

## 健身補品 你真的需要買嗎？

記者 吳政陽 報導

2020/05/17

近幾年健身風氣盛行，健身房在大街小巷中隨處可見，各種健身護具和周邊商品的市場也逐漸擴大。其中光是乳清蛋白、肌酸這類的健身補品樣式就五花八門，有各式各樣的牌子、口味和分離與否等類別可以選擇，在我們喝下這些「補品」的時候，到底是讓我們更強壯，還是為身體帶來更多未知的負擔呢？

大家都知道健身想要長肌肉就要攝取蛋白質，但乳清蛋白又分有分離式、濃縮式的種類，撇開高蛋白，又有鍛鍊前補充劑、肌酸、蛋白甜點等形形色色的補品。這些功能不同的補品讓消費者看著頭暈，健身入門者也可能因為不夠瞭解這些商品，導致購買錯誤。



營養補充為健身重要的一環 ( 圖片來源 / JD )

### 圍繞我們生活的銷售通路

健身補充品的主要銷售通路有實體店面、網路商城和健身房。我們在一些藥妝店或是專門的健身商品店都能看到琳瑯滿目的補品；網路商城更是有官方網站、代購和轉銷平台，而多數健身房也可以看到櫃台販售單次量的高蛋白。凡是有接觸

而許多健身愛好者，基本上都會被以上通路宣傳到。

在各種銷售通路中，最成功的就是網路商店。健身補品除了在各品牌本身的官網販售外，整合銷售平台和自行批貨的個體業者，也會在購物網站或是自行經營的網頁上販售，有些價錢甚至比官方售價便宜。也有透過團購來達到免運費的平台，讓健身愛好者以更優惠的價錢訂購乳清蛋白。

## 吃完變美的「飢餓行銷」

我們常常能看到健身補品的大品牌，找健身YouTuber或是社群媒體的網紅做代言，這些網紅通常有兩項共同點，其一是龐大的粉絲基數，其二是健壯姣好的身材。品牌找到這些人來為他們代言，無形中是在給受眾們置入「想擁有網紅的魔鬼身材，你就必須吃我們的補品。」的觀念，而那些渴望成為自己的偶像，想跟他們一樣「完美」的粉絲們，便會花大錢買入這些健身補品。但他們忽略了好身材並不是單靠吃補充品得來的，而是辛勤運動的成果。

雖然全民運動已是潮流，但並非所有做運動的人都需要用到這些營養品，補品品牌的行銷手段為了創造了更多需求，把「運動是為了活得更健康」作為初衷的族群，也拉入「追求體態美」的漩渦中。在許多補品販賣初期，會透過飢餓行銷的手段，告訴大家數量不多，並搭配給予合作網紅的優惠碼等手法，來刺激大家進行購買，當大家已有穩定的購買習慣後，市面上的供貨也開始相對穩定。現在還是有很多販售平台上進行少量多次的進貨，消費者時常看到缺貨或是補貨中，並從網紅或廣告訊息中告訴大家進貨資訊，刺激買氣。



YouTuber健人蓋伊的品牌合作（圖片來源 / 截圖自Instagram）

## 教練可能沒告訴你的事

Peeta葛格是一位健身YouTuber，同時也是一名營養師，在網路上撰寫文章分享營養與飲食知識。在其中一篇介紹高蛋白質的文章中他就提到，高蛋白質整體的營養價值還是不如原型食物來得高。但高蛋白質方便、便宜且好吸收，對於生活比較忙碌，難以吃到蛋白質攝取量，或是大量健身者，需要即時補充蛋白質的人來說是非常棒的補品。

但是，並不是所有人都適合使用高蛋白質，營養師林怡馨表示，腎臟衰老或是腎功能不好的人不建議服用高蛋白質。由於蛋白質分子大，代謝物也難以排除，大量的攝取會讓腎臟不好的人難以負荷，且高蛋白質的升糖效果恐對糖尿病患者造成為危害。應該在諮詢醫師和營養師後再決定是否使用高蛋白質。

雖然近十年對於高蛋白質危害的迷思已陸續破除，但高蛋白質畢竟是加工食品，一份高蛋白質（通常含有25至30克蛋白質，因品牌而異）的營養價值還是不如一塊雞胸肉。在能夠吃到每日蛋白質需求量的情況下，還是以原型食物作為首要選擇，將高蛋白質粉視為補充品，才是更健康的做法。

## 補身還是補心？健身靠自己

無論你是因為什麼原因踏進了健身房，或許是為了精神層面上的突破、追求更好的身材或是保養身體、延年益壽，我們的初衷都是擁有更健康的身體，讓自己活得更自在。補品之所以被稱為補品，就是為了協助我們補充攝取不足的營養素，是在正常飲食和作息的情況下，方便我們達到該元素的攝取量。不過，當我們是為了讓自己「感覺」更健康而吃進這些補品的時候，與補品原來的目的早已本末倒置，對產品了解不足的消費者，更是在親身試毒。

在補品尚未出現之前，人類依然可以活得非常健康。與其盲目購買市面上那些「健身補品」，倒不如更專注在均衡的飲食攝取和標準的訓練動作上，多花時間了解自己的身體，對於自己每日應該攝取多少營養素，以及每週達成多少的運動量，才是對自己的身體真正負責。用對的方式補充補品，對我們來說是有好處的，然而真正的健身、健心，則是靠著我們的意志力與恆心來完成的挑戰。

關鍵字：健身、營養補充、乳清蛋白、營養攝取、理性消費

縮圖來源：[Pexels](#)





記者 吳政陽



編輯 梁子敬