



食品“零添加”再陷入舆论风波

目前尚无规范标准,消费者需谨慎看待

□本版撰文 信息时报记者 刘芳

最近,一篇发布于在线学术期刊eFood上的论文称市售部分“零添加”酱油真实性存疑。随后,相关酱油厂家回应称,该论文研究方法不科学,实验结果判定缺少依据,已联系发布期刊要求删文。

为此,食品“零添加”的话题再次受到各界关注。近年来,在食品领域各种以“零添加”为卖点的产品层出不穷,不少消费者也开始倾向于选择零添加产品。但也出现了备受白领喜爱的“无糖奶茶”被检测出糖分严重超标、号称“低盐低钠”的儿童酱油其实极为“重口”等问题,为消费者带来不少困扰。

“零添加”就一定更好更健康吗?相关法规对于“零添加”是否有规定?消费者又应当如何正确看待这类产品?



陷入风波的千禾零添加酱油。
信息时报记者 郭柯堂 摄

零添加酱油真实性遭质疑

1月25日,食品科学及工程领域国际期刊eFood发布了一篇研究论文,论文对市售的不同品牌13种零添加谷氨酸酱油进行检测,指出4种千禾品牌零添加酱油疑似添加外源谷氨酸而未标注。

对此,千禾味业相关工作人员在接受信息时报记者采访时表示,该论文中所提及的实验数据实际上并非论文作者自己研究得来,文中所引用的研究方法也不是行业所公认,有失偏颇。

“零添加”产品层出不穷

在消费者追求食品天然、健康的当下,食品企业在食品外包装上标注“零添加”等仿佛成为一种新趋势,近几年各类“零添加”产品更是异军突起。记者了解到,除了“零添加”酱油,市面上还有许多其他“零添加”产品,比如“零添加”酸奶、“零添加”果汁等。

记者在天猫上搜索零添加产品,发现产品种类各异,不少产品都直接在其外包装上突出“零添加”的标签与字眼。例如一款名为“维维天山雪网纯牛奶”的产品就在包装上写着“纯牛奶100%牧场奶源零添加”,一款名为“益盐堂零添加海盐”的产品包装也着重突出“零添加”三个字,宣传是来自世界遗产保护区纯净海域,未添加添加剂、碘剂、抗结剂。

盲目追求“零添加”不可取

“不添加色素和防腐剂,天然健康”,消费者李女士在超市购物时看到这样的产品标注,她思考片刻便将该产品放入购物车。因为在她看来,添加剂或多或少会对健康有危害,所以同类产品更偏向于购买零添加的产品。

而消费者林女士则表示,“我觉得如果是那种大品牌的产品上面写着‘零添加’,我会购买。但如果是一些没听过的品牌,就不太会考虑了。”显然,零添加产品已经成为很多消费者选择购买产品的一大要素。

当下号称“零添加”“无添加”的食品越来越多,消费者也开始选择所谓的“零添加”食品。实际上,“不添加”还存在多种可能,比如允许添加而不添加,或者是不允许

2月20日,中国食品工业协会也发布说明称,中国食品工业协会调味品专家委员会组织了该团体标准的主要起草单位及专家,对这篇论文进行了分析、讨论后指出,该论文实验数据程序不规范,实验结果判定缺少依据,不能判定零添加谷氨酸酱油真伪。

鉴于以上原因,作为标准主要起草人钟其顶博士已经给eFood编辑部提出论文结论正确性的质疑,并发出要求该论文在期刊撤稿的函件。

还有专门针对特定人群的“零添加”产品,例如一款山楂片产品在详情页上直接“零添加儿童山楂片”,声称不添加香精、色素和防腐剂。

总体来看,调味品如食盐、酱油、食醋等,标注零添加的产品较多,品牌包括千禾、海天、李锦记、欣和、太太乐等,都已推出相关的产品;酸奶产品也常常使用“零添加”这类字样,包括简爱、骑士、奶赞、青海湖等品牌,在产品标识中也有“零添加”“0添加”等字样。

此外,一些休闲零食产品也有零添加的相关宣传,例如劲仔小鱼就有一个系列的产品标注“0添加防腐剂”,还有诸如坚果、豆干、果脯等零食产品,都有涉及零添加的宣传。

添加而标注不添加,就像酸奶中有些添加糖有些不添加糖,但糖是允许添加的。专家表示,“不添加”或者“零添加”不一定就更好、更安全,这不应该成为宣传的重点。一方面会让消费者认为“零添加”的食品更安全,另一方面可能隐喻其他产品存在“添加”的嫌疑。

以酱油为例,“零添加”并不等于卫生安全。华南理工大学食品科学与工程学院教授李汴生在接受媒体采访时表示,传统土法酿造晒制和浓缩过程长,酱缸容易受污染,从食品安全角度来看可能带来一些不好的影响。而新的酿造工艺,采用完全密封的发酵罐,除了发酵曲霉其他杂菌难以进入,虽然浓缩效应没有自然发酵强,但更卫生安全。

食品添加剂不应被妖魔化

很多零添加产品的核心就在于不添加食品添加剂,但关于食品添加剂,消费者也存在不少误区。

据了解,国内食品添加剂行业有较高的准入门槛,世界其他国家共有5000多种食品添加剂,而我国仅批准生产使用其中的2000多种。而且国家对添加剂的类型、用量都有明确的规定,在生产中有完整的产业流程管控和质量监管,能够确保群众的食物安全。有业内人士指出,国家本来规定可以添加的添加剂,产品上却大写加粗标明未添加,就会对消费者造成误导,认为这些添加剂有害。

对此,国家市场监督管理总局于2019年9月印发了《关于规范使用食品添加剂的指导意见》,旨在规范和约束企业的生产和经营行

为,在充分满足消费者知情权的同时,也让消费者明白,食品添加剂没有“原罪”,消费者应该用一种客观、理性的心态去看待。

天津科技大学食品工程与生物技术学院副教授王浩也表示,食品添加剂是为改善食品色、香、味等品质,以及为防腐、保鲜和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质。只要是合法、适量使用食品添加剂,其加入的种类多少并不影响食品的质量和安

全。另有行业人士指出,食品添加剂的真正危险来自两方面:一是非法添加,即添加国家标准规定外的成分;二是个别企业超标、超范围使用,也会给消费者健康带来威胁。当然,最健康的方式是食用新鲜食品,不过多依赖加工食品。

政策将向“零添加”出手

虽然零添加产品不断涌现,很多人不知道的是,“零添加”这一概念目前尚无规范标准。

去年8月,国家市场监督管理总局对《食品标识监督管理办法(征求意见稿)》进行了修改并再次公开征求意见。征求意见稿中明确提出,对于食品中不含有或者未使用的物质,不得以“不添加”“零添加”“不含有”或类似字样强调不含有或者未使用。不能使用“特供”“特制”“特需”“监制”等词语介绍食品。

据了解,这项要求主要针对市场上一些不法生产者滥用“不添加”“不含”等“不”字样,促使企业进行合法宣传。因为“不添加”仅表明厂家在生产加工产品过程中不添加,但不排除生产原料中含有食品添加剂;还有一些食品并不标

注未添加的具体成分,只是笼统地标注“不添加”,易让消费者以为这是没有任何添加剂的食品。

该法规仍处于公开征求意见阶段。简爱酸奶有关工作人员对信息时报记者表示,公司产品无论包装还是广告,都是经过公司内部、政府以及第三方机构三重审核制定的,如果后续国家有新的法律法规出台,会积极响应,再次对包装等重新审核。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,市场监管总局对于“零添加”概念出台一些细则,是对整个产业端的规范化,同时也在培育消费者的一些习惯,让更多人懂得看产品配料表。因而随着产业端与消费端的升级,零添加这个概念以后基本上是不会存在了。