



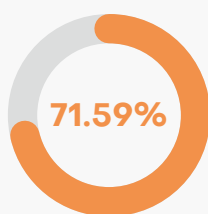
2023 中国消费者 食品添加剂认知调查报告



科信食品与健康信息交流中心
China Food Information Center

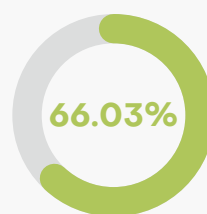


主要结果



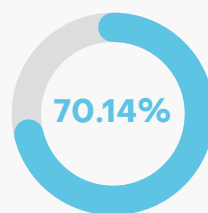
71.59%消费者认为
“长期从食品中摄入多种食品添
加剂有害健康”

01



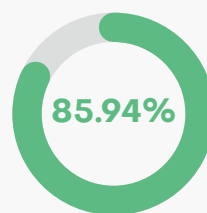
66.03%消费者认为
“0添加”、“0防腐剂”食品更安全

02



70.14%消费者认为
“天然来源的食品添加剂比
人工合成的更安全”

03



85.94%消费者认为
“瘦肉精和/或三聚氰胺属于
食品添加剂”

04



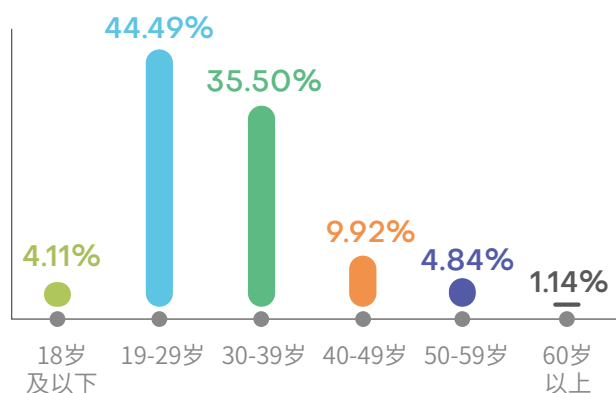
食品添加剂的使用由来已久,伴随着现代食品加工工艺的改进和食品工业的发展,食品添加剂的研发和使用也取得了长足的进步,对食品工业的发展起到了积极的推动作用。

为了解公众对食品添加剂的认知情况,科信食品与健康信息交流中心发起“中国消费者食品添加剂认知调查”,通过线上随机问卷形式,调研了我国5284位消费者,覆盖年龄段从18岁以下至60岁以上,男女比例约为1:1。

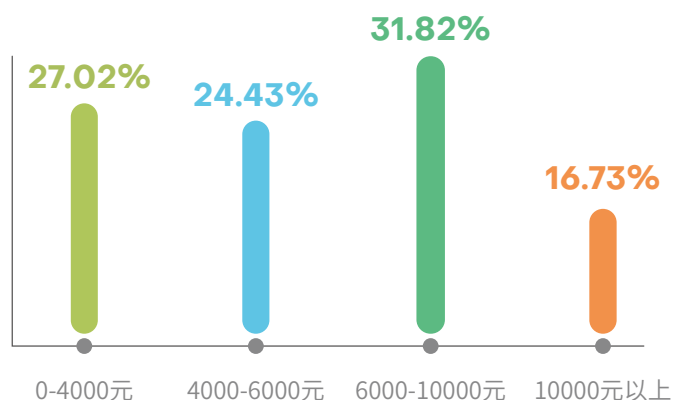
消费者画像



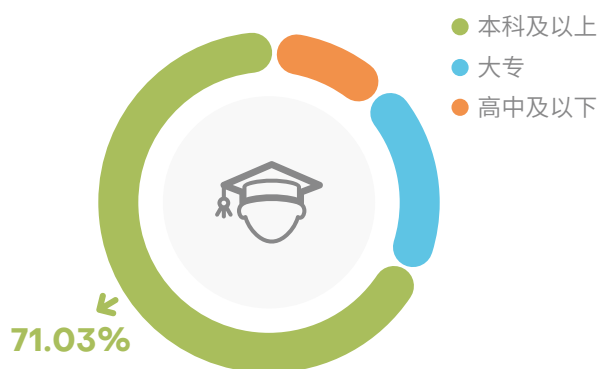
性别比例



消费者所处年龄段



消费者月收入分布



消费者学历分布

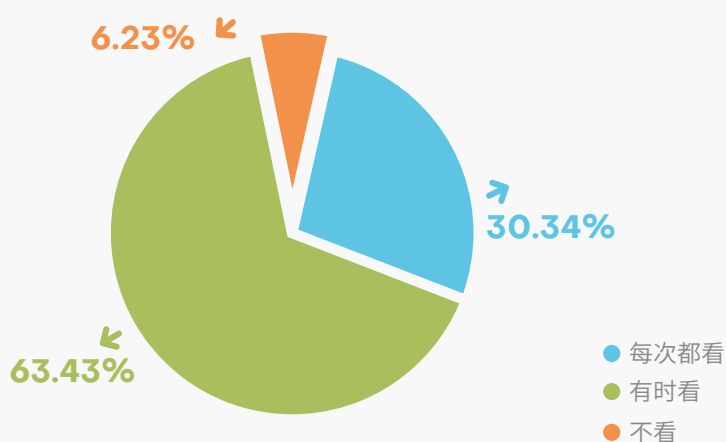
主要调查结果

消费者非常关注配料表

93.77%

消费者在购买食品时会查看配料表

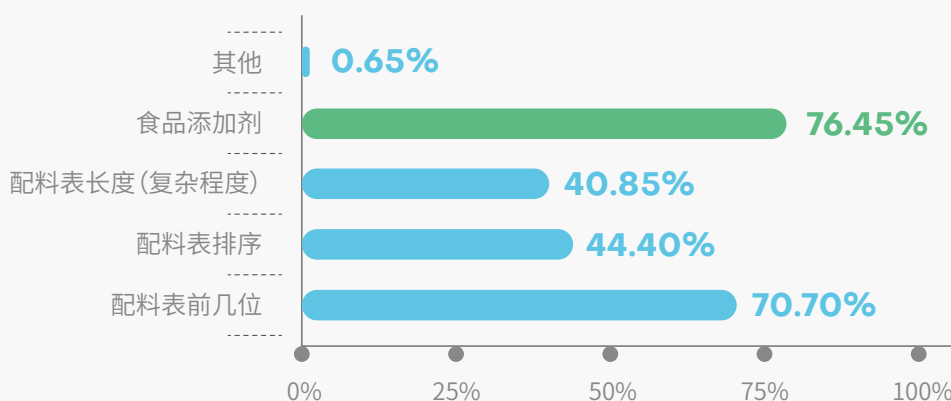
在购买食品时, 您是否查看配料表?



76.45%

消费者关注配料表中
食品添加剂

您主要关注配料表的哪些信息?



70.70%

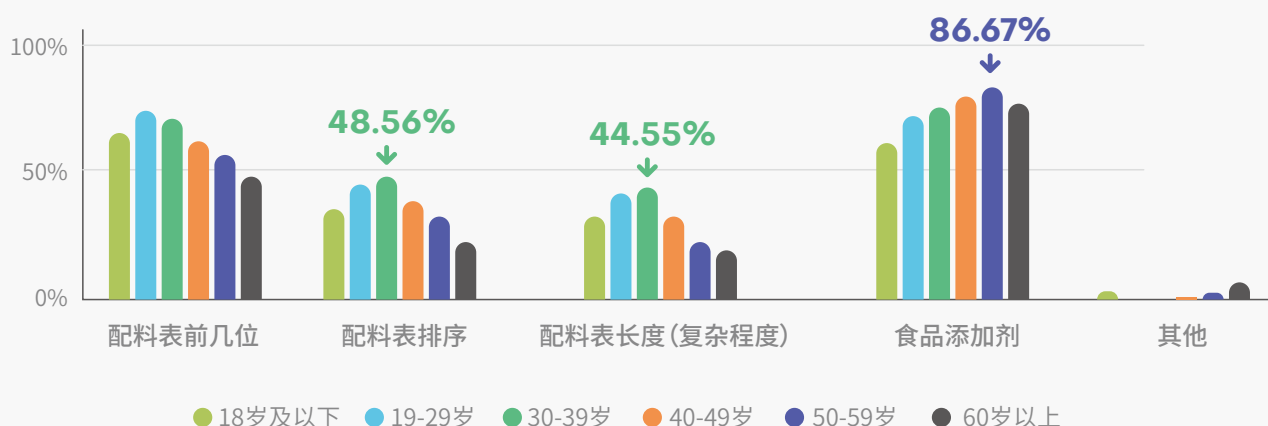
消费者关心
“配料表前几位”

50-59岁

消费者最关注
食品添加剂
86.67%

最关注“配料表长度(复杂程度)”
和“配料表排序”的均为 30-39 岁
消费者,在各年龄段占比最高
(44.55%、48.56%)

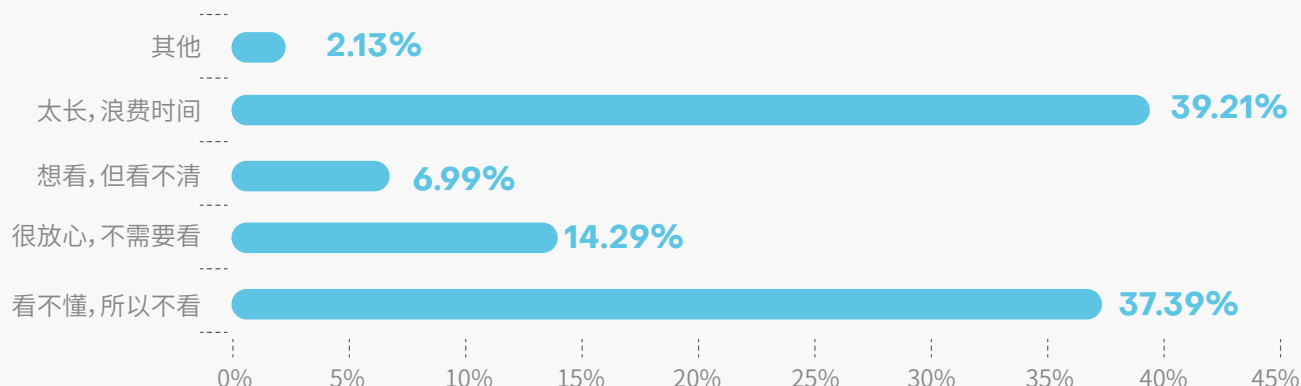
消费者年龄段及其关注的配料表信息



80%

因为“看不懂”、“太长,浪费时间”

为什么不看配料表?



主要调查结果

仅12%消费者对食品添加剂持正面态度

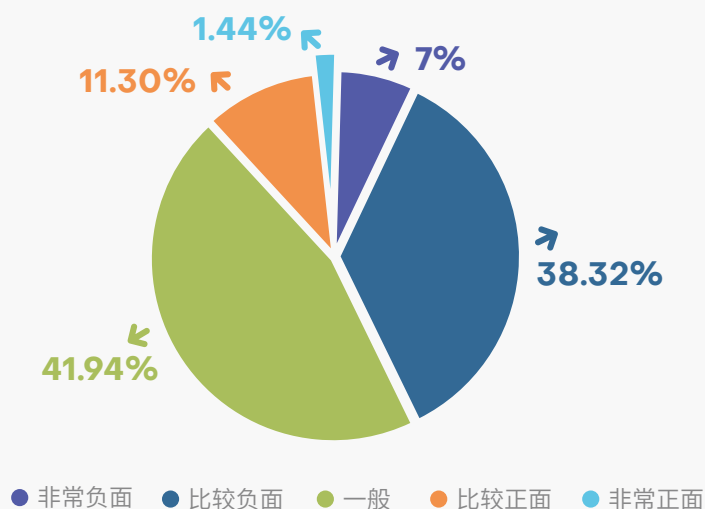
在所有消费者中，

45.32%

对食品添加剂表示印象
比较负面或非常负面

表达负面印象的消费者中，76.49%在购
买食品时关注配料表中的食品添加剂

您对食品添加剂的整体印象是？



最担忧的食品添加剂是防腐剂、色素、香精

消费者最担忧的食品添加剂是

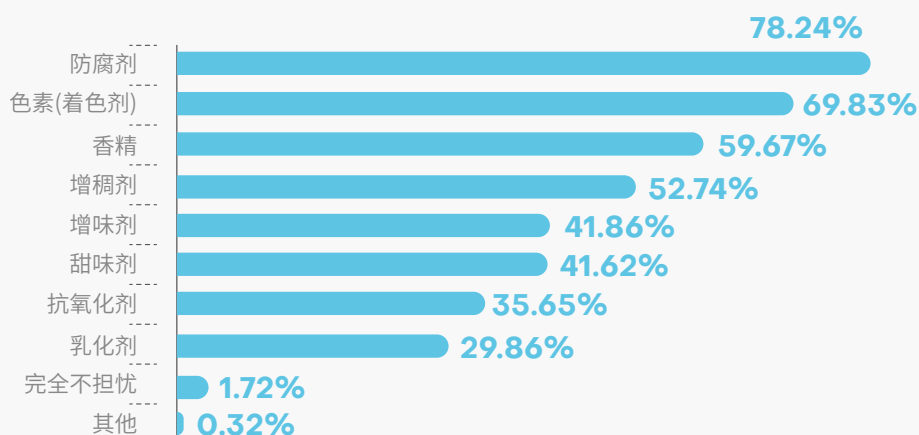
78.24%-防腐剂

69.83%-着色剂

59.67%-香精

表示对食品添加剂完全不担
忧的消费者仅占比1.72%

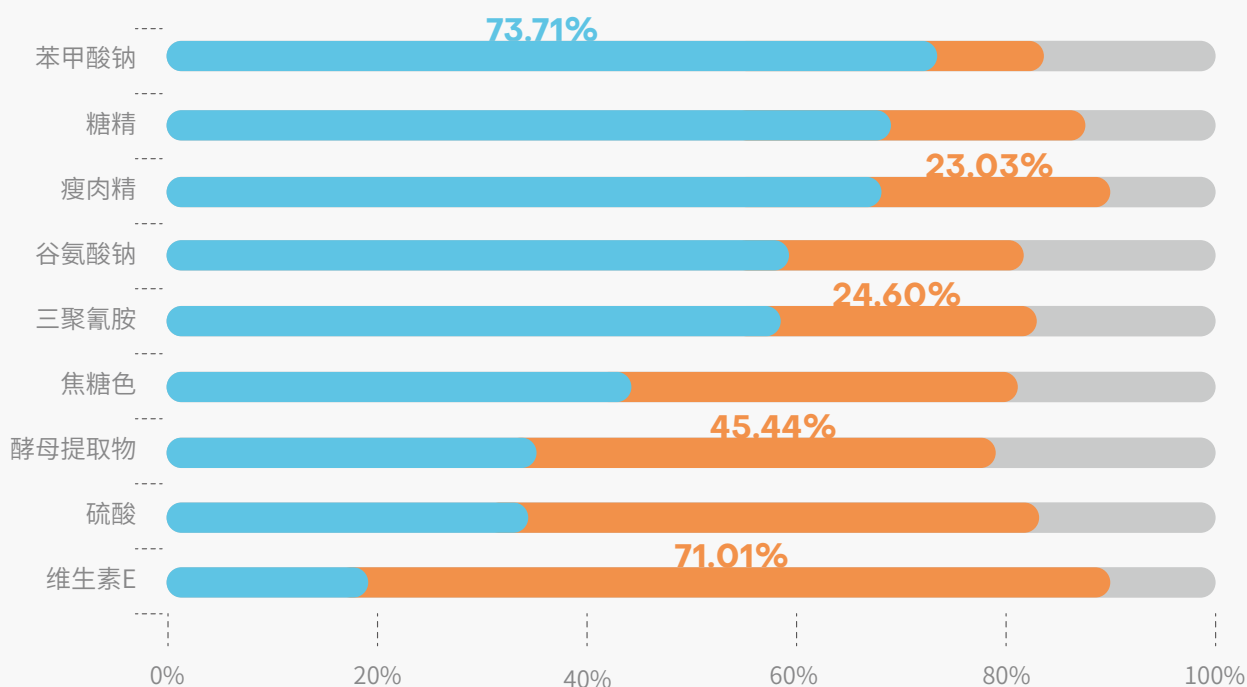
下列添加剂，您主要担忧的是？



大部分消费者无法识别典型的非法添加物

以下物质是食品添加剂吗？

● 是 ● 否 ● 不知道



85.94%

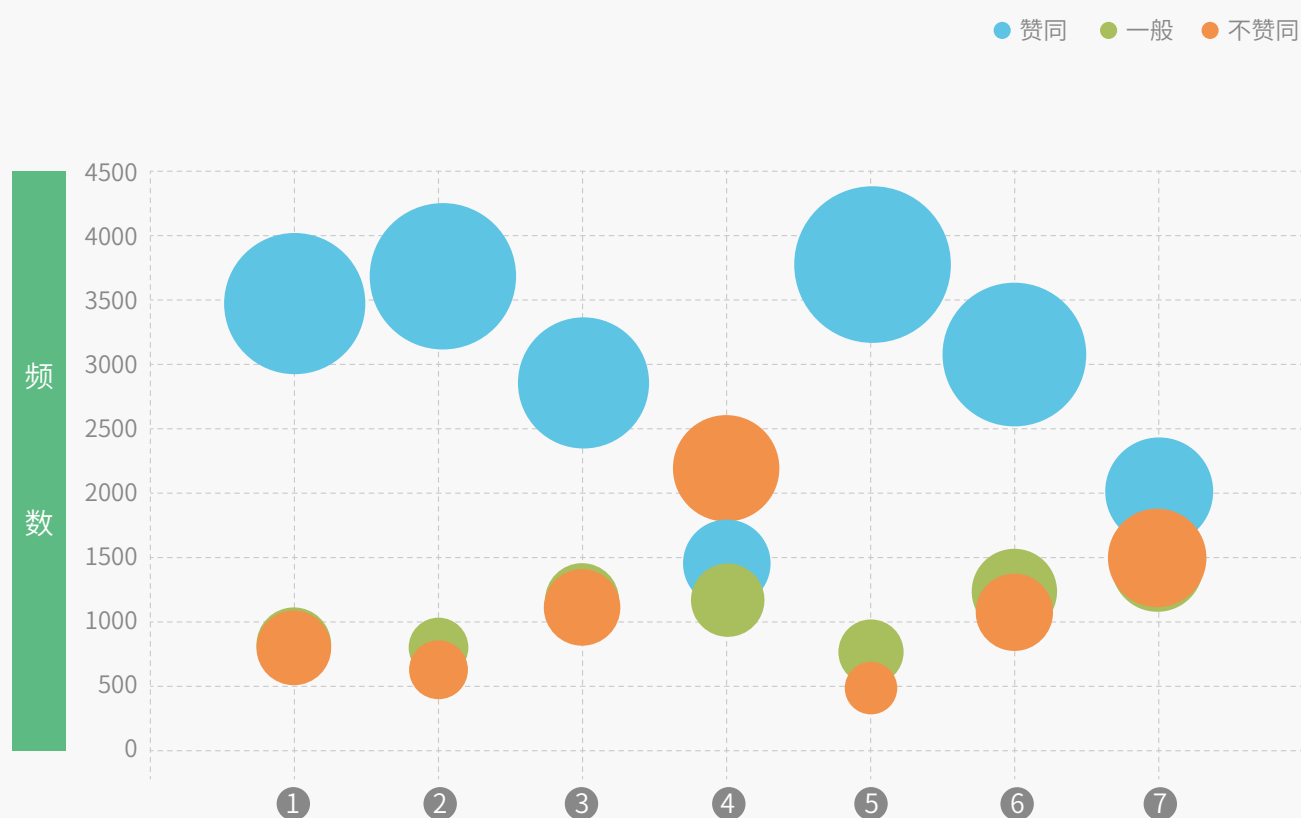
消费者认为瘦肉精和/或
三聚氰胺是食品添加剂

了解苯甲酸钠属于食品添加剂的
消费者占比最高,为:

71.71%

主要调查结果

以下观点,您认同吗?



*气泡越大,表示选择人数越多

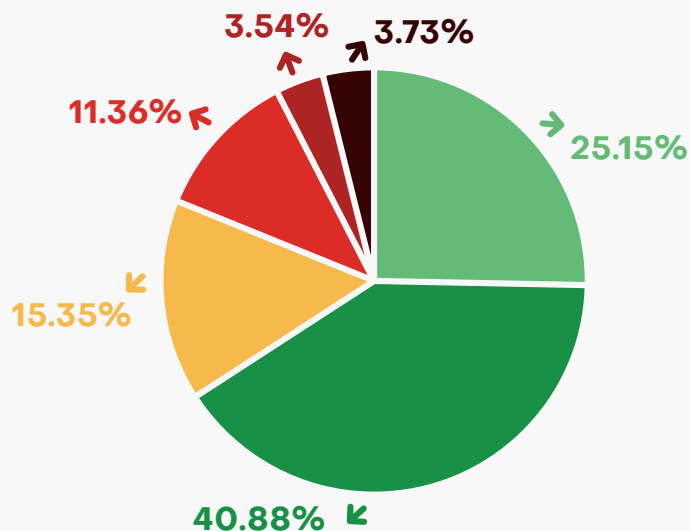
- ① “0添加”、“0防腐剂”食品更安全
- ② 天然来源的食品添加剂比人工合成的更安全
- ③ 同类产品,配料表越短越好(添加剂种类少)
- ④ 外国人吃的食品添加剂比中国人少
- ⑤ 长期从食品中摄入多种食品添加剂有害健康
- ⑥ 合理使用食品添加剂可以让食品更安全
- ⑦ 有些食品添加剂能提高食品的营养价值

主要调查结果

66.03%

消费者认为
“0添加”、“0防腐剂”食品
更安全

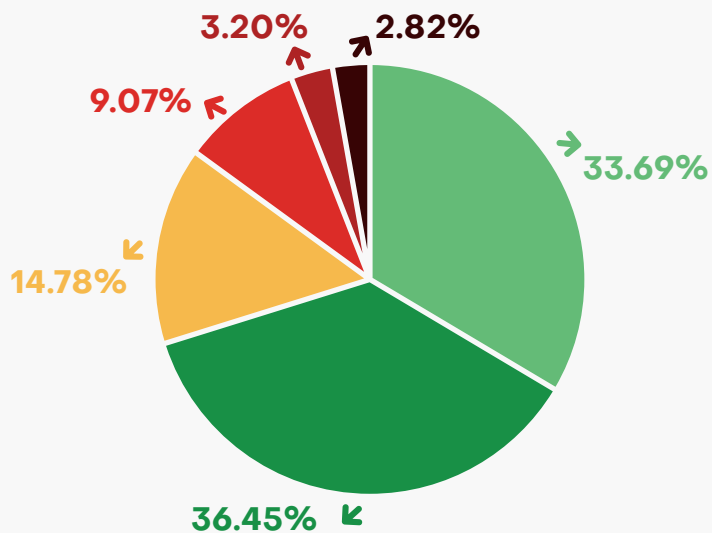
● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清



70.14%

消费者认为
“天然来源的食品添加剂比
人工合成的更安全”

● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清

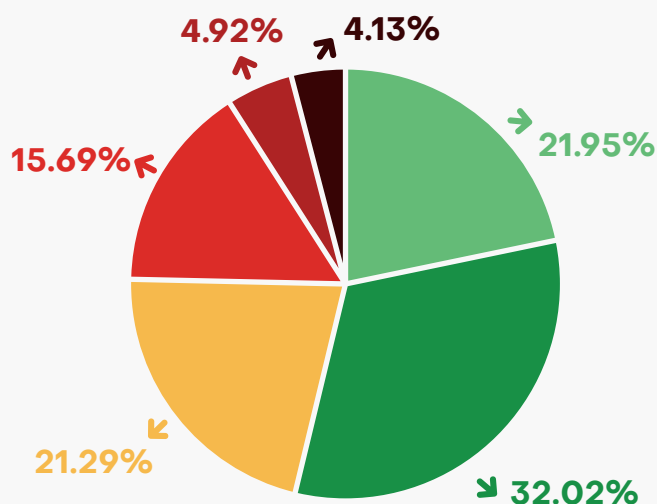


主要调查结果

53.97%

消费者认为
“同类产品，配料表越短越好
(添加剂种类少)”

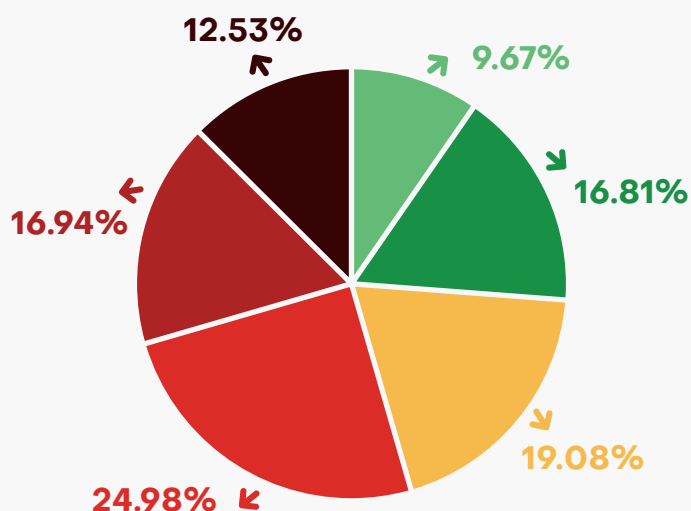
● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清



26.48%

消费者认为
“内外有别”

● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清

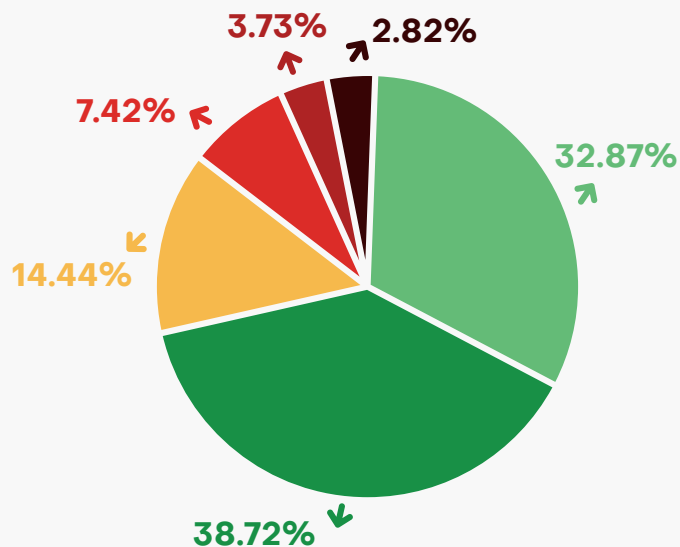


主要调查结果

71.59%

消费者认为
“长期从食品中摄入多种食品
添加剂有害健康”

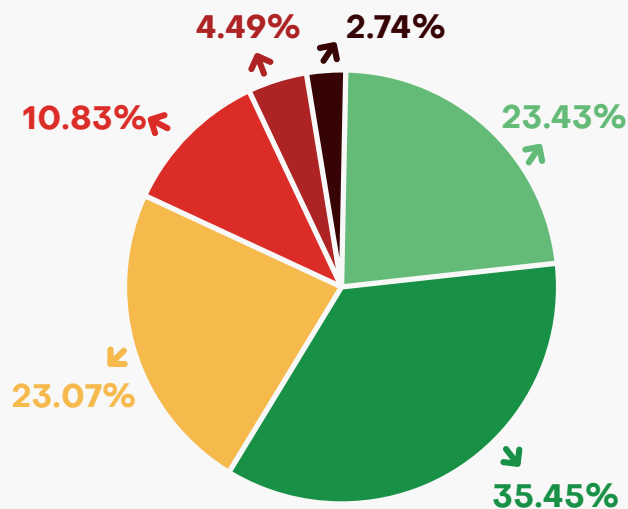
● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清



58.88%

消费者认为
“合理使用食品添加剂可以
让食品更安全”

● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清

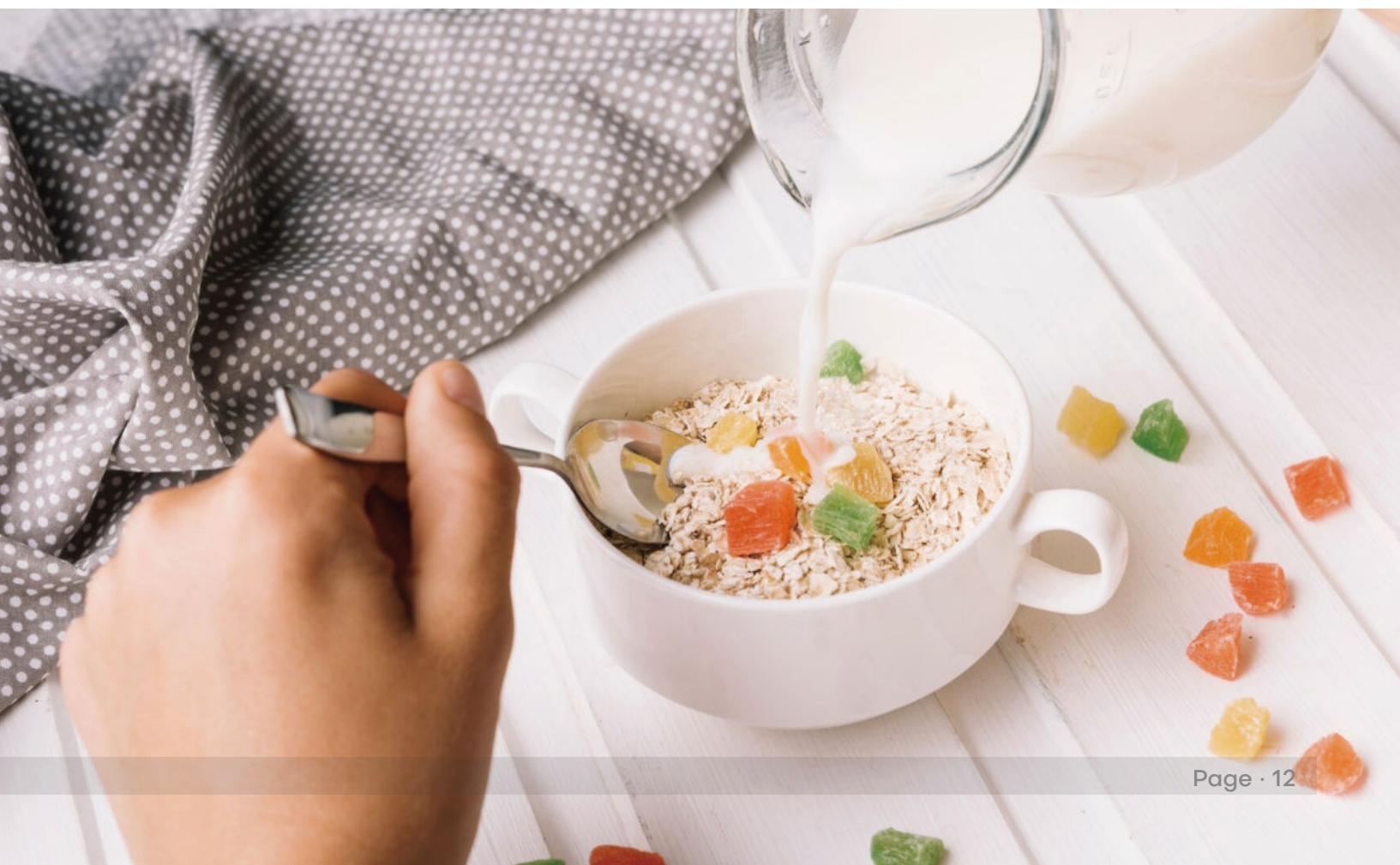
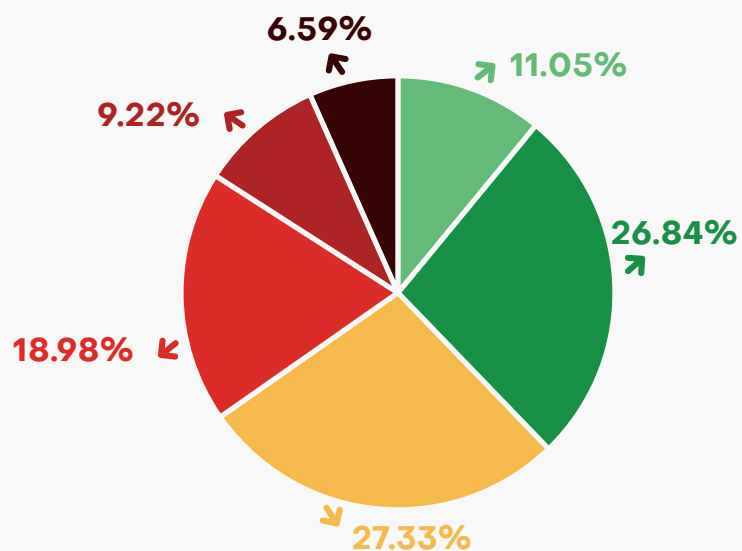


主要调查结果

37.89%

消费者认同
“有些食品添加剂能提高食品
的营养价值”

● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清





建议

加强食品安全 科普教育



消费者的食品安全认知水平是扭转食品添加剂“妖魔化”现象的关键。监管部门、技术机构、媒体及企业等应加强相关科普宣传,提高公众的认知水平和科学素养,帮助他们正确认识食品添加剂的作用和安全性。同时,进一步加强传播策略研究,让科学知识和理念真正做到“入耳入心”。

加强行业自律 避免不正当竞争



食品企业应该自觉履行社会责任,加强自律行为,确保食品添加剂的合理使用,注重产品质量和安全性,提供准确的产品信息,避免误导消费者。同时,避免不正当竞争,如不以“不含防腐剂”、“零添加”等作为产品卖点,避免打击消费者信心。

加大对不实信 息、谣言的处理



媒体及平台在食品安全科普中扮演着重要角色,应加强对谣言的甄别和辟除,避免过度渲染和误导消费者,重点针对电视健康养生类节目、广告,各类互联网平台开展专项行动,对已经播出、发布的相关不实内容及时处理。

2023

中国消费者食品添加剂 认知调查报告

2023
中国消费者食品添加剂
认知调查报告

2023 中国消费者 食品添加剂认知调查报告

图片来源

<https://www.foodiesfeed.com>

<https://www.pexels.com>