



这些热门食物其实没那么神奇

□徐毅

不管是在“朋友圈”、“微博”，还是在各大健康网站、报纸，有几种食物的“出镜率”特别高，它们被赋予各种作用——“抗癌”、“美容”、“减肥”、“排毒”……事实上，这些食物并没有那么神奇的营养价值，本期，我来为大家详细解读一下它们的营养真相。

柠檬水。关于柠檬水的健康功效，网上流传的说法有很多，有人说它富含维生素C有助美白，还有人说它能改变酸性体质，从而发挥抗癌功效。其实，柠檬并不是维生素C含量最高的水果，在冲泡时，用到柠檬的量很少，并且其中的维生素C并不会完全溶出，还被水稀释，因此其中的维生素C含量并不高。

虽然柠檬水没有“美白、抗癌”等神效，但它仍是一种很不错的饮品，其味道独特，几乎不含能量，而含有钾、少量的维生素C和类黄酮物质，很适合高血压、糖尿病、心脑血管疾病和痛风患者等慢性病人日常饮用。

蜂蜜。跟柠檬水类似，人们对蜂蜜也有很多期望，比如排毒、抗癌、提高免疫力等。然而，蜂蜜的主要成分是果糖、葡萄糖和蔗糖，其中的维生素、矿物质等微量营养成分并没有特别突出的。虽然蜂蜜中确实含有蔗糖酶、蛋白酶等活性物质，但它们也没有排毒、抗癌等作用。

果糖的吸湿效果很好，因此用果糖含量高的蜂蜜（如荆条蜜、槐花蜜等）冲水喝，比较解渴，有助润燥，并且也有一定缓解便秘的功效。

鸡汤。很多人认为在炖鸡过程中，所有营养都被炖到汤里了。事实上，炖完汤的鸡肉营养成分远高于鸡汤。鸡肉为我们提供的主要营养成分是蛋白质，还有维生素和钙等矿物质。在炖鸡过程中，大量的鲜味物质会溶解到汤中，因此鸡汤会变得好喝，但营养成分只有一小部分溶解在汤里。

鸡汤虽然没有鸡肉有营养，但其中还是有很多好东西，比如溶出来的游离氨基酸、谷氨酸、B族维生素等物质，病后虚弱、消化不良者可以快速利用，起到改善食欲、提高消化能力的作用。

果蔬汁。“每天一杯果蔬汁，排毒减肥又养颜”，如今，很多人被这句话成功洗脑，尤其是都市女性，都指望果蔬汁来实现减肥目的，但事实并非如此。首先果蔬中的蛋白质和脂肪严重不足，所提供的能量较少。而且果蔬汁的饱腹感很低（尤其是不带果蔬渣的），难解决饥饿感问题。因此仅靠果蔬汁减肥，反而可能带来营养不良的问题。

果蔬汁作为一种帮人们增加果蔬摄入的方法，还是可以的。但总体来说，果蔬汁的营养比不上新鲜果蔬。如果消化系统没有问题，最好不要将其进行榨汁。

《国际家居文化之旅》栏目新闻发布会获圆满成功

近日，由天津电视台时代家居频道与中国国际室内设计网设计频道共同打造的全家居生活栏目纪录片《国际家居文化之旅》新闻发布会在北京市红星美凯龙朝阳路商场成功召开。此次新闻发布会就《国际家居文化之旅》的栏目简介、栏目概况、招商事宜等进行了发布。

新闻发布会上，放映了《国际家居文化之旅》栏目宣传片，短短几分钟的宣传片，展现了本栏目的概况和意义，将发布会气氛推向了另一个高度。期间，国家文化部领导从精神文明建设、文化创意产业、和谐家庭、和谐社会等方面强调了新时代家居生活理念，倡导人们关爱健康、关爱生活、关爱家庭的重要思想。《国际家居文化之旅》主办方中国室内设计网总裁佟军伟女士就本栏目概况做了详细的阐述；本栏目由天津电视台时代家

居频道与中国国际室内设计网设计频道联袂打造，这是一档探寻和展现当代国内外时尚家居文化生活的国际性家居文化栏目。通过走进不同国度、不同地域，切身感受不同的人文历史、建筑文化、特色民俗风情，深入不同背景家居文化生活的空间进行体验、交流、分享，深度挖掘人类对“家”赋予的温情和感悟；唤醒人类对美好家园的憧憬和渴望。资深设计师刘佳睿先生从设计角度、家居环境、家居风格等方面诠释了本栏目的重要意义：通过领略不同地域特有的家居文化理念，传承家居文化，人文生活，引领时尚家居生活的风向标。

其中《国际家居文化之旅》项目发起人之一、家具行业资深人士王竞和中国企业发展促进会秘书长、中国电视艺术家协会康全红也分别从家居行业发展及影视行业发展角度做了精彩的致辞。

本周33种生活必需品价格走势

采集日期：2015年7月15日

单位：元/公斤

品名	市场								日均价	周环比涨幅
	崇文门菜市场	白纸坊店 美廉美超市	府右街店 顺天府超市	双井店 家乐福超市	新华百货店 物美大卖场	公益西桥店 乐天玛特超市	太阳宫店 京客隆超市	太平桥店 永辉超市		
鸡蛋/公斤	7.36	7.16	6.76	*6.38	7.56	7.50	7.78	7.36	7.23	-1.6%
土豆/公斤	2.38	2.38	3.56	2.98	2.38	3.16	3.16	3.38	2.92	-16.2%
白萝卜/公斤	3.98	1.38	3.16	3.58	1.58	2.96	1.98	2.78	2.68	32.9%
胡萝卜/公斤	3.98	3.98	3.16	2.00	3.18	2.96	3.96	3.36	3.32	-4.1%
大白菜/公斤	1.76	/	1.76	1.98	1.58	3.36	1.76	1.98	2.03	-10.7%
西红柿/公斤	5.98	3.98	5.36	1.90	3.38	5.96	3.96	2.78	4.16	3.9%
黄瓜/公斤	2.76	3.38	3.36	2.78	3.96	1.98	3.96	2.78	3.12	-27.2%
葱/公斤	6.76	5.96	5.56	5.98	6.38	7.98	7.36	5.96	6.49	-13.1%
姜/公斤	13.98	11.96	9.16	8.50	11.98	13.96	11.76	9.16	11.31	-8.9%
蒜/公斤	7.36	7.96	6.76	9.16	7.96	9.96	7.12	7.98	8.03	-8.3%
圆白菜/公斤	4.76	3.16	2.96	2.78	3.18	1.98	2.58	2.78	3.02	-4.6%
芹菜/公斤	3.98	3.98	3.96	*1.98	1.98	3.96	3.36	3.38	3.32	-21.1%
菠菜/公斤	5.98	5.16	5.96	*1.98	7.98	9.96	5.96	3.98	5.87	-21.1%
油菜/公斤	1.98	2.76	2.56	*1.98	2.78	3.96	2.56	1.98	2.57	-32.3%
富强粉/公斤(古船)	3.98	/	3.96	3.96	3.98	3.98	3.96	4.36	4.03	1.4%
大米/公斤	4.58	4.58	4.76	*3.70	4.58	3.98	5.56	4.38	4.52	-1.6%
玉米面/公斤	4.40	4.76	2.56	11.60	4.76	5.16	4.78	3.98	5.25	-5.8%
绿豆/公斤	9.98	9.98	9.98	9.80	9.98	9.98	11.00	9.98	10.09	-8.2%
花生油/升(鲁花一级)	27.98	27.98	27.98	27.98	27.98	27.98	27.98	27.98	27.98	0.0%
大豆油/升(金龙鱼)	9.70	9.68	8.76	8.58	9.68	8.70	8.58	7.98	8.96	0.0%
香油/升(古币)	57.56	57.56	56.44	50.88	57.56	50.88	57.11	50.89	54.86	5.8%
后臀尖/公斤	37.80	27.96	33.80	29.60	27.96	31.00	31.60	27.16	30.86	8.4%
前臀尖/公斤	37.80	23.96	29.80	25.98	25.96	23.98	29.80	25.16	27.81	3.5%
五花肉/公斤	47.60	21.76	35.80	23.00	21.76	37.60	51.60	25.16	33.04	-0.9%
牛腩/公斤	83.60	53.96	67.60	49.60	47.96	87.60	55.80	59.60	63.22	1.0%
羊肉片/公斤	87.60	67.60	79.60	59.60	97.60	59.60	57.20	/	72.69	0.3%
鲤鱼/公斤	19.60	21.98	17.60	15.98	15.96	19.80	/	13.98	17.84	-1.6%
整鸡/公斤	21.60	17.98	25.60	13.60	17.98	15.98	19.96	21.96	19.33	0.4%
鸡翅中/公斤	57.60	43.96	45.60	47.60	43.96	53.80	/	43.96	48.07	-3.3%
鸡胸/公斤	23.80	29.60	19.60	21.80	19.96	13.00	/	15.98	20.53	15.3%
三元加钙(袋)243克	2.10	2.10	2.10	/	2.20	2.10	2.10	2.10	2.11	0.0%
加碘低钠盐(400克)	2.80	2.80	2.80	2.80	2.80	/	2.80	2.80	2.80	0.0%
白糖/公斤	12.60	/	12.40	10.00	12.00	11.80	11.40	12.40	11.80	2.7%

说明:表中各商品价格为该市场最低价。*为会员价

京客隆促销信息

单位:元

促销日期	商品名称	单位	促销售价	促销日期	商品名称	单位
7.17-19	冬瓜	500g	0.86	7.17-30	五丰5kg蟹田米	袋
7.17-19	绿宝石梨	500g	2.38	7.17-30	长寿花4L花生油	桶
7.17-19	京客隆排骨通脊	500g	17.8	7.17-30	金龙鱼220ml香芝麻油	瓶
7.17-19	京客隆羊后腿	500g	27.9	7.17-30	达利400g法式香奶面包	袋
7.17-19	京客隆排酸牛胸膈连体	500g	30.9	7.17-30	苏格格160g抹茶味小吧蛋糕	袋
7.20-23	丝瓜	500g	1.89	7.17-30	乐天300g可可布司	盒
7.20-23	久保桃	500g	3.98	7.17-30	果园老农120g南美提子干	袋
7.20-23	嘎啦苹果	500g	3.38	7.17-30	溜溜梅160g青梅	袋
7.20-23	京客隆排酸猪大排	500g	14.9	7.17-30	芝麻官700g糖水黄桃	瓶
7.20-23	牛肋条肉	500g	28.9	7.17-30	国泰280g张二嘎兰花豆	袋
7.17-30	三全702g状元精品清蒸荠菜猪肉饺	袋	14.90	7.17-30	加多宝310ml凉茶六连包	组
7.17-30	三全500g荠菜猪肉馄饨	袋	8.90	7.17-30	雀巢550ml*12优活饮用水	箱
7.17-30	三全1.36kg麦香早点	袋	11.50	7.17-30	优珍350ml蓝苏打水(买一赠一原品)	瓶
7.17-30	双汇48g*5网兜台式烤香肠	袋	9.90	7.17-30	西麦380g筒装燕麦片	袋
7.17-30	美迪思300g麻辣烤肠	袋	9.90	7.17-30	景山400g酸梅晶	袋
7.17-30	育青500g盐焗三黄鸡	袋	24.90	7.17-30	丝蕴750ml深层修护洗发露	瓶
7.17-30	白玉375g北豆腐	盒	2.80	7.17-30	MG 25g*10片牛奶白滑润面膜	盒
7.17-30	白玉450g鸡蛋面	袋	3.68	7.17-30	洁能6只装优质青苔球	个
7.17-30	味美发128g无根肉厚黑木耳	袋	18.90	7.17-30	兴财16cm不锈钢单柄奶锅(弧型)	只
7.17-30	欣和1.8L六月鲜酱油	桶	26.90	7.17-30	茶花55L 28021T正方收纳箱	个
7.17-30	龙津2.1L特制米醋	桶	8.80	7.17-30	芳草140*190cm FMS13巾被	床
7.17-30	老才臣350g干黄酱	袋	2.99	7.17-30	芳草FMS39纯棉拉链单人消夏被	条
7.17-30	古钟350g纯芝麻酱	瓶	9.80	7.17-30	100g芒果干	袋
7.17-30	香雪5kg麦纯富强粉	袋	18.80	7.17-30	G普500ml白啤啤酒	听

(以上信息由北京市职工物价监督总站提供)

生活资讯

烟草营销瞄准新媒体令人担忧

□本报记者 黄葵

近日，记者从新探健康发展研究中心、北京义派律师事务所联合举办的控烟信息交流会上获悉，近年来，烟草业利用网站、论坛、微博、APP、微信等新媒体，打造烟草的全媒体广告，传播所谓“烟草文化”，全方位营销烟草产品，美化烟草形象，这种现象非常令人担忧。

此外，烟草广告的另一重要传播渠道是烟草零售终端。在烟草终端销售点，烟草广告和宣传促销活动大量存在。我国有540万烟草零售点，22.9%

烟草销售点有未成年人进入。多项国际研究表明，烟草零售点的营销增加了青少年吸烟的易感性，提高了戒烟者的戒烟难度，增加公众对于烟草品牌的正面印象。

在我国，45.2%烟草零售终端有烟草广告，这已经成为烟草业营销的重要渠道，也成为我国遏制烟草流行的重要障碍。在实施《广告法》中，鉴于社交媒体和烟草零售终端已经成为烟草广告之渊薮，烟草营销的重要渠道，必须禁止在包括社交媒体在

内的所有大众传播媒介、烟草零售终端等渠道的烟草广告、促销和赞助。只有这样，才能使新《广告法》中禁止所有烟草广告的内容落到实处。

北京大学法学院行政法教授湛中乐强调指出，宪法原则是《广告法》的立法基础。新《广告法》中关于禁止所有烟草广告的内容，体现了广大人民的意志和要求，完全符合宪法“保护人民健康”的精神。在实施中既不能缩小公众利益，也不能扩大行政权利。