

“糖”如其名的蜡瓶糖热销 真的可以吃吗？谁为食品安全买单

醇香丝滑的巧克力、嚼劲十足的软糖、清新口气的口香糖、绵软细腻的棉花糖……五花八门的糖果一直深受甜食爱好者们青睐。最近一段时间，又有一种叫蜡瓶糖的糖果火了，它不仅频频出现在大大小小吃播主的直播间，引发网友围观热议，在网店的月销量甚至可以达到近4万件。这种网红糖果到底由什么制成？为什么会令饕客趋之若鹜？它真的可以放心吃吗？……晚报记者就此进行了相关调查。

现状 网红糖几元一颗火遍全网

蜡瓶糖如今有多火？在小红书上，粉丝量60万的美食测评博主发布的其他测评点赞量通常在几十个，点赞量上千的视频“凤毛麟角”，但一小段测评蜡瓶糖的视频点赞量高达3.9万；一个原本粉丝量不到4万的博主，因为频繁直播吃蜡瓶糖，在半个多月的时间内涨粉至10.3万，直播时点赞量达60多万，在线观看人数达到7.8万人。转到抖音、微信视频号等平台，在搜索栏输入“蜡瓶糖”，立即出现大量销售、吃播视频，有的视频播放量甚至多达近400万。在各大网络购物平台上，蜡瓶糖卖家也是数不胜数。

据卖家们介绍，蜡瓶糖主要原料是蜂蜡，中间有果酱或糖浆夹心，蜂蜡本身通常没有味道，但有的生产商会在蜂蜡中添加薄荷香精。这种糖吃法与口香糖类似，卖家在直播销售时都会不停提醒蜡瓶糖可嚼不可咽。记者搜索了蜡瓶糖的价格，虽然不及知名品牌巧克力，但比普通糖果比不算便宜，通常小孩拇指大小、无夹心的小糖粒最便宜每颗1元，大一些带夹心的每颗3元起，至10元不等。

除了购买蜡瓶糖，甚至还有网友购买蜂蜡，根据网上教程，自制蜡瓶糖。

实测 味同嚼蜡外包装信息“三无”

这种火爆全网的蜡瓶糖究竟有什么魅力能引得众多网友趋之若鹜？记者转了岛城部分大型商超，都没有见到蜡瓶糖的影子，在某网络购物平台搜索栏输入蜡瓶糖，选择了一家月销量达3.9万件的蜡瓶糖专卖店，下单购买了一袋，直径3厘米大小的10颗糖花费12元左右。收到快递后，记者发现，这袋蜡瓶糖外包装就是一个普通的密封袋，外面贴着一张纸，上面仅有配料、生产日期、保质期、储存条件、注意事项，还用醒目字号标注“不可吞咽”字样。根据国家相关规定，食品标签上必须标注净含量、生产者或经销者、地址、联系方式、食品生产许可证编号、产品标准代号等信息，而这些信息翻遍整个包装袋都未找到。

记者打开外包装后，一股香浓的糖果味扑面而来，糖果的触感跟蜡烛类似。尝一小口，确实是“糖”如其名，吃起来味同嚼蜡，除了夹心的甜，外面的蜡壳没有任何味道。

声音 好奇心驱使下单评价两极化

是记者买到的这袋糖难吃还是其他蜡瓶糖都是这样的口味？尝过的人认为这种糖好吃吗？记者翻看了一名粉丝量达10.5万的博主“恰饭×”买了平均

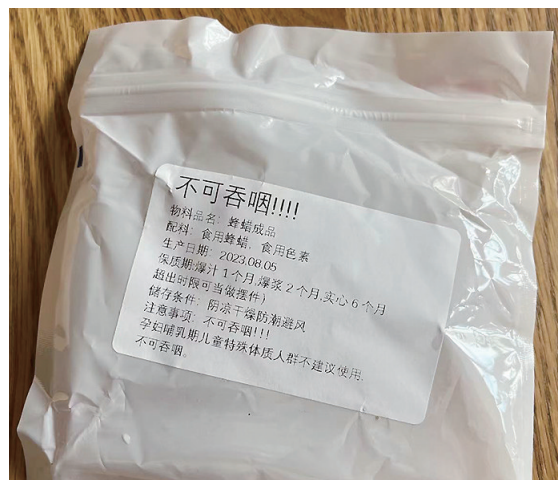


卖家直播吃蜡瓶糖，点赞量、在线观看人数都很高。

10元一颗的蜡瓶糖，吃过后说糖的口感像塑料一样，全是香精、色素的味道，有点刺鼻，吃完一个后他怀疑自己吃的方式不对，又连吃几颗，然后直呼上当，称“这种糖就是智商税”。再翻看部分网红美食博主吃蜡瓶糖的视频，记者发现他们的口径竟然与“恰饭×”较为一致。

但是在蜡瓶糖卖家的商品评论区，又是另一番景象了，评价开始呈现两极化。“不好吃。”“有的果酱饿了。”“不会再好奇了，还是交给吃播吃吧”……部分买家给出了明确差评。但也有不少买家给出了“真的非常好吃”“口感很奇妙”等评价。

“我可以说不难吃吗？”吃过蜡瓶糖的市民闫女士告诉记者，当初就是看



记者网购的蜡瓶糖未按规定标明完整信息。

了蜡瓶糖卖家直播，在好奇心驱使下下了单，吃过并没有感觉多好吃。“这不就是一种食用蜡吗？吃起来像蜡烛。”市民宋女士则说，这种食物可能会受减肥人士的喜爱，毕竟不吞咽吃了不容易发胖。当记者询问两位市民买到的蜡瓶糖是否有生产许可证号等信息时，两人坦言没留意过，“那么多人买来吃，应该没什么事吧。”闫女士说道。

分析 或存在食品安全风险勿猎奇

记者就蜡瓶糖相关问题采访了青岛大学附属医院营养科主任医师韩磊，她告诉记者，蜡瓶糖的主要配料蜂蜡是工蜂腹部蜡腺分泌出来的一种脂肪性物质，主要用来修筑蜂巢。常温下蜂蜡呈固体状态，带有一点蜜、粉的香味，有白色、淡黄、棕色等颜色。蜂蜡的主要化学成分有酯类、游离酸类、游离醇类和烃类，还有微量的挥发油、色素。目前蜂蜡的用途广泛，常用于工业、农业、化妆品行业等，在食品生产行业是被当作添加剂使用。“嚼完了吐掉，吃到的就是一些果酱、糖浆，这样的食品是没有什么营养价值的，长期大量食用可能影响健康。”

“需要注意的是，部分蜡瓶糖属于‘三无产品’，这样的糖果就存在食品安全风险。”在听完记者对蜡瓶糖外包装的描述后，韩磊表达了自己的担忧，她分析，如果是“三无产品”，那么糖果的原材料是否健康安全就要打个问号，理论上存在以工业蜡代替蜂蜡的可能性，如果吃了这样的蜡瓶糖，虽然最后没有吞下去，但蜡中可能存在的重金属等有毒有害物质会随唾液进入身体。韩磊建议，为了健康考虑，大家不要盲目跟风猎奇，网购三无蜡瓶糖食用。

观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 张璇



买家对蜡瓶糖的评价两极化。

岛城再发 1.3 亿消费大红包

2023 青岛 88 购物节开幕 600 余场促销活动打造消费盛宴

本报8月8日讯 8月8日晚，以“亿惠青岛 嗨购仲夏”为主题的第15届青岛购物节在市南区奥帆中心正式启动。本届购物节围绕“嗨购仲夏”“礼惠金秋”两季主题，开展600余场促消费活动。本届购物节将从8月8日开始，一直持续至10月31日。

本届88购物节共吸引全市120家大型商场超市、1250家品牌连锁门店、3100家商业综合体商户、2.5万个小微商贸企业和市场主体参与，线上线下同步发力，各区市和美团、饿了么、银联、抖音等平台发放各类消费券及惠民补贴约1.3亿元，提振信心，点燃热情。

主题活动多。本次购物节包含购物、餐饮、文化和旅游、体育健身、养老服务、休闲农业、数字信息、青岛品牌8大板块。其中，购物消费聚焦汽车、家电、家具、化妆品、服饰箱包等重点品类，首店首发、老字号、国潮品牌等消费新热点，开展“青岛品牌日”“十一”“中秋”等系列促销活动。餐饮消费围绕打造“国际海洋美食之都”，开展“青岛食材节”及“国际美食嘉年华”活动，打响青岛地标食材、特色美食品牌。文化和旅游消费将发放文旅消费券，激发文化和旅游消费潜力。体育健身消费围绕争创“国家体育消费活力城市”，举办国际帆船周·

国际海洋节、青岛海上马拉松、2023青岛时尚体育消费季、青岛篮球季等活动，推进时尚体育消费扩容升级。养老服务消费将举办2023中国山东（青岛）国际康养产业博览会，全面推进老年人助餐服务。

休闲农业消费将组织农业采摘、亲子研学、品尝乡土美食等活动。数字信息消费将充分挖掘数字政府、智慧交通、在线教育等方面的信息消费内需，加快释放新兴消费潜力。青岛品牌消费将开展“国潮青岛”本地生活节，组织青啤集团、饮料集团、青食股份等老字号企业在利群、利客来、丽达、友客等重点商贸企

业和连锁便利店设立品牌专区，开展主题促销活动。

青岛市商务局相关负责人介绍，今年以来，市商务局将2023年确定为“亿惠青岛消费年”，以“约惠春天”“嗨购仲夏”“礼惠金秋”“钜惠暖冬”四季活动为主线，贯穿全年开展千余场形式多样、主题鲜明的促消费活动。上半年，我市实现社会消费品零售总额2770.7亿元，同比增速8%，总量创历史同期最高。全市批发、零售、餐饮业对经济增长贡献率超30%，成为贡献率最高的行业门类。

（观海新闻/青岛晚报/掌上青岛 记者 李沛）