

TIMON



町芒研究院

2019休闲食品行业研究报告



町芒研究院发布于2020年1月

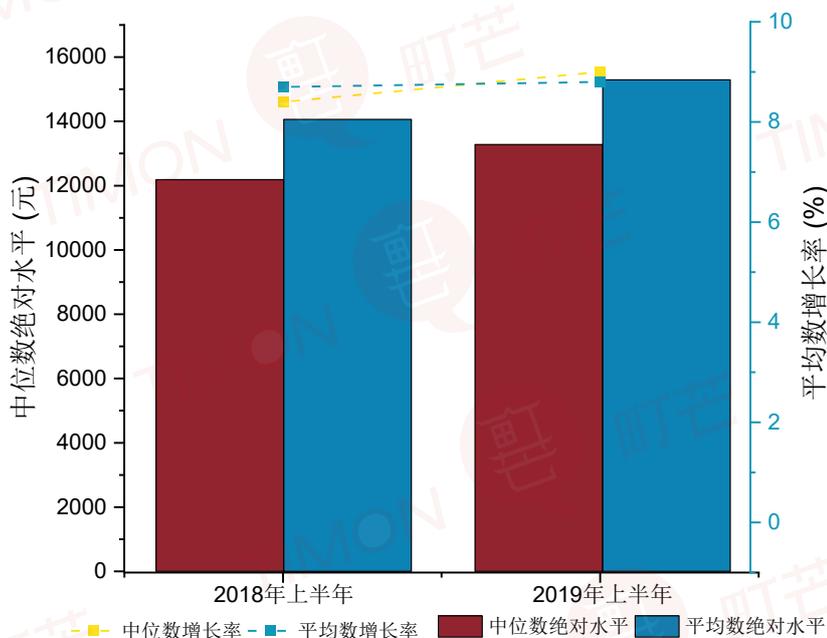
目录

1 行业背景	1
2 町芒研究院休闲食品评测	7
3 DCI指数分析	10
3.1 代餐食品执行标准缺失	11
3.2 减肥期间会选择的休闲食品热量并不低	14
3.3 无糖、低卡食品标称“无糖”并非完全无糖	20
4 结论分析	26



1、行业背景

2019年7月15日，国家统计局公布上半年国民经济数据。从报告来看，2019年上半年，全国居民人均可支配收入15294元，同比名义增长8.8%，扣除价格因素实际增长6.5%。

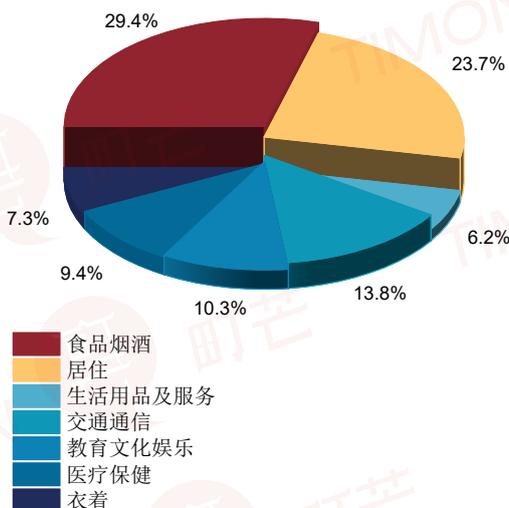


2018 上半年、2019 上半年国民经济数据

(数据来源：国家统计局官网)



根据报告显示，2019年上半年，全国居民人均食品烟酒消费支出2950元，增长4.8%，占人均消费支出的比重为28.6%。



2019上半年全国居民人均消费支出品类占比

(数据来源：国家统计局)

伴随着人均收入的增多，人们对食物的要求不再仅仅只是满足口腹之欲，更多的是对健康食品的诉求。吃的“健康”，越来越成为消费者新的追求。特别是一些特殊人群，从自身的健康考虑，对摄入食品就有一定的特殊需求，商家为了满足该类人群，针对性的推出以“功能性”为主的食品。比如针对减肥人群推出“低热量”产品，对乳糖不耐症推出“代乳”产品，对控糖人群推出“无糖或低糖”食品。越来越多的商家通过对食品进行深加工，逐步向健康方向发展，以满足升级的消费者诉求。

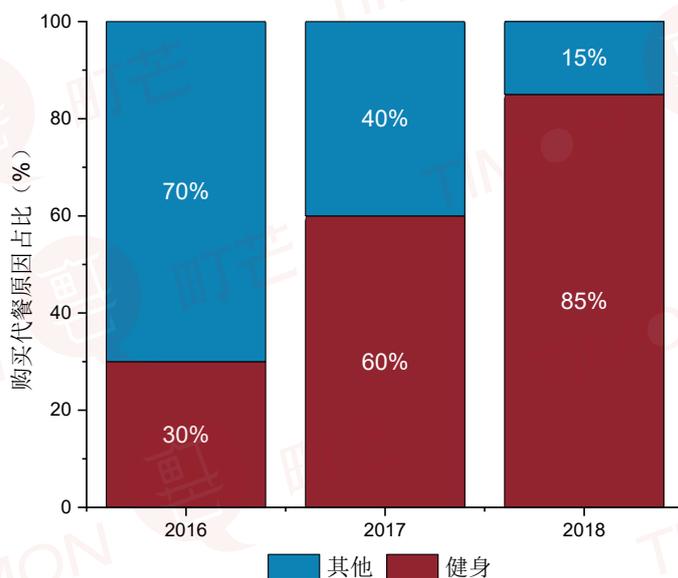


据《2017-2022 年互联网+减肥产业行业运营模式及市场前景研究报告》所调查，随着人民生活水平的提高，肥胖人群正在显著增多。全球肥胖人口从 1975 年的 1.05 亿上升至 2014 年的 6.41 亿，远超过体重过轻者。其中，中国和美国是全世界肥胖人数最多的国家，目前中国肥胖、体重超重人数已达 3.25 亿人。

据 2016 年《柳叶刀医学周刊》(Lancet Medical Journal) 的数据，中国的肥胖人口已近 9000 万，且数量仍在不断增加。其中男性 4320 万，女性 4640 万。

与此同时，在现代人的审美观念里，大家基本都认同“以瘦为美”，类似于“要么瘦要么死”之类的金科玉律，时刻提醒着各位爱美人士，“瘦才是王道”。为了更瘦更美，多少人走上了疯狂减肥之路。

巨大的市场需求催生了许多相关产业，减肥代餐产业就是其中之一。在这种情况下，商家们费尽心机推出了各种减肥、代餐食品，甚至宣称能够短时间内快速减肥。



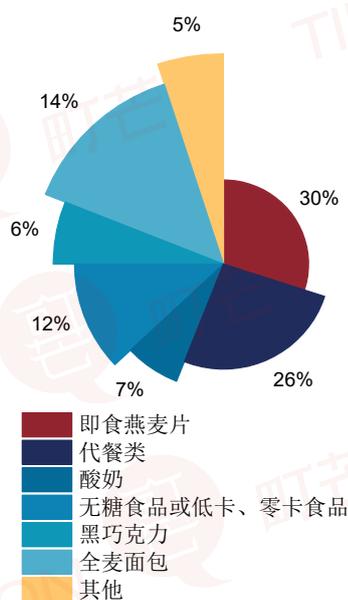
购买代餐的原因

(数据来源: CBNDData 消费大数据)

根据 CBNDData 消费大数据，从 2016 年至 2018 年，因为健身选择代餐食品的人数逐年递增，2018 年有 85% 的消费者购买代餐的原因是因为健身。



2019年4月，町芒研究院针对消费者进行了“减肥期间选择哪些休闲食品”，进行了专项在线问卷调查。

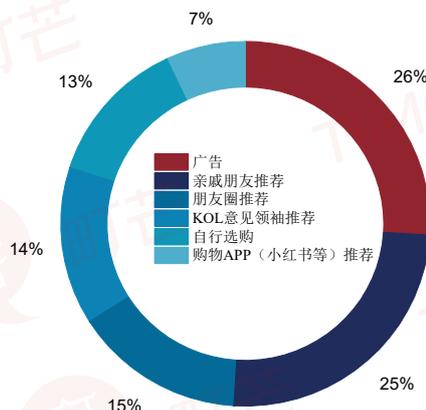


减肥期间会选择的休闲食品专项调查结果

(数据来源：町芒研究院)

最终调研结果显示，在减肥期间，有44%的消费者更愿意尝试饱腹感较强且热量较低的休闲食品，如即食燕麦片和全麦面包，另外有26%的消费者更愿意尝试代餐类食品，同时在减肥期间，对于无糖、低卡、零卡食品有着较高的兴趣。

2019年10月，町芒研究院针对消费者“如何选购休闲零食”，进行了专项在线问卷调查。



如何选购休闲零食专项调查结果

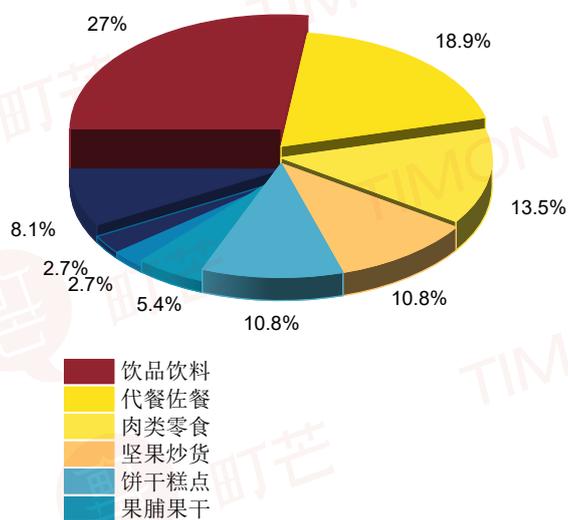
(数据来源：町芒研究院关于“如何选购休闲零食”专项调查)

最终调研结果显示，消费者在选购某款产品时，由于缺乏核心判断力，对产品品质无法判断，容易跟风。26%的人觉着跟着广告买更加可靠，25%的人觉着亲戚朋友推荐的产品更安全更可靠，15%的人习惯于朋友圈推荐，14%的人更相信 KOL 意见领袖推荐种草，但往往通过这几种方式购买的食物综合品质并不乐观，甚至根本不是自己想要的那一款。于是消费者开始不断尝试各种渠道及更换品牌，形成了一个恶性循环，消费者被“收割”的感觉愈加强烈，对于产品、市场和环境的信任感愈加强烈。



2、町芒研究院休闲食品评测

为了解决消费者的选择困难，帮助消费者选择安全营养的优质产品，町芒研究院对休闲食品进行了严格评测。每一个评测产品至少筛选、对比上百种同类型产品进行全方位解读，检测样品送往独立第三方检测实验室，由第三方检测实验室为町芒研究院评测产品出具具有法律效力的检测报告。最后结合检测报告，町芒研究院营养学专家、感官评测专家、町芒研究院线上线下体验官从执行标准（Standard）+品质标准（Quality）+感官标准（Sensory）三个维度综合评测产品，得出该款产品的最终指数，即町芒优选指数(DCI)，DCI数值越高代表综合品质越好（不符合町芒执行标准，不参与町芒研究院优选）。



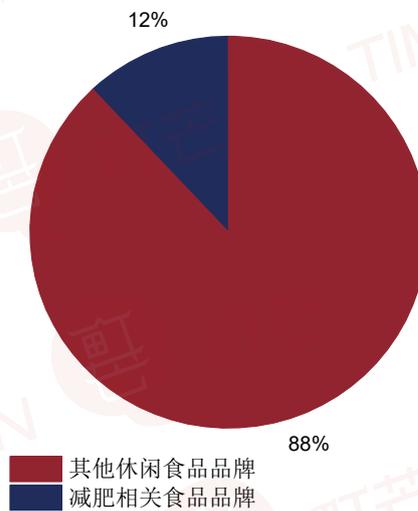
2019 年町芒评测休闲零食品类占比

(数据来源：町芒研究院)

截止到 2019 年 12 月，町芒研究院评测休闲零食，包括食品饮料类、肉类零食类、坚果炒货类、饼干糕点类、果脯果干类、膨化食品类、糖果布丁等 30 余款，涉及 800 多个品牌，评测样品量接近 2000 余个。



其中町芒研究院针对消费者在减肥期间，愿意选择的6类食品进行深度评测，涉及品牌90余款，样品量近300款，其中包括代餐棒、酸奶、即食麦片、无糖饮料、黑巧克力、苏打饼干等。



减肥相关食品占比

(数据来源：町芒研究院)

评测样本来自线上电商平台、线下连锁商超、活跃社群及网红流量产品，单类产品选品数量基本涵盖市售所有品牌。町芒研究院对以上每一类食品进行深度综合评测，最终得出所评测产品的町芒优选指数（DCI），消费者可根据所需产品的榜单排名情况进行选择。



3、DCI 指数分析

从减肥相关食品的町芒优选指数（DCI）中，我们发现了该类食品普遍存在以下三个问题：

- 1、代餐食品执行标准缺失；
- 2、消费者减肥期间选择的“减肥”食品实际热量并不低；
- 3、无糖、低卡食品标称“无糖”并非不含糖。



3.1 代餐食品执行标准缺失

随着肥胖问题逐渐加剧，“代餐”成为当下时髦的概念。而代餐减肥也成为一种新时尚，“高纤维”、“低热量”、“易饱腹”，都是代餐被减肥者追捧的标签。

根据欧睿国际的报告，2017年中国的代餐市场规模达到了571.1亿元，预计在2020年中国代餐市场将达到1200亿元。

第一财经商业数据中心(CBNData)联合天猫食品发布的《天猫食品行业趋势分析报告》也提出，从销售体量及消费者人数上来看，代餐食品的整体销售均有着稳步的增长且呈现大于50%的增长率。

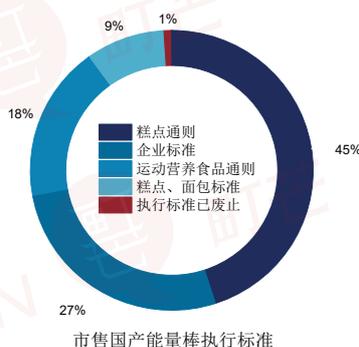
然而面对如此巨大的消费市场，国内代餐市场整体表现却相对混乱，鱼龙混杂、良莠不齐，且标准缺失。相关部门对此新生事物的监管也匮乏，甚至不少代餐类食品存在细菌污染等问题。另外，代餐品牌和品类也相对分散，品类包括保健品、固体饮料、液体饮料，甚至还有蛋白棒、饼干等。

对于此类问题，町芒研究院特别向谷宁®企业质控管家（作为町芒研究院主要的战略合作伙伴，以下简称“谷宁®”）进行咨询和讨论，谷宁®食品安全标准



以及质量体系专家建议，针对该类问题，企业应安排专业的培训，减少在生产过程中盲目跟风，法规意识淡薄，最终导致产品不合规，且卫生标准不达标现象。

在代餐食品概念模糊执行标准缺乏的社会背景下，市售能量棒是依据何种类型的标准生产的呢？为解决此困惑，町芒研究院对所评测的国产能量棒(包括产品包装标称为蛋白棒、代餐棒、坚果棒、能量棒)执行标准进行了统计。



市售国产能量棒执行标准

(数据来源：町芒研究院)

町芒研究院通过信息整理发现，45%的能量棒执行的是我国现有糕点通则(标准号 GB/T 20977 - 2007)；27%执行的是企业标准，如冷加工糕点标准及坚果棒(方便食品)标准；18%的能量棒执行的是运动营养食品通则(标准号 GB 24154)；而9%的能量棒执行的是食品安全国家标准 糕点、面包标准(标准号 GB 7099 - 2015)，甚至一些能量棒所执行标准已经被废止。



结合调查结果，国内至今确实没有关于能量棒的官方标准。对于营养摄入有特殊需求的消费者来讲，是否含有较高的蛋白质和膳食纤维，是否具备合理的营养配比，是否能够为身体提供全面营养，是他们选择不同能量棒的主要目的。然而市售能量棒所执行标准中，对于能量、蛋白质、脂肪、膳食纤维、维生素和矿物质等指标并未作出更高要求（参照 GB/T 20977 - 2007 糕点通则 理化指标）。所以一款产品是不是能量棒，基本上由厂家说了算，甚至有些“能量棒”的热量与巧克力无异。

据了解，2018年3月我国开始制定代餐食品标准，2019年8月发布征求意见稿，经中国营养学会法规标准委员会组织审查，批准《代餐食品》（T/CNSS 002-2018）团体标准发布，这也是国内首个控制体重代餐食品团体标准。

由于代餐食品执行标准缺乏，监管滞后，行业鱼龙混杂，很多消费者虽然倾向于代餐食品的选择，但由于品牌众多，消费者在面对选择的同时，对该类产品是否科学同样存在疑问。消费者如何甄别并选购到健康且有质量保证的代餐食品？而我们应该如何保障代餐食品安全性的同时，规范代餐食品的生产？随着代餐行业的不断发展，存在的问题也逐渐暴露，而解决这些问题都将成为代餐食品行业的重中之重。



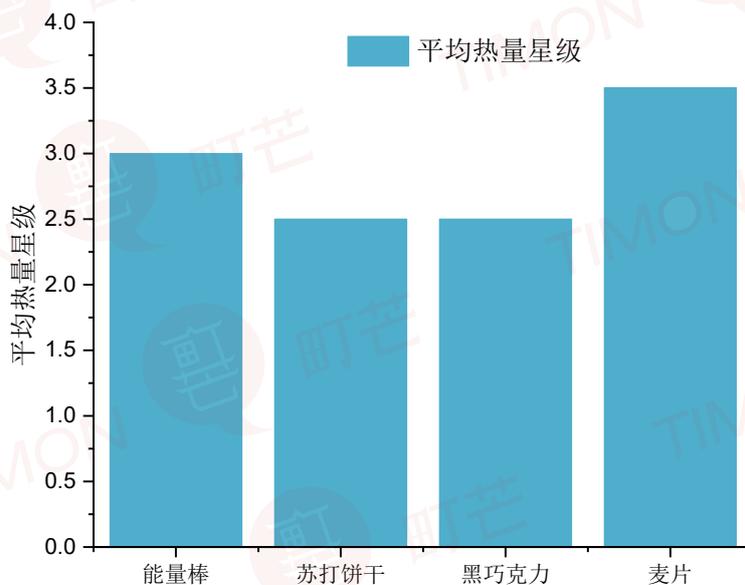
3.2 减肥期间会选择的休闲食品热量并不低

无论是减肥还是减脂，重要的饮食原则之一，就是制造热量缺口，摄入的卡路里小于基础代谢与运动代谢的总和。在此基础上还要讲求营养均衡、食物种类丰富。鱼、虾、肉、水果、蔬菜和油脂缺一不可。于是各种各样的减脂饮食食谱应运而生，但大方向不变，依旧是以控制热量摄入为前提。

2019年12月町芒研究院针对消费者在减肥期间，愿意选择的6类食品进行深度评测（分别为能量棒、黑巧克力、酸奶、燕麦片、无糖饮料、苏打饼干，共涉及品牌90余款，样品量近300款）并发现，很多食品虽然是减肥人群热衷的宠儿，但减肥效果并不理想，甚至可能是隐藏的“热量炸弹”！



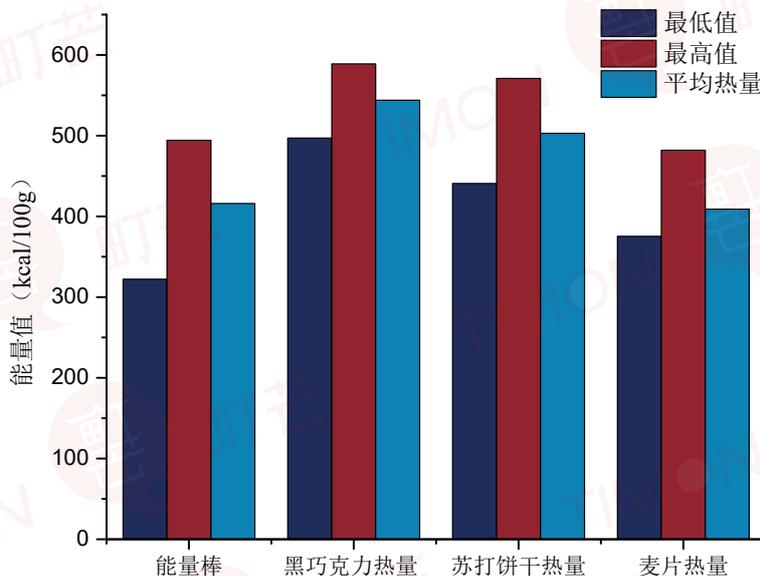
町芒研究院对该类食品进行评测，其中热量作为品质评测环节中的重要评测指标，热量越高，其品质星级越低。



町芒研究院测评产品平均星级

(数据来源：町芒研究院)

这4类产品的平均热量星级都未超过3.5星，其中能量棒热量星级为3星，苏打饼干为2.5星，黑巧克力为2.5星，麦片为3.5星。



町芒研究院测评产品能量值情况

(数据来源：町芒研究院)

无论是代餐棒还是蛋白棒，之所以畅销，是消费者认为这类食品既能饱腹又能增肌减脂，而町芒研究院在评测时发现，这类能量棒热量最低为322.17kcal/100g，热量最高为494.25kcal/100g，15款产品的平均热量为416kcal/100g。再结合配料表会发现黄油或者棕榈油排在较靠前的位置。町芒研究院认为，对于这类能量棒的选择，除了关注热量，同时需要了解其营养成分比是否合理，满足高蛋白低热量的同时，口味上也需要适合自己。如果是剧烈运动后亟需补充能量，建议可以用来适当补充能量，但如果作为日常代餐，靠它日瘦三斤，效果并不理想。



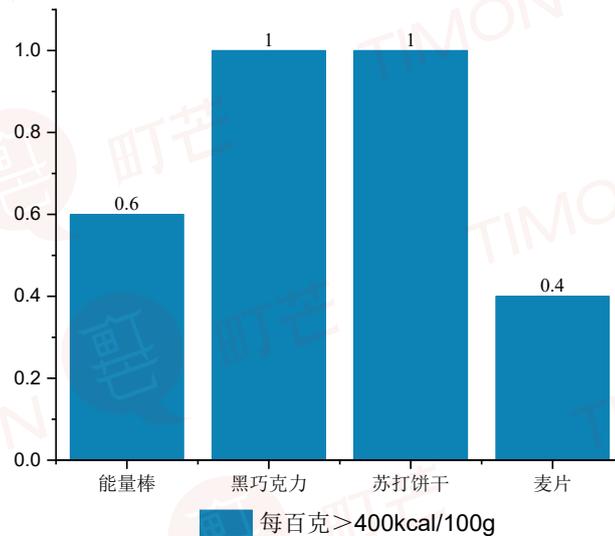
另外，很多减肥人士对燕麦片情有独钟，认为即食麦片低脂高纤维，町芒研究院所评测的即食麦片中，热量最低的麦片为 375.4kcal/100g，平均热量高达 409kcal/100g。而一份米饭的热量为 116kcal/100g，相比之下，现在很多即食麦片的热量并不低，一些即食什锦麦片中含糖量较高，配料中包含各类坚果、果干，这类麦片只适合做零食解馋，健身人士、以及控糖人士不建议选择。对于健康麦片的选择，町芒研究院建议优选蛋白质含量高，脂肪含量低、糖含量较低、膳食纤维含量高的原味纯麦片。

根据《中国居民膳食指南》建议，成年男性每日摄入热量应为 2250 大卡左右，成年女性应为 1800 大卡左右，而减肥人群应在此基础上减少 300-500 大卡，但每天摄入热量不低于 1200 大卡，一日三餐的热量摄入比例应为 3:4:3。正常情况下，如果我们需要消耗 100 大卡，需要做些什么呢？跑步 10 分钟，骑车 23 分钟甚至爬楼梯 10 分钟。

通过对食物热量的查询，饼干或者冷饮属于脂肪和碳水化合物含量高，热量很高，减肥期间不适宜食用的食物，其热量为 435kcal/100g。同时参考《代餐食品》（T/CNSS 002-2018）团体标准中对每餐代餐食品所提供的能量要求为：大于



等于 835kJ (200kcal)，不高于 1670kJ (400kcal)；以 400kcal/100g 为界限，来看看减肥期间大家会选择的食物热量情况如何。



町芒研究院评测产品每百克 > 400kcal/100g 产品占比

(数据来源：町芒研究院)

町芒研究院所评测的食品中，有 60% 的能量棒每百克超过 400kcal/100g，即食麦片中有 40% 的产品超过 400kcal/100g，所评测的黑巧克力和苏打饼干所有品牌均超 400kcal/100g(所评测的 100% 纯黑巧克力，热量 555kcal/100g)。

根据町芒研究院 2019 年 4 月份专项调研结果显示，6% 的被调研者认为黑巧克力的热量较低，会在减肥期间食用黑巧克力。3% 的被调研者认为咸味的苏打饼干，热量比较低，吃了也不会发胖。



“黑巧克力减肥”，不仅仅是国内的一些减肥、健康网站被提到，包括国外一些网站也类似的说法。然而黑巧克力的评测结果显示，黑巧克力只是相对于牛奶巧克力或坚果巧克力热量较低，即便是 100%纯黑巧克力，也需要控制摄入量，建议每次不要超过 30g。

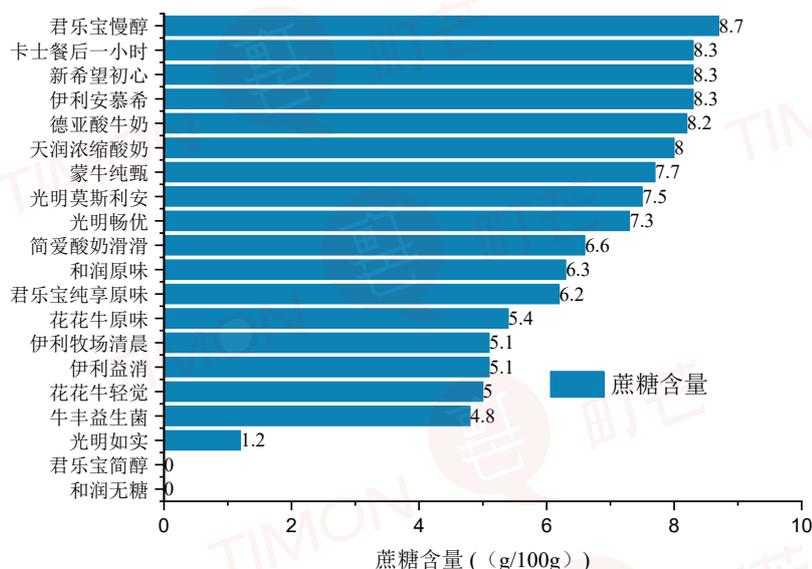
町芒研究院评测的 11 款热销苏打饼干品牌中，热量最低为 440.9kcal/100g，热量最高为 571kcal/100g。苏打饼干相较黄油曲奇含有的糖量较少，但是钠含量以及热量较高，减肥期间建议控制摄入量。

町芒研究院评测的无糖饮料中，90%的产品包装标识显示能量为 0kJ/100mL。然而，一款饮料标示“0 能量”，并不代表一点热量都不含。根据国标 GB 28050—2011《预包装食品营养标签通则》规定，当固体、或液体食品中所含的能量低于 17kJ/100mL（液体）或 100g(固体)时，就可以标示为“0 能量”。所以，“0 能量”不代表无能量，只是能量含量极低，对人体营养的影响可忽略不计。町芒研究院建议对于无糖饮料的选择，不要过度迷信商家宣传的零糖、零脂肪、零热量，靠“无糖饮料”减肥，只是一厢情愿的“你以为”。



3.3 无糖、低卡食品标称“无糖”并非完全无糖。

根据町芒研究院 2019 年 4 月关于“减肥期间会选择的休闲零食”专项调查结果显示，12%的被调研者在减肥期间会选择无糖或低卡零卡食品、饮料。7%的被调研者在减肥期间会选择酸奶。而有 30%的被调研者在减肥期间选择即食麦片作为早餐。



20 款酸奶所含蔗糖检测结果

(数据来源：町芒研究院)

町芒研究院针对性的评测了无糖饮料、酸奶以及即食麦片，涉及品牌 40 余款。在品质评测环节，针对酸奶和即食麦片进行了总糖检测。根据町芒研究院针



对 20 款酸奶的蔗糖含量检测结果显示，其中 2 款产品包装标识“无糖”“0 蔗糖”的酸奶未检出蔗糖，1 款标识“不添加白砂糖”的产品，检出蔗糖 1.2g/100g。

根据《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则（GB 28050-2011）》，如果每 100ml 饮料中含糖 $\leq 5\text{g}$ ，则可以声称为低糖饮料；含糖 $\leq 0.5\text{g}$ ，可声称为无糖饮料。

从标准上来看，无糖饮料并非完全无糖！而低糖饮料与无糖饮料相比，含糖量竟然相差了 10 倍！

在评测的酸奶中，20%的酸奶配料表中有甜味剂（三氯蔗糖、阿斯巴甜），5%含有阿斯巴甜；在评测的无糖饮料中，64%的无糖饮料配料表中有甜味剂（阿斯巴甜、安赛蜜、蔗糖素），其中 42.8%的无糖饮料配料表中有阿斯巴甜。虽然阿斯巴甜对人体健康的影响至今存有争议，但本着优中选优的推荐原则，在标准评测环节，町芒研究院针对含有阿斯巴甜的食品进行了相应的扣分。

而商家所谓的无糖是指不添加白砂糖、蔗糖、葡萄糖、砂糖等，为了增加口感上的甜度，而用甜味剂来代替。虽然甜味剂在国标限值内使用是安全的，但根据町芒研究院对产品的标准评测原则，与未添加甜味剂和添加糖的产品相比，含

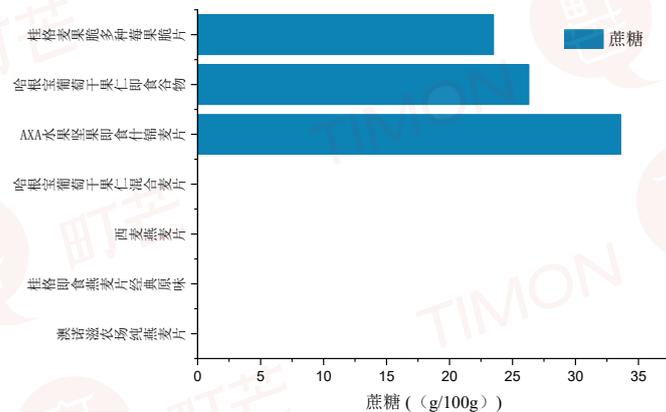


有添加糖和代糖的食品，在标准评测星级相对较低。对于含有代糖的食品，町芒研究院建议减少摄入频率，每次控制摄入量，学会看食品标签进行选择。

根据《中国居民膳食指南》的建议，0-4 岁的孩子是不建议摄入添加糖，成年人一天摄入添加糖不能超过 50g，最好不要超过 25g。

根据检测结果，所评测的 20 款酸奶中，有 90% 的酸奶，并不适合 0-4 岁的宝宝食用；而蔗糖含量最高的酸奶（蔗糖含量 8.7g/100g），仅摄入一包 200g，添加糖摄入量就已接近每日建议摄入量。

在百度搜索“吃麦片减肥”，得到的相关结果高达 6,090,000 个，而且还有海量的类似关键词推荐。可见大家对“麦片是不是减肥”这件事非常关注，甚至期望很高！



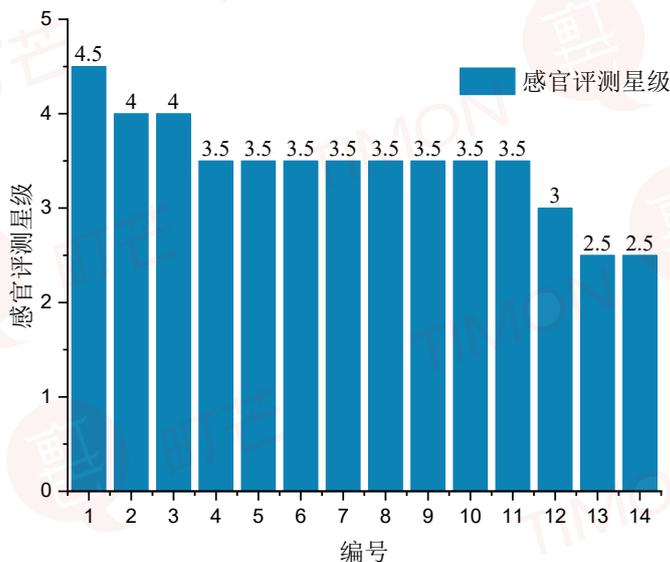
7款麦片所含蔗糖检测结果

(数据来源：町芒研究院)

町芒研究院针对市售销量较高的麦片进行蔗糖检测，40%的麦片检出蔗糖，且含量不低。其中小红书达人推荐款的某水果坚果即食什锦麦片，总糖高达33.6g/100g！

根据《中国居民膳食指南》对添加糖的摄入量建议，如果每天早上的一份混合麦片，即便是按照50g/次来冲泡，糖摄入量可能高达16.8g，而这仅仅只是一天的开始。另外需要注意的是，町芒研究院所评测的麦片中，部分产品在营养成分表中，并未对糖含量进行标识。

市面上很多混合麦片因为含糖较高，町芒研究院建议只适合做零食解馋，健身人士、以及控糖人士不建议选择。

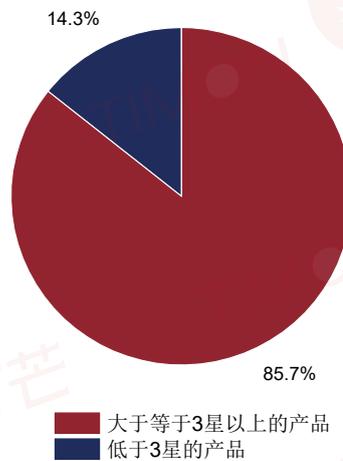


14款无糖饮料感官评测星级

(数据来源：町芒研究院)

町芒研究院为了从专业角度及消费者角度两方面，对无糖饮料进行全方位解读，聘请了数十位专业感官评测师、二十位优秀感官评测师及上百位大众点评人员对无糖饮料进行了感官评测。

町芒研究院从产品外包装、色泽、香气、滋味及口感等维度，对无糖饮料进行了解读。由于町芒研究院评测的无糖饮料中，有64%的无糖饮料添加了甜味剂，经町芒研究院专业感官评测团队研究从营养、健康方便考虑决定，将该类产品的滋味均定为3分。但为了更真实的了解线下体验官（消费者）的消费习惯，对线下体验官对滋味的评测没有要求。



14款无糖饮料感官评测星级占比

(数据来源：町芒研究院)

结合所有感官评测人员的评测结果发现，无糖饮料的感官星级平均星级为3星，小于等于3.5星以上的产品占85.7%，高于3.5星的产品占14.3%。

从町芒研究院对无糖饮料的口感评测中，85.7%的线下消费者都认为这类无糖饮料的口味一般，且更喜欢原味可乐，数据表明大多数人已经习惯或更喜欢“甜味饮料”。



4 结论分析

由于世界人口肥胖率的持续增高，减肥市场发展空间巨大。减肥代餐、减肥食品是为了顺应社会发展，迎合市场需求而推出的产物。作为新兴行业，确实存在发展时间短、代餐食品概念模糊，行业标准缺失等问题。

从町芒研究院对市售能量棒的统计分析发现，45%的能量棒执行的是我国现有糕点通则（标准号 GB/T 20977-2007）；27%执行的是企业标准，如冷加工糕点标准及坚果棒（方便食品）标准；18%的能量棒执行的是运动营养食品通则（标准号 GB 24154）；而9%的能量棒执行的是食品安全国家标准 糕点、面包标准（标准号 GB 7099-2015），甚至一些能量棒所执行标准已经被废止。

町芒研究院认为，对于代餐食品的首要任务是对代餐食品作出明确定义，制定代餐食品相关标准，让代餐食品的生产有标准可依。只有作出进一步的细分和监管，才能从根本上遏止食品企业为谋取利益生产所谓的代餐食品，有需求的消费者才能够正确选购及使用代餐食品。

随着大众消费结构升级，消费者对健康的重视程度日益增强，“高糖、高热量”的产品已经不能满足人们的购买需求。人们不断意识到肥胖给健康带来的影



响，对于体重控制的观念越来越深刻，对于自己的身体数据也越来越在意，于是，减肥瘦身的热潮被掀起。这类人群已形成一个庞大的消费群体，减肥产业正在快速发展。

同时商家为了迎合市场需求，针对特殊人群打着“健康、低卡、0卡、无糖、低糖”的旗号生产所谓的减肥、控糖食品。无糖饮料的推出，既顺应了消费者追求健康的需求，也满足了消费者对口味的要求。

然而至今并没有研究能证明，代糖比添加糖更健康，而饮用无糖可乐可能会让人更容易发胖。

根据町芒研究院对代餐棒、黑巧克力、即食麦片的深度评测，这几类食品的平均热量星级都未超过 3.5 星（最高 5 星），有 60% 的能量棒每百克热量超过 400kcal/100g，即食麦片中有 40% 的产品每百克热量超过 400kcal/100g。所评测的无糖饮料并非完全无糖！商家为了增加口感上的甜度，而用甜味剂来代替。在评测的无糖饮料中，64% 的无糖饮料配料表中有甜味剂，所评测的酸奶品牌中，有 90% 的酸奶被检测出含有蔗糖，其中 20% 的酸奶配料表中有甜味剂（三氯蔗糖、阿斯巴甜），5% 的酸奶含有阿斯巴甜，町芒研究院并不建议 0-4 岁的宝宝食用这



类酸奶。而阿斯巴甜也曾被报道与多种不良反应相关，町芒研究院针对该类问题向谷宁®企业质控管家进行咨询了解到，企业在生产过程中，可以通过优化合理把控此类添加剂的使用剂量，同时在保证口味的前提下，选择健康、合适的替代原料。

结合评测产品及町芒 DCI 优选榜单，町芒研究院认为，减肥人士想要通过喝无糖、低卡饮料，吃无糖食品达到减肥和控制糖分和热量的摄入是不科学的，只有平衡膳食与能量的摄入，同时配合适量运动，才是追求健康饮食，健康瘦身的最佳方式。

在食品安全把控逐渐严格的社会背景下，同时为了响应国家“质量兴国”的发展战略，食品企业可以聘请专业的质控团队如谷宁®企业质控管家，帮助企业进行品质升级，辅助企业明确代餐行业相关的法律法规，提升食品安全、质量体系完善度，合理把控原料、生产和产品的品质，实现产品升级、产业升级。



町芒优选指数（DCI）

町芒优选指数（DCI）由町芒研究院研究发布，从执行标准（Standard）+品质标准（Quality）+感官标准（Sensory）三个维度综合评测一款产品，得出该款产品的最终指数，即町芒优选指数（DCI），数值越高代表综合品质越好。町芒优选指数（DCI）从多个维度考量，为消费者推出品质上乘的产品，进而引导消费者为品质生活做出聪明选择。

町芒研究院对市售产品进行大数据筛选，每一个评测产品至少筛选对比上百种同类型产品，进行全方位解读；检测样品送往独立食品检测实验室，由超百位实验室人员为样品出具具有法律效力的检测报告；最终根据检测报告，通过严苛的标准对一个产品进行全生命周期的判断。最终以独特的DCI榜单，直接体现产品的品质，通过榜单，优质产品能够得到具有公信力的认证。

町芒优选榜单，为消费者提供选择依据，解决选择困难。