

## Thực phẩm “healthy” trên mạng: Xu hướng sống khỏe hay cái bẫy tiếp thị?

15:15 07/06/2026

Từ khóa “healthy” đang phủ sóng mạnh mẽ trên các nền tảng mạng xã hội và sàn thương mại điện tử. Chỉ cần vài phút lướt Facebook, TikTok hay Shopee, người tiêu dùng dễ dàng bắt gặp vô số sản phẩm được quảng bá là “ăn sạch”, “giảm cân”, “ít calo”, “không đường”, “eat clean”, “tốt cho sức khỏe”. Không chỉ đồ ăn chế biến sẵn, các loại bánh ngũ cốc, granola, nước ép detox, sữa hạt, snack rong biển hay trà thảo mộc cũng được gắn thêm mác “healthy” để thu hút người mua.

Xu hướng ăn uống lành mạnh đang trở thành lựa chọn phổ biến của nhiều người trẻ, đặc biệt là dân văn phòng, người tập gym và những ai quan tâm tới vóc dáng. Tuy nhiên, giữa “ma trận” thực phẩm healthy trên không gian mạng, không ít người đặt câu hỏi: Liệu những sản phẩm được quảng cáo là tốt cho sức khỏe ấy có thực sự lành mạnh?



Xu hướng ăn uống lành mạnh, eat clean và sử dụng thực phẩm “healthy” đang ngày càng phổ biến trong giới trẻ và dân văn phòng.

**Khi “healthy” trở thành công cụ đánh vào tâm lý người tiêu dùng**

Sự phát triển của mạng xã hội đã khiến xu hướng sống khỏe lan rộng nhanh chóng. Những video chia sẻ thực đơn eat clean, bí quyết giữ dáng hay hành trình giảm cân thu hút hàng triệu lượt xem. Cùng với đó, thị trường thực phẩm “healthy” cũng bùng nổ mạnh mẽ.

Nhiều sản phẩm được quảng bá với hình ảnh bắt mắt, đóng gói hiện đại, gắn liền với phong cách sống năng động và khoa học. Chỉ cần nhìn bao bì với các cụm từ như “organic”, “low carb”, “không đường”, “100% tự nhiên”, người tiêu dùng đã dễ có cảm giác đây là lựa chọn an toàn cho sức khỏe.

Đáng chú ý, nhiều người bán còn tận dụng sức ảnh hưởng của các KOL, gymer, người nổi tiếng hoặc food blogger để quảng bá sản phẩm. Không ít video giới thiệu thực phẩm healthy được dàn dựng chuyên nghiệp, kèm theo những lời khẳng định như “ăn không lo béo”, “giảm cân nhanh”, “thanh lọc cơ thể”, “đẹp da”, “đốt mỡ”.



Thị trường thực phẩm “healthy” trên mạng xã hội đang phát triển mạnh với hàng loạt sản phẩm được quảng cáo tốt cho sức khỏe.

Trong tâm lý của nhiều người, đặc biệt là giới trẻ, “healthy” gần như đồng nghĩa với việc có thể ăn thoải mái mà không ảnh hưởng tới sức khỏe. Chính suy nghĩ này đã khiến nhiều người dễ dàng chi tiền cho các sản phẩm giá cao mà không thực sự tìm hiểu kỹ thành phần.

Thực tế, “healthy” hiện chủ yếu là một thuật ngữ mang tính tiếp thị hơn là tiêu chuẩn dinh dưỡng cụ thể. Tại Việt Nam, chưa có quy định pháp lý rõ ràng để xác định thế nào là thực phẩm “healthy”. Điều này đồng nghĩa bất kỳ cửa hàng nào cũng có thể tự gắn nhãn “eat clean” hay “healthy” cho sản phẩm của mình.

Không ít loại granola được quảng cáo dành cho người giảm cân nhưng lại chứa lượng đường và calo khá cao do sử dụng nhiều mật ong, trái cây sấy hoặc chocolate. Một số loại bánh protein tuy ít chất béo nhưng lại có hàm lượng natri lớn để tăng thời gian bảo quản.

Đặc biệt, nhiều sản phẩm bán online chỉ ghi thông tin sơ sài, không công bố rõ bảng thành phần dinh dưỡng hay nguồn gốc nguyên liệu. Người mua gần như phải tin hoàn toàn vào lời giới thiệu của người bán.

Chị Thu Hà (29 tuổi, Hà Nội) cho biết từng chi gần 500.000 đồng mỗi tuần để mua thực phẩm “healthy” trên mạng nhằm giảm cân. “Tôi nghĩ đồ healthy thì chắc chắn tốt nên ăn khá thoải mái. Nhưng sau vài tháng, cân nặng không giảm mà còn tăng do các loại granola và bánh ngũ cốc chứa nhiều calo”, chị chia sẻ.

Trong khi đó, chị Minh Anh – vận động viên khiêu vũ thể thao tại Hà Nội cho biết bản thân từng có thời gian khá “cuồng” các sản phẩm gắn mác healthy trên mạng xã hội vì nghĩ đây là lựa chọn tốt cho việc giữ vóc dáng và duy trì thể lực.

“Đặc thù của vận động viên là phải kiểm soát cân nặng và chế độ ăn rất nghiêm ngặt. Trước đây tôi thường đặt các loại granola, bánh protein, nước detox trên mạng vì thấy quảng cáo rất hấp dẫn. Nhưng sau một thời gian sử dụng, tôi nhận ra không phải sản phẩm nào gắn mác healthy cũng phù hợp với cơ thể”, chị Minh Anh chia sẻ.

Theo chị Minh Anh, nhiều sản phẩm có vị khá ngọt dù quảng cáo “ít đường”, thậm chí một số loại snack healthy chứa lượng calo cao khiến việc kiểm soát cân nặng không đạt hiệu quả như mong muốn.

“Sau này tôi ưu tiên tự chuẩn bị khẩu phần ăn hoặc chọn sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng, bảng thành phần minh bạch. Healthy không chỉ là nhìn bao bì đẹp hay quảng cáo tốt, mà phải thực sự phù hợp và an toàn cho sức khỏe”, chị nói.

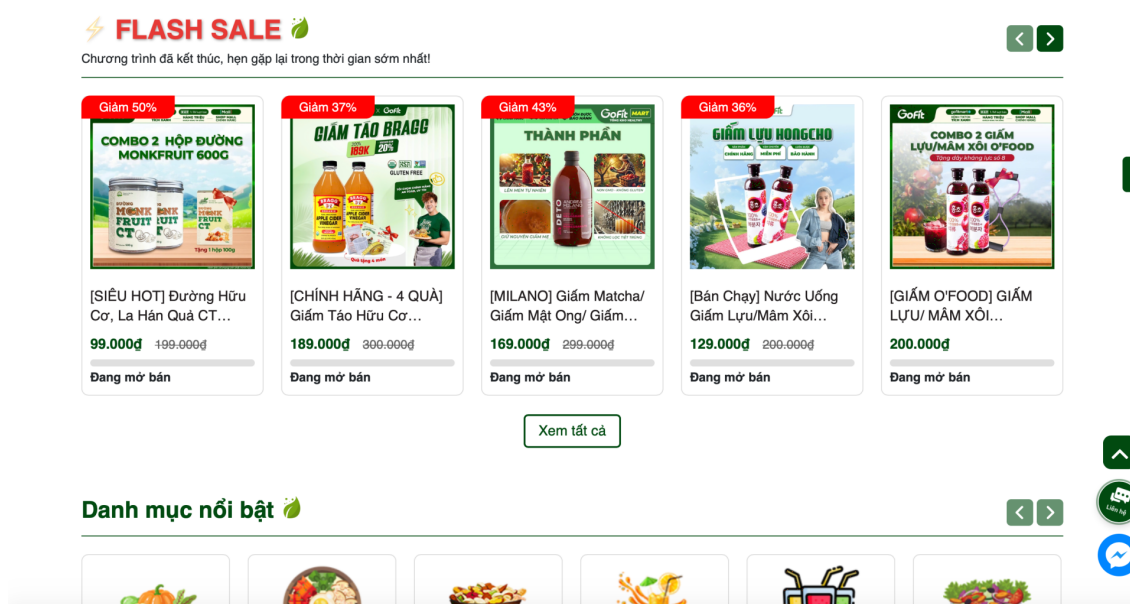
Theo các chuyên gia dinh dưỡng, không có loại thực phẩm nào chỉ cần gắn mác “healthy” là tự động tốt cho sức khỏe. Giá trị dinh dưỡng phụ thuộc vào thành phần, khẩu phần ăn và cách sử dụng. Ngay cả những thực phẩm được xem là tốt như các loại hạt hay yến mạch cũng có thể gây tăng cân nếu dùng quá mức.

Một thực tế khác là nhiều người đang hiểu sai về khái niệm ăn uống lành mạnh. Không ít người bỏ bữa chính để thay bằng bánh ăn kiêng, nước detox hoặc các loại thực phẩm chức năng với hy vọng giảm cân nhanh. Tuy nhiên, chế độ ăn thiếu cân bằng có thể khiến cơ thể thiếu chất, mệt mỏi và ảnh hưởng sức khỏe lâu dài.

## “Mặt tối” phía sau thị trường thực phẩm healthy online

Không chỉ tồn tại nguy cơ quảng cáo quá mức, thị trường thực phẩm healthy online còn tiềm ẩn nhiều rủi ro về chất lượng và an toàn thực phẩm.

Hiện nay, nhiều sản phẩm được chế biến theo hình thức handmade tại nhà rồi bán trực tiếp qua mạng xã hội. Các cửa hàng thường quảng cáo sản phẩm “không chất bảo quản”, “nhà làm”, “nguyên liệu sạch” để tạo niềm tin với khách hàng. Tuy nhiên, không phải cơ sở nào cũng đáp ứng điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm.



Người tiêu dùng cần thận trọng trước những sản phẩm gắn mác “healthy”, “eat clean”, “detox” được quảng bá tràn lan trên không gian mạng.

Một số loại nước ép detox, sữa hạt tươi hay đồ ăn eat clean cần được bảo quản lạnh nghiêm ngặt. Nếu quá trình vận chuyển kéo dài hoặc nhiệt độ không đảm bảo, thực phẩm rất dễ bị nhiễm khuẩn.

Ngoài ra, nhiều sản phẩm nhập khẩu được bán online không có nhãn phụ tiếng Việt, không công bố chất lượng hoặc chưa qua kiểm định. Người tiêu dùng chủ yếu mua theo xu hướng hoặc lời giới thiệu trên mạng mà khó xác minh nguồn gốc thực tế.

Các chuyên gia cảnh báo rằng việc quá tin tưởng vào cụm từ “100% tự nhiên” cũng tiềm ẩn nguy cơ. Trên thực tế, thực phẩm ít chất bảo quản càng đòi hỏi quy trình sản xuất và bảo quản nghiêm ngặt hơn. Nếu làm thủ công trong điều kiện không đảm bảo vệ sinh, sản phẩm vẫn có thể gây hại cho sức khỏe.

Đáng lo ngại là hiện tượng nhiều sản phẩm “healthy giảm cân” được quảng cáo với công dụng thần kỳ. Không ít nơi sử dụng những cụm từ dễ gây hiểu nhầm như “thải độc gan”, “giảm mỡ cấp tốc”, “ăn thay hoàn toàn cơm”, “giảm 5kg trong 1 tuần”.

Các sản phẩm được quảng bá theo hướng “healthy”, “bổ sung dinh dưỡng”, “thay thế rau xanh” đã bị cơ quan chức năng xử lý vì quảng cáo sai sự thật hoặc vi phạm quy định về chất lượng sản phẩm.

Một trong những vụ việc gây chú ý là sản phẩm kẹo rau củ Kera từng được quảng bá rầm rộ trên mạng xã hội với những lời giới thiệu như “1 viên tương đương một đĩa rau”, “bổ sung chất xơ thay rau xanh”. Sau phản ánh của người tiêu dùng, cơ quan chức năng đã vào cuộc kiểm tra và phát hiện sản phẩm có dấu hiệu quảng cáo gây hiểu nhầm về công dụng. Công ty liên quan sau đó bị xử phạt 125 triệu đồng do vi phạm về nhãn hàng hóa và kinh doanh sản phẩm không phù hợp với thông tin đã công bố.

Ngoài ra, kết quả kiểm nghiệm còn phát hiện sản phẩm có chứa chất tạo ngọt Sorbitol nhưng không ghi trên nhãn theo quy định. Một số cá nhân nổi tiếng tham gia quảng cáo sản phẩm này cũng bị xử phạt và buộc cải chính thông tin vì nội dung quảng cáo không chính xác, dễ gây hiểu nhầm cho người tiêu dùng.

Theo các chuyên gia, vụ việc cho thấy không ít sản phẩm được quảng bá bằng hình ảnh “healthy”, “tốt cho sức khỏe” trên mạng xã hội đang bị thổi phồng công dụng để kích thích tiêu dùng. Điều này khiến người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ, rất dễ tin tưởng và mua theo xu hướng nếu thiếu kiến thức kiểm chứng thông tin.

Theo các chuyên gia y tế, cơ thể con người vốn đã có cơ chế đào thải tự nhiên thông qua gan và thận. Không có loại thực phẩm nào có thể “detox thần tốc” như lời quảng cáo. Việc lạm dụng các sản phẩm giảm cân hoặc detox kéo dài thậm chí có thể gây rối loạn tiêu hóa và ảnh hưởng chuyển hóa.

Bên cạnh đó, mức giá của nhiều thực phẩm healthy hiện cao hơn đáng kể so với thực phẩm thông thường. Một hộp granola vài trăm gram có thể được bán với giá từ 150.000 – 300.000 đồng. Các set eat clean giao tận nơi dao động từ vài chục đến cả trăm nghìn đồng mỗi bữa.

Nhiều chuyên gia cho rằng xu hướng “healthy hóa” đang bị thương mại hóa quá mức. Không ít người vô tình bị cuốn vào tâm lý phải ăn những món đắt tiền mới là sống lành mạnh, trong khi thực tế một chế độ ăn khoa học hoàn toàn có thể xây dựng từ những thực phẩm quen thuộc như rau xanh, trái cây tươi, cá, trứng

hay gạo nguyên cám.

Theo các chuyên gia dinh dưỡng, điều quan trọng nhất của ăn uống lành mạnh không nằm ở nhãn mác “healthy”, mà ở sự cân bằng dinh dưỡng và thói quen sinh hoạt hợp lý.

Người tiêu dùng cần tập thói quen đọc kỹ bảng thành phần, kiểm tra lượng đường, calo, natri và nguồn gốc xuất xứ thay vì chỉ tin vào quảng cáo. Những sản phẩm có công dụng quá hoàn hảo hoặc cam kết giảm cân thần tốc cần được nhìn nhận thận trọng.

Ngoài ra, cơ quan chức năng cũng cần tăng cường kiểm tra hoạt động kinh doanh thực phẩm online, xử lý nghiêm các trường hợp quảng cáo sai sự thật hoặc bán hàng không rõ nguồn gốc.

Trong bối cảnh xu hướng sống khỏe ngày càng phát triển, nhu cầu sử dụng thực phẩm tốt cho sức khỏe là điều tất yếu. Tuy nhiên, “healthy” không nên trở thành chiếc vỏ hào nhoáng để đánh vào tâm lý người tiêu dùng.

Một chế độ ăn lành mạnh thực sự không phụ thuộc vào vài món đồ đắt tiền trên mạng xã hội, mà đến từ sự hiểu biết, cân bằng dinh dưỡng và lựa chọn thực phẩm an toàn mỗi ngày.

**Nam Sơn**