

“喝可乐也能减肥?这应该是近期听到的最逆天的消息了。想瘦身又管不住嘴的吃货们听到这个消息一定全身一震,真的假的?”

靠5克膳食纤维撬动脂肪

减肥可乐恐难担瘦身重任

本报记者 李伟



众所周知,碳酸饮料一直是口感酷爽和热量奇高并存的矛盾之物。“喝一瓶可乐的热量需要跑10公里才能消耗掉”的帖子在朋友圈广泛转发。想到它,爱美人士大多是纠结的。为了让更广泛的人群放下纠结,彻底拥抱可乐,可口可乐日本公司推出了一款号称可以减肥的可乐,并指出这种可中添加了可帮助减脂的成分。

为了减肥,人们真是什么方法都想遍了。这回,终于轮到可乐来承担这个光荣使命了但是可乐究竟是如何避开了自身劣势而跻身减肥产品排行榜的呢?这款减肥可乐究竟与普通可乐有什么不同?用它来减肥到底靠不靠谱?

减肥可乐口感与“零度”相似

“口感上,减肥可乐跟普通可乐区别不大,有甜味,也有二氧化碳的泡沫刺激。”日本早稻田大学博士后王爽对科技日报记者说,“但如果你一直喝下去就能感觉到减肥可乐的甜味越喝越淡,不像普通可乐的刺激那么持久,整体上跟之前推出的‘零度可乐’口感比较接近。”

或许是故意要做出与普通可乐不同的身份感,减肥可乐采用了白色包装、红色字体的外观设计,与常见可乐的红底白字恰好相反。而其产品营养成分表上显示,一瓶470毫升的减肥可乐中能量、蛋白质和脂肪的含量均为零,只有5.2克的碳水化合物。

可口可乐日本公司表示,在力争保留可口可乐原有口味的同时,他们在其中加入了

“难消化性麦芽糊精”。这种物质主要用来抑制脂肪吸收、稳定血脂,并且不会产生更多的热量。

虽然减肥可乐的减肥效果还有待验证,但是价格却高出普通可乐约两倍,即每瓶(470毫升)158日元,约合人民币9.8元。高出的价格,正是“难消化性麦芽糊精”的身价象征,因为它的存在,成就了可乐“减肥”的美名。

目前,在国内网红和美食达人的推波助澜下,中国网友对这款新品的关注日益增多,参与代购的店铺和买手生意火爆,淘宝上该款产品的单瓶售价要20多元,一家售价19.9元的店铺已经累计出售7000多瓶,月均销量1000多瓶,且全部为“预售”,即“先下单,4天后发货”。

5克膳食纤维恐难左右减肥大业

公开资料显示,减肥可乐中含有的“减肥新利器”的科学标识为“Fibersol-2”,是日本松谷化学工业株式会社1988年推出的一种以玉米淀粉为来源的水溶性膳食纤维。此纤维有50%不会被人体消化吸收,因此被称为“难消化性麦芽糊精”。

事实上,该物质早在1990年就已获得美国GRAS认证。1992年、1994年、1998年还先后获得日本特定保健用食品制度关于调整肠道、延缓餐后血糖上升、延缓餐后甘油三酯的上升等3项功效认证。2012年被我国卫生部批准为普通食品,中文名为“善倍素”。

“从营养学上分析,减肥可乐正是看上了这种膳食纤维在清理肠道、抑制脂肪生成等方面的原理和作用。”中国人民解放军第309医院营养科主任左小霞告诉科技日报记者,理论上说,减肥可乐在成分构成上还是有创

新和进步的。

膳食纤维号称人体第七大营养素,具有增强饱腹感、升糖指数低、肠道清洁等作用,很多减肥代餐食品都会做适量添加。“根据《中国居民膳食指南》的推荐,正常成年人平均每日建议摄入25克到30克的膳食纤维,所以一瓶减肥可乐中放5克膳食纤维,含量是相对科学而且充足的,其他部分可以通过蔬菜、水果以及全谷类食物获取。”左小霞指出,“5克只能作为每日膳食纤维的一个补充剂量。”

她强调,“减肥可乐”的进步性主要建立在与传统碳酸饮料的对比上,“比如,它减少了糖分和热量的摄入,成分上也不含磷,降低了龋齿和骨质疏松的发生几率。但是,这5克的膳食纤维究竟能起到多大的减肥作用呢?其实,减肥的关键还取决于人们每天摄入的热量是否小于消耗的热量。”

可乐即使无糖也不要敞开喝

减肥可乐刚上市的时候,王爽几乎每天喝一瓶,“主要是没有心理压力,虽然可能没有明显的减肥效果,但毕竟也不会增肥嘛。”

可乐的高热量来自于其中的高糖分,而减肥可乐抑或之前的零度可乐其能量为零的原因在于其成分中不含糖,而是使用了一种名为“阿斯巴甜”的甜味剂(一种比蔗糖甜几百倍的甜味剂)。据统计,全世界大约有3.5亿人定期食用这种甜味剂,它是许多低热量饮料、糖果、口香糖、医用制剂和维生素的主要成分,占世界糖替代品市场份额的62%。

“它其实是一种人工合成的食品添加剂,使用目的是在降低饮品含糖量的同时不影响口感。但是,目前在整个国际医学界、营养界,阿斯巴甜都是存在争议的。”左小霞说,这种争议主要源于阿斯巴甜的成分构成。“在肠道中,阿斯巴甜会分解产生两种氨基酸——天冬氨酸和苯丙氨酸,以及甲醇。”

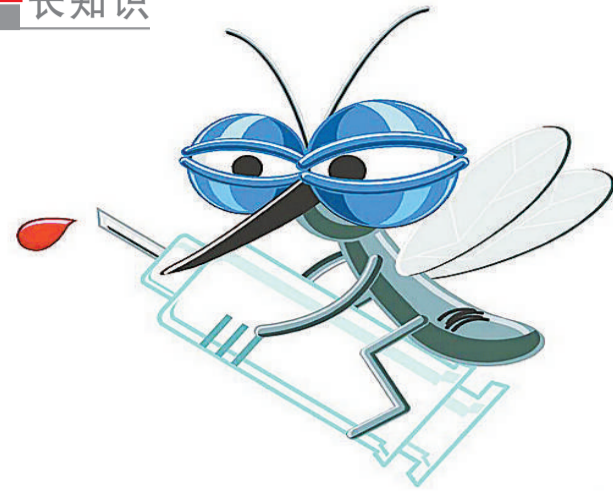
一罐355毫升的阿斯巴甜增甜碳酸水约

含200毫克阿斯巴甜。在消化后,阿斯巴甜生成的甲醇是其重量的十分之一(20毫克)。资料显示,肝脏中的酶会将甲醇分解为两种毒性很强的化合物。目前,学界最大争议点在于,从阿斯巴甜中的甲醇分解而来的这些毒素是否足以损伤身体。

除了有可能影响健康之外,科学家还怀疑阿斯巴甜会让人更有食欲。资料显示,美国某癌症协会曾对8000名妇女进行了长达6年的跟踪研究,最后得出结论——在体重增加的被研究者中,食用人造增甜剂的女性增长的体重大于未曾食用的。

左小霞认为,为了延长食品保质期等,一定程度上使用食品添加剂是合情合法的,但从营养学角度看,阿斯巴甜毕竟不是人体需要的营养元素,只是一种人造添加剂,在限制范围内的用量可以被人体代谢出去,但还是越少越好。蔬菜、水果、粮谷等携带的营养成分才是人体真正需要的。

长知识



⊗ O型血的人最招蚊子 ⊙ 体味才是蚊子的追求

谣言:8月份关于蚊子的流言渐渐多了起来,其实每年的夏天关于蚊子最爱叮什么血型的人的流言都会流行一遍。很多人说,蚊子偏爱O型血,因为O型血甜。

真相:目前还没有可靠的证据可以证明,不同血型对蚊子的吸引力有差异。

民间关于“O型血的人最招蚊子”的说法来源于上世纪70年代的一次实验。当时,科学家找了102个人作为样本,来验证蚊子对血型的偏好。实验要求102人把胳膊伸进装有20只蚊子的密封箱里,10分钟后通过检验蚊子肚子里血液的血型来判断叮咬情况。在进行了100次试验后,科学家发现O型血的人被叮咬次数最多。这一研究成果还被发表于《自然》杂志上。

但是,随着技术手段和对蚊子认知的发展,研究人员发现了蚊子叮咬实验的局限性——没有考虑到人呼出的二氧化碳对于蚊子的影响,统计过程中也有瑕疵。同时,他们完成了一系列实验,推翻了“O型血的人最招蚊子”的结论。比如,在一次野外实验中,研究人员发现,可释放二氧化碳的捕蚊器比不可释放二氧化碳的同类捕蚊器能多捕捉8—45倍的蚊子;给人戴上一个装有碱石灰的面罩,中和呼出的二氧化碳,可以让人被蚊子叮咬的几率大幅下降。

还有其他研究也表明,人在呼吸时释放出的水蒸气、二氧化碳,汗液中的丙酮、辛烯醇、乳酸等几十种化学物质都会诱惑蚊子。因此,血型并不是蚊子在意的,体味才是蚊子的追求。

哪些人更容易被蚊子锁定

喝了酒的人 法国发展研究所蒙彼利埃研究中心科学家对25名20—43岁的志愿者进行了研究。结果发现,参试者饮用啤酒前后,其体味对蚊子的吸引力从50%上升到65%。分析指出,饮酒后的体味改变和呼吸变化,会让人们更招蚊子,且饮酒会使身体防御蚊虫叮咬的能力下降。因此,爱喝酒的人容易被蚊子袭击。

大量出汗的人 汗液也是蚊子的觅食信号。汗液中含有大量氨基酸、乳酸及氨类化合物,蚊子对此非常敏感。人在从事运动或体力劳动后呼吸会加快,呼出的二氧化碳相对较多,二氧化碳气体会在人头上方约1米左右的地方形成一股潮湿温暖的气流,蚊子对此比较敏感,一旦嗅到这些物质的气味就食欲大开。因此运动量大的年轻人、胖人、呼吸沉重的人更容易被叮咬。

小孩 蚊子喜欢叮咬新陈代谢快的人。小孩子新陈代谢较快,因此易遭蚊子叮咬,老人则相反。此外,一些婴儿因为身上含有独特的奶味,也是蚊子爱叮咬的对象之一。

孕妇 孕妇临产前,呼吸量比没有怀孕的女性大21%,呼出的潮湿气体与二氧化碳对蚊子具有相当的吸引力。此外,没有怀孕的女性相比,孕妇的腹部温度要高0.7倍,而体温越高,皮肤表面的挥发性物质就越多。

穿深色衣服的人 当蚊子找到并飞近目标后,视觉开始起作用,蚊子最喜欢在弱光环境下吸血。白天,当人们穿着深色衣服时,反射的光线较暗,恰恰投其所好。

立秋后蚊子为何如此“狠毒”

不知道大家有没有这样的感觉,立秋之后,蚊子似乎变得越来越猖獗,出去玩总是被蚊子欺负,有时在家休息也容易中招。是什么让蚊子变得又狠又毒又疯狂?

原因一:最近的气温让蚊子很“舒服”

蚊子的活跃程度主要和温度、湿度有关,立秋后,气候变得更加舒适,再加上近期的雨水增多,给蚊子的生长、繁殖营造了更有利的环境。

每年蚊虫的密度分布曲线呈“驼峰状”,6月受晴热高温气候的影响,不少蚊子被“热死了”,随着7月份雨水的增多以及气温的变化,8、9月份便成了蚊子活动的高峰期,适宜蚊虫的繁殖,因此蚊子便大量活动起来。

原因二:蚊子要“吃饱”为越冬储备能量

立秋后,蚊子便开始为越冬储备能量。只有身体强壮、吸血量多的蚊子,才能躲在墙角,挨过整个冬季,这时蚊子会大量储存过冬的营养,找机会拼命吸血,在腹部形成脂肪垫以增加自己抵抗寒冷冬季的能力;另一方面,立秋后,雌蚊子为大量繁殖后代,也需大量营养,需要拼命吸血。

(本版图片来源于网络)

“我们是谁”为什么那么火

心理话

杨剑兰

一天之内,“我们是谁”咆哮式6格漫画在朋友圈迅速刷屏,一开始来自广告界对甲方的吐槽演变成各行各业自嘲狂欢,让人不禁好奇,“我们体”爆红的背后,折射出大众怎样的心理特点?

情绪宣泄国民集体疗伤

这幅“我们体”漫画,出自美国一位抑郁症女孩艾丽·布罗什,看上去元气满满的漫画小人,本是艾丽·布罗什的自我疗愈之作,经过网络广泛传播,成了国民集体疗伤的一个载体。

这些振臂高呼、歇斯底里的小人儿,把大多数人想说又说不出来的情绪,如愤怒、无奈、失落、焦虑等,简洁而鲜明地表达出来,情绪一旦得到表达,其张力就得到了释放。刚开始热情高昂到最后垂头丧气,漫画情景刻画出普遍的社会心态,前一天还用情怀和理想给自己打鸡血,后一天就被残酷的现实打回原形,反映了许多人的真实状态,大众从漫画中感受到深度的情绪共鸣,内心被看见、被理解的需求得到满足,从而抵消了工作与生活中的负面情绪。

幽自己一默放松一下

“我们是谁”引发网友广泛的创作和转发热情,还得益于它的幽默性与趣味性。欢乐的形象、如火的热情,加上直白的台词、意想不到的转折,漫画创作简单有趣,又有广泛代入感,给不同职业的人群提供了用幽默表达自我的机会。每个职业每种身份都有难以为外人理解的无奈与落差,这些思想与情感真实存在,但又没有强烈到难以忍受,表达过多显得矫情和消极,不被社会认可,而不表达又倍感压抑。面对这种两难处境,幽默的“我们体”提供了绝佳的表达方式,既能带着勇气直面真相、酣畅淋漓地宣泄不快,又能展现乐观智慧的个人形象。

就像一些年轻人表示,转发就是觉得好玩,并没有讨厌自己的职业,也没有觉得压力很大,不过是通过调侃自嘲来放松一下,这样也显得自己是个有趣的人。

确认群体身份刷刷存在感

“我们体”能激发整个社会的认同,除了好玩有共鸣,更深层原因,还在于人们获取群体身份认同、找寻自我存在感的基本心理需要。现代社会高度分工,行业呈现多样化分布,加上其他社会因素,使得孤独、焦虑、疏离成为现代人

的心理特征。人们迫切需要融入一个“我们是谁”的群体获得归属感,借由“我们”这个群体身份,来表达“我”的个人困境,说明不是只有我一个人面临现实的无奈,还有很多人和我一样,这是“我们”共同的困境,从而在心理上摆脱个人的渺小感、无力感。

现代社会,人们在物理和心理上日益疏离,我们都渴望做一些新鲜的事情获得他人的关

注、理解和肯定,通过“我们体”我们可以告诉他人“我”是谁,“我”做什么,“我”遭遇了什么,从而获得自我存在的体验和价值。

也许“我们体”会像网络上其他迅速迭代的新鲜刺激一样,火一时,很快又消失在网络的海洋里,但其背后反映的社会现状和群体心理,值得我们深思。

(作者系国家二级心理咨询师)



扫一扫 欢迎关注 科技改变生活 微信公众号