

食品“零添加”概念愈演愈烈,为规范食品标识的标注,市场监管总局去年7月第二次对《食品标识监督管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》)进行公开征求意见,明确食品标识不得标注“不添加”“零添加”等类似字样。专家认为,《办法》出台在即,无论“零添加”条款是否保留实施,消费者都要正确认识添加剂的作用,“零添加”不代表更健康、更绿色,合理使用添加剂对食品色香味、产品保值更有好处。

合理使用“零添加” 规范食品标识标注亟待解决

新规拟禁标“零添加”

本报讯 目前,我国尚无明文规定直接约束“不添加”“不使用”“未添加”式误导性标注。因此,食品“零添加”“无添加”概念愈演愈烈,各种“零添加”食品充斥市场,成为不少企业标榜健康、高价格的代名词。

近日笔者走访市场发现,“零添加”食品价格比普通食品要高。以调味品为例,海天推出的1.28升“0金标生抽酱油”售价为23.9元,与同品牌同规格的“金标生抽酱油”相比,要贵4元。千禾“零添加醋”1升装售价为9.9元。“0添加酱油”(180天,特级生抽)500毫升装售价达到了15.8元。在京客隆超市定福庄店内,笔者还发现,普通调味品促销活动较少,反而“零添加”产品或许是因为竞争激烈,纷纷在进行打折促销,如海天原售价23.9元的1.28升装“0金标生抽酱油”,折后价为10元。

部分专家认为,“零添加”等字样是对消费者的误导,将食品添加剂“妖魔化”,加剧消费者对添加剂的恐慌,损害了消费者的知情权,利用“零添加”迎合消费者心理,提高价格,还有不正当竞争之嫌,扰乱食品市场竞争秩序。

为规范食品标识的标注,全面落实《食品安全法》《食品安全法实施条例》等法律法规,加强食品标识监督管理,保护消费者和食品生产经营者合法权益,市场监管总局于2019年、2020年就《办法》两次向社会公开征求意见。在2020年第二次征求意见时,《办法》中拟规定,对于食品中不含有或者未使用的物质,食品标识不得标注“不添加”“零添加”“不含有”或类似字样强调不含有或者未使用。

“有添加”不代表不安全

“2019年《办法》第一次征求意见稿中并不存在‘零添加’条款,2020年征求到的主要意见之一就是关于‘零添加’的问题,目前并未有修改的新版本发布。”中国政法大学食品药品研究中心主任王青提出。

事实上,食品中的添加剂越来越受到人们的关注,但“零添加”食品就真的安全吗?

北京友谊医院营养科营养师石正莉表示,食品添加剂的获批和使用是受到严格监管的,允许在食品工业中投入使用的食品添加剂,都经过了严格的安全性评估和测试,而且对这些食品添加剂的允许使用范围和允许残留量都有非常详细的规定。相反,“零添加”食物可能存在一定隐患,比如少了防腐剂,食物更容易变质,进而带来健康风险。尤其是不能一次性吃完的食品,如

果其本身的成分不足以抑制微生物的生长,添加防腐剂是保证食品安全的必要措施。此外,有些标注“不含防腐剂”的食品是通过添加大量盐和糖来实现长期保存的,经常吃这样的食品会对健康造成一定伤害。

肉制品、方便食品中一般都有防腐剂;咸肉、腊肉、板鸭、腊肠中含有抗氧化剂;美味的糕点、饼干、膨化食品中含有膨松剂……是否添加食品添加剂并非判断食品是否安全的唯一标准,某种意义上来说,“纯天然”“零添加”的食品未必就更加健康。北京工商大学食品与健康学院教授曹雁平表示,防腐剂可以抑制食品中的微生物增殖或杀死微生物,从而防止或延缓食物腐败,如果一些食品中不添加防腐剂,无法抑制微生物繁殖,很容易导致食品变质。

食品添加剂≠非法添加物

王青斌认为,要正确认识添加剂的作用,非法添加和滥用食品添加剂的行为需要防范,但不能排斥食品添加剂的合理使用。

食品添加剂是为改善食品品质和色、香、味,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。食品从手工现场制作销售转向大规模工业生产,为了保障在生产、运输、包装过程中食品品质,增加防腐剂等添加剂是必要的手段。

中国工程院院士孙宝国教授在他主编的《躲不开的食品添加剂》一书中写道,我国制作豆腐已经有3000多年的历史,而卤水豆腐里的卤水就是最典型的食品添加剂。

曹雁平介绍说,食品中可能可以做到“零添加”,但是制造的过程中不使用食品添加剂是不可能的。比如,如果牛奶的热杀菌措施完备,而且最后包装密闭效果非常好,可以不添加防腐剂,可是在灌装的过程中,实际上是要经过食品添加剂对包材表面进行杀菌的。虽然没有把食品添加剂直接加到食品中去,但是食品添加剂里有一类叫作加工助剂,用来处理包材。

据统计,我国目前有2000多种食品添加剂,按照不同功能,《食品添加剂使用标准》将它们分为23个类别,其中包含常见的香料、防腐剂、膨松剂、着色剂、抗氧化剂、水分保持剂等。

在专家看来,导致很多消费者认为食品添加剂有害,更多的是来自非法添加物的误导。中国农业大学教授白军飞告诉《中国消费者报》记者,要正确区分非法添加物和食品添加剂。比如之前“三聚氰胺”“孔雀石绿”“苏丹红”“吊白块”“工业明胶”和“硼砂”,这些引发过食品安全事件的非法添加物,并非食品添加剂。(孟刚)

2020年功能性食品 产值超过2700亿

本报讯 10月22日,由江南大学和华熙生物科技股份有限公司主办的“第三届生物活性物—功能食品与肠道皮肤大健康高峰论坛”在山东济南举办。

随着“健康中国”上升为国家战略,功能食品正在对社会、经济、国民健康及生活方式带来革命性影响。作为近年来快速发展的新兴领域,功能食品也成为国内外的研发热点和竞争力“角逐场”。

“功能食品行业作为健康产业的重要组成部分,以及重要的分支,也将享受健康产业发展的政策红利,未来具有广阔的发展空间。”中国生物发酵协会秘书长王洁在发言中表示。

江南大学陈坚教授在发言中表示,近年来,食品技术、生物技术和现代医学等领域的理论、方法、手段发展非常迅速,这些也为我们提升我国功能食品产业、改善国民健康起到了巨大的推动作用。

当前,中国目前的功能性食品市场渗透率只有10%,仍有很大的市场发展空间。数据显示,2020年中国功能性食品产业的产值已超过2700亿,产业近3年平均增速超过15%。

据了解,近年来,促进科技成果转化成为科技界和产业界的重要课题。

对此,华熙生物董事长兼总经理赵燕表示,生物活性物质的研究已经成为助推我国食品产业升级的突破口。当下及未来,企业将做到技术和产业落地“两手抓”,积极借助自身微生物发酵技术平台优势,帮助广大高校科研院所项目孵化、科研成果转化。(中国经济网)

应为“纸螃蟹” 系上法律之绳

□ 王恩奎

近年来,“蟹券”因便于携带、馈赠而产销双旺,却也因兑换难、提货时间长而屡受诟病。发券商家超发、滥发卡券后又低价回购,经销商高价卖券同时又打折收券,只需左手倒右手,让“虚拟蟹”转个圈,发券商家、经销商便赚得盆满钵满,消费者却承担着无蟹可兑的风险。(据10月19日《工人日报》报道)

吃蟹季节也是商家赚钱的黄金季节,一些商家玩起“纸螃蟹”的把戏,进行“蟹券”炒作,吊起消费者的胃口,再通过超发、滥发“蟹券”来套消费者的钱。有的商家出售有效期超长的“蟹券”,号称三年内有效,消费者放心保管好“蟹券”后却遭遇商家跑路。结果,市场上出现了螃蟹提不到、“蟹券”回收生意却火热的怪相,二手商家长期稳定地收购“蟹券”,大赚其钱,消费者高价买“蟹券”,却被商家低价收购。

“纸螃蟹”横行,不仅扰乱了正常的市场经济秩序,也违背了契约精神、加重了社会诚信危机,同时还带来诸多消费纠纷,严重损害了消费者的利益。因此,应给横行的“纸螃蟹”系上“法律之绳”。《消费者权益保护法》第五十三条规定:“经营者以预收款方式提供商品或者服务的,应当按照约定提供。未按照约定提供的,应当按照消费者的要求履行约定或者退回预付款;并应当承担预付款的利息、消费者必须支付的合理费用。”显然,“蟹券”也是一种预付式消费,经营者有义务按照约定向消费者提供螃蟹,在无法提供螃蟹时应当按照“蟹券”的金额退还预付款,并承担相应的利息和合理费用。

对于“蟹券”交易中出现的超发、货不对板、难以兑现等诸多怪相,监管部门应当加大打击力度,对那些通过“纸螃蟹”套钱的不法商家,一旦发现,严厉打击,严格处罚,切实维护消费者的合法权益。