

果汁“零添加”退热 “0糖”赛道迎机遇

果汁成“0添加”重灾区

随着消费者对健康化需求的不断提升,饮料等各类食品标签中,类似“零添加”的用语层出不穷,一段时间内,消费者则误将“零添加”与高品质画上等号。实际上,“零添加”不等于更健康,使用食品添加剂也不等于不安全。

对于目前市场上有哪些饮料产品使用了“0添加”的标识,日前,笔者走访市场发现,此前曾大火的气泡水产品,暂未发现使用“0添加”的情况,但势头正猛的果汁产品却成了“0添加”的重灾区。其中,大润发自营的果汁产品中,红西柚茉莉茶在产品正面标识中带有“0添加防腐剂”的字样,双柚汁产品中,明显标注出“零”的字样,并带有“0防腐剂0甜味剂”的表述,在产品的宣传方面,也提出了“0添加剂”的观点。根据该产品瓶身上的解释,0防腐剂、0甜味剂表示未添加山梨酸钾、甜蜜素、安赛蜜,其含量未检出。

饮料生产企业焦作市米奇食品饮料有限公司出品的水蜜桃复合果汁饮料、橙复合果汁饮料、蓝莓复合果汁饮料、芒果复合果汁饮料瓶身标有“0添加防腐剂”字样;荔枝汁饮料瓶身标有“0添加色素、0添加防腐剂”字样;红苹果果汁饮料产品瓶身标有“0脂肪、0添加防腐剂”字样。在瓶身背面,标有对应“0添加防腐剂、0色素”标识的解释信息。

与米奇食品类似的还有“好巧”品牌的系列产品:砂糖桔红了砂糖桔汁汽水

曾经在饮料行业风靡的“0添加”标签将不能再使用。新修订的《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》(GB 7718-2025)发布后,预包装食品不允许再使用“不添加”“零添加”等用语对食品配料进行强调。

新规发布后,一些饮料品牌需要着手进行包装方面的修改。笔者走访市场发现,冠芳品牌旗下的“山楂树下”、超市品牌大润发自营的双柚汁、菲诺旗下的椰子水、米奇品牌的部分果汁等产品目前存有标注“0添加色素”“0添加防腐剂”等标识,依照新规的规定,在2年过渡期后,不可再继续使用带有此类标识的包装。有饮料企业负责人表示,公司坚决按照相关标准执行,已经推动包装的改动。

(低糖型)产品、荔枝味汽水、香橙味汽水均在瓶身标注了“不添加防腐剂”的字样。在瓶身背后的解释中,“好巧”标注出“本品防腐剂(苯甲酸钠、山梨酸钾)含量未检出。”天津冠芳可乐饮料有限公司旗下的“山楂树下”,在一款山楂果汁产品上标注了“不添加蔗糖”的字样,同时在产品名称中标注“60%山楂果汁果肉饮料(混合型)不添加蔗糖”,另外两款“山楂果汁果肉饮料(混合型)”“山楂果汁饮料(混合型)”产品瓶身,均显示“0防腐剂、0香精、0添加色素”。

除果汁类产品,饮料品牌“可可满分”旗下的竹蔗茅根水产品,瓶身上显示“0脂肪、0防腐剂、0咖啡因”,产品标签页面,对“0防腐剂”的解释为苯甲酸钠的含量为0g/kg,山梨酸钾的含量为0g/kg。对“0咖啡因”则解释为咖啡因含量为0g/kg。

一位做水果饮料的企业负责人表示,之前标注这些“零添加”,主要是体现产品

的健康属性。目前新政出台后,公司也在研究相关条例,在2年过渡期内,推动包装方面的改正。

0糖饮料不涉及

2018年元气森林推出无糖气泡水并迅速爆红,用代糖代替白砂糖的汽水产品类迎来发展契机。开启风味气泡水行业0糖0卡健康化浪潮,加之可口可乐、百事可乐、农夫山泉等各大厂商入局,推动行业进入快速扩容阶段。

有业内人士称,通过标准禁止预包装食品使用“零添加”“不添加”,可以促使生产者把提升产品品质的注意力集中到改进工艺、创新产品的路径上,而不是停留在标签宣传、设计上做文章。

此次发布的新政,是否影响饮料产品标注“0糖”?

专家表示,饮料行业的0糖表述,是

不受影响的。“0脂”“0糖”等标注属于另外一种情况。脂肪和糖属于营养成分,在《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》(GB 28050-2025)中有明确规定。不同食品可以根据营养素含量的特点使用含量声称,如低脂、低糖、无糖等。

笔者走访发现,目前打造健康化方向的企业,“0糖”依旧是主攻方向。元气森林的气泡水、可口可乐的无糖可乐等,由于使用了代糖,因此可以标注“0糖”。但值得注意的是一些商家将“0糖”概念偷换成“0蔗糖”。事实上,“0蔗糖”只是没有添加蔗糖,并不代表该食品不含葡萄糖、麦芽糖、果糖等其他糖类。“0糖”和“0蔗糖”表示的含糖成分、含糖量截然不同,有着本质的区别。

有业内人士称,相关法规并未禁止“0糖0脂0卡”标识。新版食品安全国家标准禁止使用“不添加”“零添加”等用语,主要是为了防止企业通过模糊宣传误导消费者。

科信食品与健康信息交流中心主任钟凯表示,实际上标准禁止的更主要是针对食品添加剂、农残重金属等可能造成误导的“0”,对于另有规定的“0”并无影响。

无糖饮料依旧是行业发展方向。此前在中国饮料工业协会2024年年会上,协会理事长张金泽表示,越来越多的饮料行业企业将健康理念深度融入产品研发与生产,不断推出低糖、无糖、富含维生素和矿物质及各类有益成分的创新饮品。

(王子扬)

广告



贵州贵酒 封藏酒

— 以时光 酿珍贵 —





中康一品实业有限公司

服务热线: 400-800-2692

销售电话: 010-83362960

