉雅盐调味品，1瓶价格在50元左右，号称口味新组合，严选原料匠心搭配，轻松搞定各种中西美味。有橘子组合、柠檬组合等，一些包装瓶配置有可调节的研磨器，有细、中、粗三种颗粒，号称能现吃现磨，噱头感十足。

“吃盐补钙”不靠谱

此外，还有商家声称喜马拉雅玫瑰盐比普通食用盐更天然或更纯净。对此，重庆大坪医院主任医师李庆说，事实上，在当前的食品世界中，“天然”这个词意义不大。

据了解，食用盐主要包括海盐、湖

商务部将从三方面发力推进实施自贸区提升战略

本报北京9月22日电（记者北梦原）记者从今天商务部举行的新闻发布会上获悉，入世20多年来，我国自贸“朋友圈”不断扩大，立足周边、辐射“一带一路”，面向全球的高标准自贸区网络初步形成。下一步，商务部将从“扩围、提质、增效”三方面发力，推进实施自贸区提升战略，有效联通国内国际两个市场两种

资源，为高水平对外开放提供机制性保障，服务构建新发展格局。

据商务部新闻发言人束珏婷介绍，下一步将进一步扩大自贸伙伴范围，积极推进加入CPTPP进程，与协定成员国开展磋商，保持密切沟通；全面推进加入DEPA谈判，力争尽早正式加入；继续推进与海合会、厄瓜多尔、尼加拉瓜、以色列

、挪威及中日韩等自贸协定谈判和中国-东盟自贸区3.0版等升级进程，与更多有意愿的贸易伙伴商签自贸协定，共同推动区域经济一体化和贸易投资自由化便利化。

提质方面，我国将进一步提高货物贸易零关税比例，放宽服务贸易和投资市场准入，积极参与数字经济、环境保护

列、挪威及中日韩等自贸协定谈判和中国-东盟自贸区3.0版等升级进程，与更多有意愿的贸易伙伴商签自贸协定，共同推动区域经济一体化和贸易投资自由化便利化。

据了解，入世20多年来，我国的自贸“朋友圈”不断扩大，自贸协定内容日益丰富，水平不断提升。截至目前，我国已与26个国家和地区签署了19个自贸协定，自贸伙伴覆盖亚洲、大洋洲、拉丁美洲、欧洲和非洲，我国与自贸伙伴的贸易额占外贸总额35%左右。

等新规则议题谈判，推动建设更高水平开放型经济新体制。同时将进一步增强实效，以RCEP生效实施为契机，加大对自贸协定的宣介、推广、培训，提升自贸协定综合利用率，让协定更好更快惠及企业和人民。

据了解，入世20多年来，我国的自贸“朋友圈”不断扩大，自贸协定内容日益丰富，水平不断提升。截至目前，我国已与26个国家和地区签署了19个自贸协定，自贸伙伴覆盖亚洲、大洋洲、拉丁美洲、欧洲和非洲，我国与自贸伙伴的贸易额占外贸总额35%左右。

等新规则议题谈判，推动建设更高水平开放型经济新体制。同时将进一步增强实效，以RCEP生效实施为契机，加大对自贸协定的宣介、推广、培训，提升自贸协定综合利用率，让协定更好更快惠及企业和人民。