

# 调查：儿童零食市场现状如何？

5月17日，中国副食流通协会发布国内首份儿童零食团体标准《儿童零食通用要求》（以下简称《通用要求》）。相较普通零食，《通用要求》首次在营养健康和安全性方面进行了系统规定，并从物理安全性、化学安全性、生物安全性方面进行了细致规定。

随着生活水平的提高，家长对于儿童食品越来越重视。那么，当前儿童零食市场现状如何？近日，记者对此进行了调查走访。

## 自制零食标准模糊 多数未标注过敏源

目前，越来越多的家长开始倾向于自制儿童零食。

在一些短视频平台，以“儿童自制零食”为关键词搜索，相关视频高达数千个，相关播量也有几千万。但这些所谓的自制儿童零食并没有统一的标准，制作步骤几乎都是在不放置专门添加剂的前提下，随意添加其认为有助于儿童营养的配料，如牛奶、酸奶、奶酪、盐、糖等。

同时，在某二手商品交易平台，记者发现有大量出售自制儿童零食的链接，比如“自制儿童溶豆”“自制儿童虾片”“自制儿童饼干”“自制儿童水果干”等。不同于一些电商平台，卖家仅需一个账户即可注册，不需任何商家或食品安全监测证书，便可获得过百的销量。

据了解，《通用要求》首次给出了“零食”的定义，即指正餐外，用于补充营养（或平衡营养）、放松悠闲、愉悦心情的食品。同时，针对不同的年龄阶段，确定不同的重点营养素需求。但是，这些要求在实践中却并非易事。

近日，记者在某电商平台输入“儿童零食”后，出现了许多相关产品。按照销量顺位排序，一款名为“儿童夹心海苔脆”的商品位列第一，销量

达到24万+。

根据商品页的详情介绍，这款儿童零食全称为“儿童即食海苔夹心脆海苔宝宝儿童零食罐装”。仔细阅读商品介绍后，记者发现，该产品除了名称上与儿童相关外，其余没有任何特殊食材和要求。

据客服介绍，该产品的配料表为干紫菜、芝麻以及复合调味料等，成人儿童均可食用。店铺中只展示了食品安全管理体系认证证书和原材料进口报关单，并无特殊关于儿童的相关检测报告。

无独有偶，记者随机点开其他高销量的儿童零食产品，大部分均与上述情况相同，甚至配料表中还会出现诸如卡拉胶、柠檬酸、山梨酸钾等添加剂。

在调查中，有少部分电商店铺则选择突出显示“无添加、无色素”等标语。如某家标榜专门制作儿童零食的店铺，在首页重点展示了店长具有育儿师、营养师的专业身份，店铺中所有产品的宣传语都是“为了孩子研发”，无添加剂、无色素、无香精、无添加盐是每样产品的基础。在此之

上，还针对不同宝宝的年龄推出了不同的产品。

受访的业内人士告诉记者，市面上打着儿童零食旗号的产品非常多，其中儿童标准定义模糊，只是为了吸引家长购买，然而大部分食品和成人食品并无区别。

《通用要求》还指出，“强制要求标示过敏源信息，以及醒目标注影响儿童食用过程中安全性的提示”。但在多家电商平台上，多款儿童零食并未清晰标注过敏源信息。

## 零食消费需求旺盛 多数产品含添加剂

一份来自中国儿童产业中心的数据显示，80%的家庭中儿童支出占家庭支出的30%至50%，家庭儿童消费平均为1.7万元至2.55万元，儿童消费市场每年约为3.9万亿元至5.9万亿元。而在儿童的日常消费中，零食是一项重要的支出。

据国家食物与营养咨询委员会副秘书长孙君茂介绍，相较于发达国家，中国儿童零食的消费结构仍处于较为初级的阶段，

市场具有巨大的提升空间。

《通用要求》在儿童零食营养健康及安全性上进行了明确规定。比如，儿童零食所使用油脂不应含有反式脂肪酸，不能使用经辐照处理的原料。此外，还提出了少添加糖、盐、油的规定，并要求规定氯化钠、蔗糖、脂肪的限值。

记者走访重庆沙坪坝区两所小学发现，小学门口通常会开好几家零食商铺。学生放学后，会先奔向街道对面的零食铺，里面大多是辣条、糖果与膨化食品。与超市里的产品不同，这里的零食多采用小包装，价格也十分低廉，每包通常为一元，最贵的也仅1.5元。尽管这些零食没有打上儿童两字，但小学生是其主要受众。

相较于父母为儿童精心挑选零食而言，儿童自行购买零食的要求则简单得多，好看好吃是最重要的标准。记者随机挑选了一包糖果，配料表显示其中添加了大量人工合成色素、甜味剂、增鲜剂、香精香料等。

在超市中，以儿童命名的食品并不多，主要是儿童水饺等面食。零食则更少见，一般为儿童牛奶、儿童奶酪棒、儿童果泥以及儿童饼干。记者随机拿出一袋某品牌的儿童云吞，与一般云吞相比，其配料大致相同，儿童云吞仍含有食用香精、味精等配料，但在价位上却比普通云吞高出一倍。在儿童奶酪棒中，同样含有、卡拉胶、山梨酸、食用香精等食品添加剂。

对此，有业内人士告诉记者，在合理范围内，这些添加剂是允许添加进食物里的，但儿童食品应该添加多少却没有相应规定。因为儿童的身体尚未发育成熟，适应排解能力差，如果过量添加会对儿童身体发育造成危害。

## 缺乏有效监管措施 业内自治值得期待

“儿童零食行业最大的

问题就是生产者、消费者都欠缺营养健康的理念，生产者销售者在无标准的情况下炒概念、贴标签，让消费者跟着广告走。”据中国农业大学食品学院副教授朱毅介绍，《通用要求》属于团体标准而不是国家标准，不是强制实行的，只是一种推荐标准，团体标准出台不等于从此规范有序，“但是总算有了一个规矩，肯定是有积极作用的”。

对于《通用要求》的权威性，中国副食流通协会会长何继红表示，团体标准发布实施后，会对规范儿童零食市场起到积极作用，该协会还将推动团标成为国标。中国人民大学食品安全治理协同创新中心研究员孙娟娟告诉记者，根据《儿童权利公约》，儿童系指18岁以下的任何人。具体到儿童食品，从科学和监管的角度判断，是要求这类食品能够满足儿童，尤其是婴幼儿的饮食需要。

“针对配方奶粉、辅食补充营养品等与儿童相关的食品，都有法律法规和食品安全标准来保障其食品安全和营养安全。”孙娟娟认为，儿童零食更多的是一种营销概念，面向特定消费者推销能满足其不同诉求的食品。

“有需求就有市场，通过团体标准来规范市场的发展，是一种业内自治行为，以便为消费者提供一种客观的尺度来量化自己的需求，并作出相应的知情选择。”孙娟娟说。

朱毅认为，目前对食品安全的监管力度很大，“包括儿童喜欢吃的零食，但依旧缺乏对儿童零食类别有针对性的监管措施”，亟待推出类似婴幼儿奶粉、辅食那样的监管条例，“或者科普先行，让消费者懂得筛选，促使生产者充分考虑消费者的安全与健康”。

（新华网）

# 北京实施休闲农业“十百千万”畅游行动

**本报讯** 近日，记者从北京市农业农村局获悉，为深入推进休闲农业供给侧结构性改革，北京将实施休闲农业“十百千万”畅游行动，即在全市着力打造十余条精品线路、创建百余个美丽休闲乡村、提升千余个休闲农业园区、改造近万家民俗接待户，全面构建覆盖各区、乡村、园区与农户的全要素配套、全方位布局、多层次提升的休闲农业产业体系，提高对农户增收的贡献率、市民对休闲农业的认知率，推动休闲农业高

质量发展。

在具体任务上，将围绕长城文化、大运河文化和西山永定河文化3个文化带，打造市级跨区域休闲农业精品线路，同时鼓励各区结合农业文化遗产、非遗传承、地标产品、“一村一品”等特色产业，打造各具特色的休闲农业精品线路；结合全市美丽乡村建设，打造百余个地方特色突出、产业功能多元、乡村文化浓郁、村容精致独特、精神风貌良好的美丽休闲乡村；提升千余个精品

观光采摘、农业文化遗产、非遗文化体验、教育科普体验、生态体验和康养体验等特色休闲农业园；鼓励支持民俗接待户通过提升接待条件和相关标准，村集体经济组织通过作价回购、统一租赁、农户入股合作等形式整合闲置农宅资源，以及农户利用自有合法宅基地等多种方式，实现改造和发展近万家乡村民宿的目标。

据悉，《北京市休闲农业“十百千万”畅游行动实施意见》日前已由北京

市农业农村局、北京市财政局联合印发。根据《意见》，到2025年，北京市将基本形成布局合理、业态丰富、功能完善、特色鲜明的休闲农业“十百千万”发展格局。在产业规模上，年接待游客达到4000万人次，经营收入达到50亿元。同时，培育一批知名度高、影响力大的休闲农业精品品牌，培养一批有文化、懂技术、会经营的休闲农业新农人，形成一批特色鲜明、经营规范的休闲农业新业态，农民增收提高贡献率。