

新加坡实施饮料分级制度 限制糖类摄入成关键

本报记者 孙吉正 北京报道

日前，新加坡对饮料的健康分级制度在国内互联网登上“热搜”，引发网民热议该制度以及未来我国是否会有相应制度的出台。

早在2022年，新加坡开始全面实施含糖饮料分级制，用类似“红绿灯”的标识，把饮料分成分为A、

含糖量成主要判断指标

实际上,很多国家已开始对以软饮料为代表的含糖食品征税,或采取其他干预措施。

根据外媒报道，新加坡的饮料制度依据是新加坡政府在2021年12月30日发布的《食品条例（第2号修正案）》（以下简称《条例》）。该条例将新加坡零售市场上的预包装饮料根据含糖量和饱和脂肪量的高低分为A、B、C、D四个级别。

据悉，糖尿病在新加坡是一个严重的健康问题，如果不采取任何措施，到2050年，新加坡糖尿病居民人数预计将达到100万，这个数字接近新加坡总人口的五分之一。为进一步遏制糖尿病的发展，新加坡政府要求在新加坡零售的含较高糖分和反式脂肪的预包装饮料，必须贴上标签，并禁止发布相关的广告。

据了解，A级的饮品最健康；B级的饮品较为健康，厂家可自愿标注；C级饮料不健康；D级饮料最不健康，厂家必须标注。例如，传统含糖可乐按照新加坡的标准属于D类饮料，按照《条例》要求，禁止其相关产品在新加坡进行广告宣传。

实际上，很多国家已开始对以软饮料为代表的含糖食品征税，或采取其他干预措施，包括英国、墨西哥、美国、南非在内的40多个国家，这也就是所谓的“糖税”。世界卫生组织(WHO)呼吁各国对含糖饮料征收含糖饮料税，主要是为了控制含糖食品的消费和防止肥胖，这不仅对各国的医疗保险起到节约的作用，收取的糖税还可以用于改善公众健康。

“欧美西方国家以及新加坡之所以对相关产品进行严格管

B、C、D等级。通俗来讲，同等重量下，含糖量与含饱和脂肪越高的饮料，等级越低。如果没有特殊情况，D级的饮料甚至不能打广告。能够获得A级主要产品集中在矿泉水、苏打水等产品。

业内相关人士向《中国经营报》记者表示，目前包括新加坡及部分西方国家均使用评价性的

束，主要还是由于过度摄入糖类带来的相关疾病问题已经愈发明显。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示。

中国税务学会刊登文章指出，含糖饮料税虽然为美国带来了可观的财政收入，但从实施的效果来看，征税前后，美国的肥胖率和减重比率并没有太显著的变化，结合相关数据分析和报道，笔者认为，征税地区含糖饮料消费量减少的同时，果汁饮料和全脂牛奶的消费量显著增加，虽然不能完全说明其他饮品与含糖饮料之间有必然的替代关系，但侧面佐证了消费者从饮料中摄入的总能量并未降低太多，这或许也是肥胖率等健康问题没有得到有效抑制的原因之一。

值得注意的是，按照新加坡的《条例》显示，常见的全脂肪牛奶也被归为C级饮料，主要还是因为饱和脂肪含量。《条例》中明确脂肪量为主要的评判标准之一。

“新加坡的评级标准，主要还是在于让消费者明确和知晓饮料中糖的含量，提醒消费者对于自身的糖类、脂肪的摄取量，但这并不代表需要完全舍弃糖类、脂肪类的摄取，糖类、脂肪依旧是人体所需的重要物质，因此不同的人群需要根据自身情况饮用各类饮料。”科信食品与营养信息交流中心副主任钟凯告诉记者。

钟凯表示，新加坡的healthier choic，北欧的Keyhole，南美的warning label，还有法国的Nutri-Score，澳新的Health Star Rating等，都属于评价型FOP（包装正面标

FOP（包装正面标识），主要目的是帮助消费者更直观地了解食品的营养属性，指导合理选择。相关饮料分级实际上是进一步放大了消费者的知情权，但并不意味着该类食品饮料会直接影响消费者身体健康。在此方面，值得国内相关部门和协会借鉴，可以避免类似虚假宣传的问题出现。

识），主要目的是帮助消费者更直观地了解食品的营养属性，指导合理选择，其同类产品例如碳酸饮料等可以作为评价和选择标准，但跨种类的饮品之间很难做比较，例如无糖可乐属于B、半脱脂奶属于C，这种比较就毫无意义，只会让消费者迷惑。

在我国，根据国家卫健委发布的指导文件，人均每日糖摄入量最好少于25克，最多不要超过50克。但中国工程院院士陈君石在论坛上表示：“含糖的碳酸饮料差不多是100毫升的水含10克的糖，喝一罐300毫升饮料就是30克的糖。”其他专家也纷纷呼吁，饮料企业减糖行动迫在眉睫，每个消费者也应该强化减糖的饮食观念。

实际上，国内相关部门也针对上述问题出台了文件。2021年9月国家卫健委对外发布的《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》（征求意见稿），已经把含糖量和饱和脂肪酸列为强制性标识项目。

虽然目前国内外的饮品都标明饮品内的配料表，但很难引起大部分消费者的注意，新加坡的分级制度将配料表进一步放大，让消费者可以更直观地了解自己所选择饮品。

“新加坡分级制度的初衷并不是打压含糖饮料的企业，而是为了进一步扩大消费者的知情权，提醒消费者为自己的健康负责，这也符合目前饮料发展的趋势和潮流，即向健康饮品的方向发展。”朱丹蓬说。



元气森林的迅速崛起，带动各大品牌竞争争夺“0糖”市场。

视觉中国/图

低糖和代糖的潮流

目前,代糖类产品主要集中在两类,主要分为赤藓糖醇和阿斯巴甜。

近年来，随着消费者健康诉求提升，对糖摄入量愈发谨慎，饮料消费正由传统的含糖碳酸饮料、茶饮料、果汁饮料转向“0糖”饮料。《减糖白皮书》援引数据显示，“0糖”饮料市场占有率有望从2019年的2.85%升至2021年的4.07%。

“0糖”饮料风潮最亮眼的案例当属元气森林的迅速崛起。在其带动下，各大饮料品牌都在争相推出“0糖”产品。其中，仅无糖气泡水这类新品就不下数十种。伴随着元气森林带动的风潮，全国各个城市陆续出现各种0糖、低糖饮品。

2014年3月，世界卫生组织就糖摄入量指南草案公开征询意见，建议成人每天糖摄入量应控制在当日摄入总能量的5%，约25克左右。2019年，国家卫健委发布的《健康中国行动计划（2019—2030年）》提倡，人们每日添加糖摄入量不高于25克，同时提倡消费者甜味剂代替蔗糖生产的食品和饮料。

目前，根据世界卫生组织报告，代糖类产品按照其能否提供能量，大体分为营养性代糖和非

营养性代糖两类。其中，营养性代糖主要以糖醇为主，糖醇类代糖一般从谷物、植物中提取，在催化剂的作用下与氢气反应得到，类似的还有山梨糖醇、麦芽糖醇等。比起完全化学合成的代糖，糖醇显得相对“天然”。目前，在饮料产品中，糖醇使用较为广泛，尤其是赤藓糖醇被很多无糖饮料选择使用。

非营养性代糖则在饮料行业使用较为广泛，其中包括了天然代糖、人工甜味剂。应用广泛的人工甜味剂有阿斯巴甜、三氯蔗糖、安赛蜜、纽甜、爱德万甜等。其实人为合成并不代表这类代糖会对人体产生比上述两种甜味剂更多的负面影响。常见的天然代糖包括甜菊糖、罗汉果甜苷、甘草甜素等，它们无法被人体代谢，也因此没有任何热量，但天然代糖由于组成成分较为复杂，因此口感上差异较大，例如可口可乐曾推出甜菊糖可乐，很快又下架了此类产品。

华东理工大学食品科学与工程系教授刘少伟表示，“舆论并不会改变代糖业本身的走势。目前

的趋势是人工合成代糖正在被天然代糖所替代，但出于成本等因素考虑，不可能完全替代。”

公开资料显示，越来越多的饮料企业开始用代糖来替代白糖、砂糖等传统添加糖。鉴于安全、口味等多种因素，赤藓糖醇有望成为当下市场前景较好的代糖。赤藓糖醇天然存在于梨、瓜和葡萄等水果中，不参与糖代谢和血糖变化，适宜糖尿病患者食用。但由于价格远远高于其他同类产品，该产品在过去一直不受饮料企业重视。近几年，赤藓糖醇以29.9%的年均复合增长率，成为我国产量增速最高的甜味剂。

“在大健康的概念下，很多类似的产品只需求一次契机便可迎来长足的发展，椰子水就是如此。此外，诸如电解质水、维生素水从品类上看均属于较为‘古老’的饮料品类，但伴随着新浪潮的出现，这些品类被翻新，并成为饮料行业的主要增长点，从这一点来看，中国软饮料的市场仍旧具备强劲的发展前景和动力。”朱丹蓬说。

婴配粉新政出台 行业集中度或进一步提高

本报记者 许礼清 北京报道

婴幼儿配方乳粉质量安全关系婴幼儿身体健康和生命安全，关系中华民族的未来。近日，《中国经营报》记者从市场监管总局获悉，总局审议通过《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》（以下简称《办法》），进一步加强婴配粉产品配方注册管理，保障婴幼儿“口粮”安全，助力行业高质量发展。

据记者了解，本次《办法》的主要修订内容包含严格配方注册、细化核查要求、进一步规范标签标识、维护消费者权益、鼓励研发创新、优化营商环境等方面，自2023年10月1日起施行。

《办法》的发布给行业带来了积极的意义。中国营养保健食品协会执行副会长厉梁秋表示，《办法》自2016年10月1日实施以来，婴幼儿配方乳粉质量显著提高，行业规范发展，消费者信心明显提振。当前婴配乳粉市场安全平稳，根据估算，2022年婴配粉品类总体的零售总额1400亿元左右。《办法》修订结合实施过程中的行业关注点，进一步明确，规范相关要求，有助于企业投入研发创新，承担主体责任，更新换代更丰富的产品。

资深乳业分析师宋亮认为，中国乳粉企业的市场集中度较高，前十家企业从生产、分装到流通都已经形成了较完备的管理体系。修订后的《办法》实施后将进一步促进提升行业集中度。

新规出炉

记者了解到，《办法》自2016年10月1日实施以来，婴幼儿配方乳粉年度抽检合格率均超过99%，产品质量显著提高，乳粉行业规范发展。国产品牌的市场份额逐年增加，2020年婴配粉国产品牌销售额占比约为60%。

随着消费者信心的明显提振，市场监管总局特殊食品司司长周石平表示，如何进一步严格配方注册、优化审批流程、促进配方研发、鼓励企业创新等需要从立法层面予以明确。特别是国家发改委、工业和信息化部、农业农村部、市场监管总局等七部门联合发布的《国

意义何在？

针对《办法》的此次修订，周石平表示，主要是考虑了三个方面，首先是坚持以人民为中心的发展思想，把保障婴幼儿健康成长放在首位，进一步严格注册条件，提高婴幼儿配方乳粉品质；其次，落实优化营商环境要求，结合注册工作实际和行业企业建议，修订相关内容；最后坚持“公开、公平、公正”原则，明确现场核查、不予注册等具体情形，进一步提高工作的透明度和规范性。

《办法》的发布和进一步修订也给行业带来了积极的意义。厉梁秋表示，随着近几年婴配乳粉行业集中度的升高及产业结构优化升级，逐步转变为由大型乳品企业通过资产重组、兼并收购中小及区域乳企等方式带来的产业协同效应，扩大生产规模，从而加强对奶

产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》，明确要求完善配方注册管理办法，结合母乳研究成果和市场消费需求，支持生产企业优化配方，加快产品研发，推动科研成果转化应用。

记者获悉，《办法》适用于中国境内生产销售和进口婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理。而此次的修订内容主要集中在严格配方注册、细化核查要求；进一步规范标签标识、维护消费者权益；鼓励研发创新、优化营商环境等方面。

具体来看，在严格配方注册、细化核查要求方面，修订后的《办

法》明确需要开展现场核查的情形和要求，并强调现场核查需抽取动态生产的样品进行检验；明确禁止变相分装和8种不予注册的情形。

在规范标签标识方面，原《办法》规定，标签和说明书不得含有6种情形。修订后《办法》明确了标签、说明书不得含有9种情形，增加了不得使用“进口奶源”“源自国外牧场”“生态牧场”“进口原料”“原生态奶源”“无污染奶源”等模糊信息；不得使用婴儿和妇女的形象，“人乳化”“母乳化”或者近似术语表述；不得使用其他不符合法律、法规、规章和食品安全国家标准配置资源，基础性研发往往集中在集团层面，生产企业属于集团的一部分，其研发能力主要来自于集团，《办法》鼓励企业集团研发，允许控股子公司作为申请人的，共享集团部分研发能力，有助于集团公司集中研发力量，优化资源配置。”厉梁秋说。

中国营养学会理事长杨月欣表示，修订后的《办法》对增加婴幼儿配方粉质量提高和科技创新鼓励引导起到良好作用。婴幼儿配方乳粉产品一般结合母乳组成研究而优化配方，提升婴幼儿配方乳粉品质。近年来，国家各类科技攻关计划都有关于母乳的研究，对于更好地优化婴配配方的研发创新提供了科学依据。

此外，审批流程提速也提升了工作效率。《办法》修订后优化了办

准规定的内容，并列举了明示或暗示具有保健作用的情形等。

值得一提的是，为充分利用企业产能，满足市场需求，优化营商环境，《办法》修订后，将集团全资子公司间的配方调配调整为企业集团母公司及其控股子公司间可进行配方调配。要求经企业集团母公司充分评估可行性，确保产品质量安全，并向国家市场监督管理总局提交书面报告。

此外，市场监管总局食品审评中心副主任董诗源表示，婴幼儿配方乳粉产品配方注册现场核查是产品配方上市前注册审评的重要

环节。我们在审评过程中根据实际需要，基于婴幼儿配方乳粉产品配方质量安全风险对现场核查进行了分类管理。需开展现场核查的情形在《办法》有所体现，如申请人首次申请的所有系列所有配方均需逐一核查。

“同时，《办法》还明确了现场核查应抽取动态生产的样品进行检验，考虑同一系列配方原料差异不大，生产工艺基本相似，为减轻企业负担，抽样检验的动态生产样品会综合考虑原料组成和工艺复杂性，基于风险确定，尽可能覆盖不同系列、不同年龄段。”董诗源说。

杜绝夸张式宣传，保护消费者权益。

“最后从行业整体来看，中国乳粉企业的市场集中度较高，前十家企业从生产、分装到流通都已经形成了较完备的管理体系，《办法》的施行预计不会对头部企业产生较大影响，反之可能通过规范中小企业，促进行业集中度提高。”宋亮说。

对于《办法》的修订发布，企业需要转型、稳价。宋亮认为，中国婴幼儿配方乳粉行业还面临着一些问题。建议企业加快从传统婴幼儿奶粉向全家精准营养转型。同时，严格供货稳价，保障价格盘稳定，提高渠道信心，避免价格战损害市场。此外，在新老国标交替下，新旧产品替换带来的市场存货较多，企业要有序推进新老国标产品自然交替，减少积压库存造成社会资源浪费。