禁用“零添加” 净化“市场圈”

艾才国

日前，国家卫生健康委与国家市场监督管理总局联合发布50项食品安全国家标准及9项标准修改单，其中明确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。目前，新国标发布近三个月，安庆市场情况如何？连日来，记者进行了走访调查。

（《安庆晚报》6月26日）

资料图片。

“零添加”标识禁令发布近三个月了，我市市场上“零添加”标签商品仍存在，原因是新国标设置了2年过渡期，2027年3月16日前生产的库存商品仍可按旧标准销售至保质期结束，此后的所有产品必须全面执行新国标。

近年来，一些食品企业为了迎合消费者对“纯天然”“无公害”等追求，纷纷推出“0蔗糖”“0色素”“0防腐剂”等产品，这实则是一种营销噱头，它加剧了商家与消费者之间的信息不对称，严重损害了消费者的知情权，让消费者误以为只要是“零添加”食品就可以随便吃，而忽略了食品标签上营养成分表、配料表等更重要的信息，对健康造成影响。更有甚者，少数企业过度依赖“零添加”宣传营销，而不专注于产品品质提升，从而影响整个行业的创新动力……实际上，绝对“零添加”根本不存在，相反，在食品工业快速发展的当下，食品添加剂在保障食品安全中发挥着不可或缺的作用，只要获批并按标准规范使用，其安全性是有保证的，广大消费者大可不必谈“添”色变。

这一次，国家断然出手，对“零添加”标识坚决说“不”，迈出的是食品安全治理从“概念纠偏”走向“科学监管”的关键一步，如果说此前监管更多地集中在对虚假宣传的事后处罚，那么此次新国标的突破之处在于通过前置化标准设计，在制度源头重构市场秩序，有力有效净化“市场圈”，守护大众“舌尖安全”。

当然，标准的生命力在于执行。接下来要构建起政府监管、企业自律、社会监督的三维共治格局，推动标准落地见效。监管部门要以“零容忍”态度强化常态化执法；食品企业要建立起严密合规的管理体系，让标准意识成为企业发展的“基因密码”；广大消费者要学会科学解读食品标签，用“雪亮的眼睛”和理性的选择，倒逼企业规范生产经营……大家一起努力，营造风清气正、安全放心的食品市场环境。

让食品标签说“真话”监管下“真功”

孙维国

“零添加”并不等于“零成分”，更不等于“零风险”。现实中，一些企业在产品中使用替代性添加剂，却以“零添加”为名进行宣传，造成事实与标签不符、成分与认知错位的现象。这种营销策略虽然满足了部分消费者的心理预期，却严重背离了食品信息透明和真实标识的原则，其结果是让“零添加”成为“模糊承诺”的代名词。

“零添加”三个字看似简单，实则事关消费者的认知权、公平交易权和健康安全权。长期以来，一些企业为迎合消费者“吃得健康”的心理预期，在产品包装上大打“零添加”旗号，有的写“0糖”，却添加了果糖；有的称“0防腐剂”，却存在替代性添加物。这种“文字游戏”，不仅误导了公众对食品信息的基本理解，也混淆了消费者对于“天然”“健康”的认知边界。

“零添加”之所以一度盛行，本质上是消费焦虑与信息不对称共同催生的“伪安心”。一方面，消费者对食品安全高度敏感，倾向于选择“更干净”的选项；另一方面，企业在缺乏监管细则和统一标准的情况下，将“零添加”泛化、滥用，甚至包装出“添加但不标”“换词不换料”的营销套路，使消费者在不知不觉中被引导了判断。

这背后反映的不仅是标签语言的规范问题，更是消费市场诚信体系的警示。一旦消费者发现“零添加”实为“障眼法”，不仅对品牌形象造成伤害，也将损害整个行业的信誉。

新国标以制度刚性回应消费关切，为食品行业划出更清晰的“红线”。其意义不仅在于整治“零添加”标签的滥用，更在于推动行业全面回归“以真实取信消费者”的理性轨道。新规施行设有两年过渡期，既体现出制度设计的温度与可操作性，也要求各方主动作为，把握窗口期、整改再升级。

让食品标签说“真话”，监管要下“真功”。对监管而言，要以“标签革命”带动“治理升级”，从制度执行、市场巡查到违规惩治，形成闭环监管。要强化对虚假宣传、误导性标识的监测执法，尤其对网络电商平台上的“零添加”标签产品，建立线上线下联动、溯源倒查的监管机制，让虚假“零添加”真正从市场中“清零”。

对企业而言，更应正视产品背后的诚信命题。应把过渡期视为转型期，主动剥离“标签依赖症”，以真实配料、清晰标注和优质内容赢得市场。长期来看，遵循标准、强化自律，不仅是市场规范的要求，更是品牌可持续发展的根基。

对消费者而言，也要提升“标签素养”，不被概念牵着鼻子走。要逐步建立起基于成分表、营养标签的科学判断体系，不再唯“零添加”是举。唯有消费认知与监管合力齐发，才能真正形成“理性消费—诚信供给—有序监管”的市场共生格局。

“零添加”不是任意标注的营销口号，而是以事实为基础、经得起检验的科学用语。让标签回归本真，让安全成为底线，让规范成为共识，这是食品产业高质量发展的应有之义。清除“零添加”的虚假泡沫，不只是一次标签革命，更是一场消费环境的净化工程。

禁用“零添加”标识是一种必要纠偏

井夫

眼下，许多商场、超市的一些食品包装上，消费者经常会看见“不添加”“零添加”等标注，这让消费者以为这样的食品很安全、很绿色，因而便很放心、很满意地购买。

但这些标注了“不添加”“零添加”等字样的食品真的很安全、很绿色、很放心吗？其实不然。据了解，一些厂家、商家之所以在食品包装上标注“不添加”“零添加”等字样，其目的就是为了吸睛和抬价，一方面让消费者误以为这类食品环保、绿色、安全，另一方面通过给食品“标注”可以名正言顺地抬高销售价格。可谓是一举两得、一举双赢。

可事实上，这类标注了“不添加”“零添加”等字样的食品，除了价格奇高之外，有的食品就是添加了防腐剂，甚至有的在食品中还添加了有害防腐剂。但为了好卖、价高，厂家、商家还是违心地给食品标注了“不添加”“零添加”等标识。可见，一些食品虽然有“不添加”“零添加”等标注，其实也存有忽悠、欺骗消费者之嫌，更存有食品安全问题。

此前，国家卫生健康委、市场监管总局明确提出不允许再使用“不添加”“零添加”等用语，这无疑是对食品标识乱标注行为的一种规范和必要纠偏。一方面，有了零添加“禁用令”，厂家、商家就不能随意乱标注，厂家、商家忽悠、欺骗消费者的伎俩也就没了市场；另一方面，有了零添加“禁用令”，消费者就不会轻易、盲目地抢购，而是要睁大眼睛仔细查看之后再决定是否选购。同时，更为重要的是，有了零添加“禁用令”，消费者“舌尖上的安全”也更有保障了。可见，发布零添加“禁用令”，及时而必要。

当然，除了发布零添加“禁用令”之外，监管、执法等相关职能部门还应加大监管查处力度，防止一些无良厂家和商家利用“障眼法”偷偷地在食品中添加有害防腐剂、添加剂，严重损害消费者的生命健康权益。只有零添加“禁用令”和监管执法双管齐下，才能既保障食品安全，又守护消费者的“舌尖安全”。