

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)、放松休闲、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监测报告。

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,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,儿童零食所使用的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,但小学生是其主要的受众。

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。

中国农业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和健康”。

(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。