

# 纤维食品成为健康新宠

编译 / 康凌宇



纤维食品即纤维含量比较高的食品。现代医学和营养学研究确认了食物纤维是与传统的六大营养素并列的“第七营养素”。

Sensus 销售总监 Paul Vennik 说：“人们越来越了解摄入足够纤维的好处，即改善肠道健康和整体健康。除了肠道以外，对人体免疫力和心理健康益处良多。”

Cargill 公司纤维业务发展经理 Manuj Khanna 表示，世界卫生组织和各国营养学界对膳食纤维的摄入给出了统一建议，即每人每天

摄入量在 25g-35g 之间。在这区间的纤维消耗量对人体健康大有裨益，“但大多数人摄入的纤维量较少，从而造成了潜在的‘纤维缺口’。”

Khanna 补充说，摄入富含纤维的食物有助于消费者实现他们的健康饮食目标。消费者正在寻找含糖量更少而纤维含量更多、更天然的产品。

## 新冠肺炎疫情推动纤维食品发展

新冠疫情加速了人们对更健康食品的需求。



根据 Sensus 数据监测，自新冠肺炎疫情开始以来，消费者对菊苣菊粉的需求增长势头更为强劲。消费者堂食的次数明显少于疫情爆发之前，居家用餐的次数增多。纤维类早餐产品的销量更高，例如，含有菊苣菊粉的蛋白质棒销量非常可观。值得一提的是，同样使用大量菊粉等膳食纤维的保健品业务的销售额也出现了大幅增长。据 Sensus 预测，即使消费者回归正常生活，他们仍将继续购买更多促进健康的产品。

此外，人们更加关注健康肠道对人体免疫力的影响，同时，年轻一代更加关注心理健康。“高压人群的年龄正在逐渐年轻化，年轻人比过去承受了更多的压力。关于肠道和大脑方面的健康研究正在不断发展，我们认为菊粉等益生元纤维将会对大脑和整体健康产生积极作用。” Vennik 说。

ADM 甜味解决方案和纤维营销总监 Sarah Diedrich 表示，在新冠肺炎疫情影响之下，全球 65% 的消费者意识到他们需要健康的生活方式。

## 提升 Nutri-Score 标准

Cargill 公司表示，谷物和面包是目前市场上纤维食品中占比最多的类别。

Innova Market Insights 数据表明，谷物和面包占到了纤维新产品三分之二的市场份额。人们对于更加健康食品的追求，不仅仅局限于以上两种，已经跨越了食品和饮料领域，延伸到乳制品甚至糖果类别。

Cargill 公司推出了烘焙和旋转模制饼干、明胶果冻、纤维冰淇淋和水果酸奶，这些产品实现了“高纤维”含量、减少了 30% 的糖分并提高了 Nutri-Score（营养评分）标准。

“包装上的标签系统正在促使消费者转为选择更健康的食物，消费者更加关注食品中的纤维含量。” Khanna 评论道。

Vennik 表示，Sensus 公司强调菊苣菊粉带来的技术和营养益处。“食品生产商可以通过使用菊苣菊粉来减少大量糖分和脂肪，同时增加纤维含量和改善肠道健康的成分。”

## 纤维食品的挑战

很多营养丰富的零食、饮料甚至是美味的甜点都添加了不同含量的纤维。但是，ADM 公司的 Diedrich 指出，如果过快地达到消费者身体的耐受限度，这些增加的纤维会导致胃部产生不适感。例如，普通消费者和专业运动员对高纤维零食、酒品、苏打水、奶昔或是冰沙的需求不同，其营养成分含量是有区别的。

CP Kelco 公司的营销产品经理 Eric Goron 解释说，纤维有助于增加饱腹感，轻食类食品和饮料由此受益。这类食品的目标是减少饮料中的糖分或脂肪含量，甚至是减少饮料中的果

肉，以及实现清洁标签的要求。

“消费者愿意尝试新产品，包括植物性食品和饮料，但他们不想在口味、质地和体验上妥协。因此，开发成分更少、糖含量、脂肪含量更少的产品，会带来保水、乳液稳定性、粘度和口感的配方等方面的综合性挑战。” Eric 说。

乳制品和替代乳制品也有可能添加纤维。

“消费者已经将酸奶等产品与健康的肠道联系起来，而益生元纤维可以进一步增强这些产品的功效。” Diedrich 指出。

Sensus 公司的 Vennik 表示，近年来乳制品替代品的销售量呈爆炸式增长，但消费者对营养健康的要求没变。所谓的“纤维缺口”并没有变小，菊苣菊粉等天然植物益生元正好提供了这种解决方案。例如，与益生菌相结合，它就成了乳制品替代品中理想的微生物助推器。

### 肠道健康将提升纤维关注度

值得注意的是，“Gut Glory”（肠道健康）已被 Innova Market Insights 定位为 2022 年全球食品饮料行业十大趋势之一。

Diedrich 表示，消费者已经认识到纤维对肠道健康的重要性，56% 的消费者表示，他们正在增加日常饮食中的纤维含量。

ADM 调查发现，超过一半的消费者认为纤维与肠道健康有关，近 40% 的消费者将其与体重管理联系起来。此外，87% 的消费者对含有“增强免疫成分”的产品感兴趣，65% 的消费者认为纤维与免疫健康有关。

据 Diedrich 解释，越来越多的消费者为了自身的整体健康而变得积极主动，未来，纤维食品的需求将进一步攀升。■

