

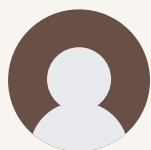


科信食品与健康信息交流中心
China Food Information Center

中国消费者咖啡因 认知与消费行为调查报告



2024



专家 点评

对于咖啡因添加到食品和饮料中,有些消费者有顾虑,甚至误解有成瘾作用。其实人们常喝的茶也含咖啡因,且中国人摄入的咖啡因主要来自茶。此外,还应该告知广大消费者,添加的和天然的咖啡因都是安全的,只要不是既喝茶、又喝咖啡,还喝大量含咖啡因的饮料,总的摄入量一般不会超过安全量(400毫克/天)。

陈君石 中国工程院院士

咖啡因是植物中常见的一种天然化合物,其生理效应有明显的个体差异,因此消费者的自我管理非常重要。通过消费者认知与消费行为调查,有助于更精准的向重点人群传播科学信息,建立对咖啡因的正确认识,促进其安全、健康地消费含咖啡因的食品和饮料。

宋雁 国家食品安全风险评估
中心评估三室主任

功能性成分是国际上食品饮料行业创新的热点,咖啡因作为具有提神作用的标志性成分广受关注。目前咖啡因在我国食品饮料行业的应用范围相对狭窄,消费者咖啡因的摄入水平离400毫克/天的“建议控制量”还有很大空间,且消费者已经具备自我控制意识,因此我们正在探讨适度扩大其使用范围的可能性。

钟凯 科信食品与健康信息
交流中心主任

近年来,随着咖啡、奶茶等饮品的流行,咖啡因和健康的相关话题常出现在媒体上,有些是传播科学界的共识,但也有些内容可能存在偏颇。这份调查报告揭示了我国消费者对咖啡因的整体印象趋于正向,不过也建议加强科学传播,帮助消费者正确认知不同来源的咖啡因,适量摄入各类含咖啡因饮料。

李宇 中国食品工业协会
总工程师

1 前言

咖啡因 (caffeine) 在茶叶、咖啡豆、可可豆等多种植物中天然存在，
同时也可添加到食品中，如可乐型碳酸饮料、保健食品等。

为了解我国消费者对咖啡因的认知与消费行为，科信食品与健康信息交流中心（以下简称“科信中心”）开展了本次调查。调查共回收有效问卷5238份，性别比例为男性：女性=47:53，其中85.64%的消费者年龄区间在19-39岁。



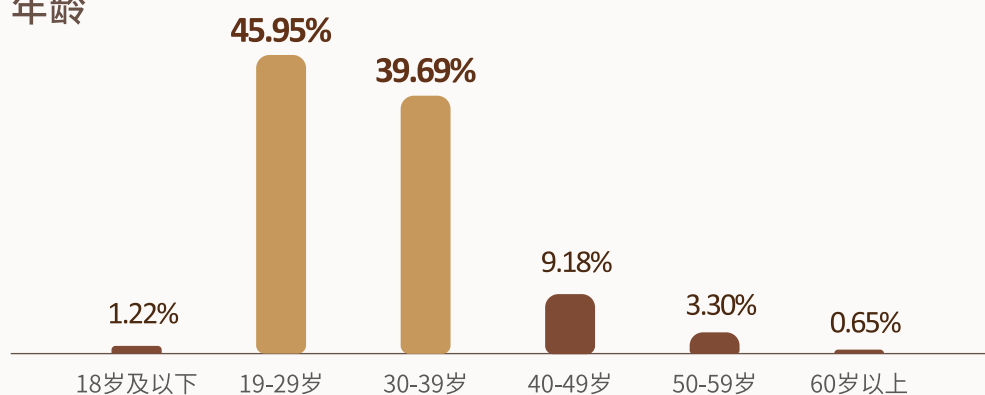
2 调查结果

1 消费者画像

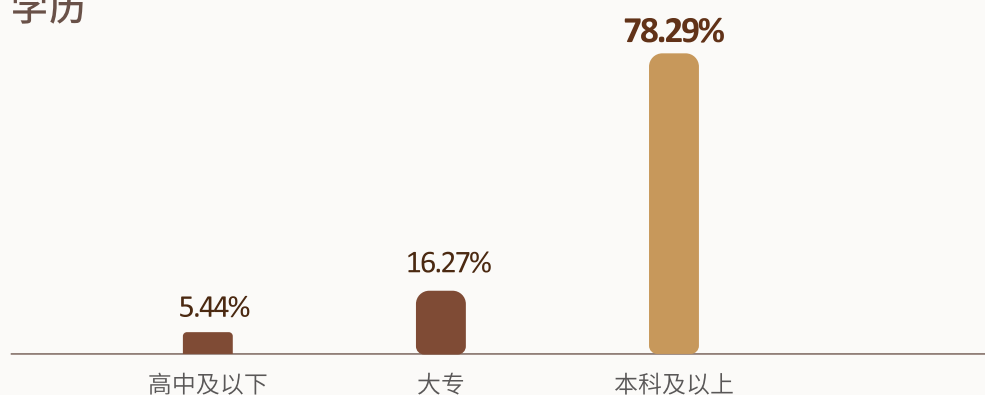
性别



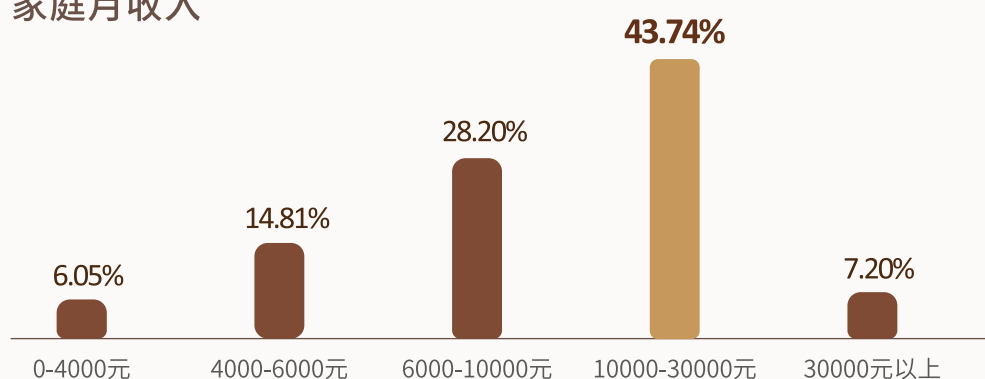
年龄



学历



家庭月收入



2 调查结果

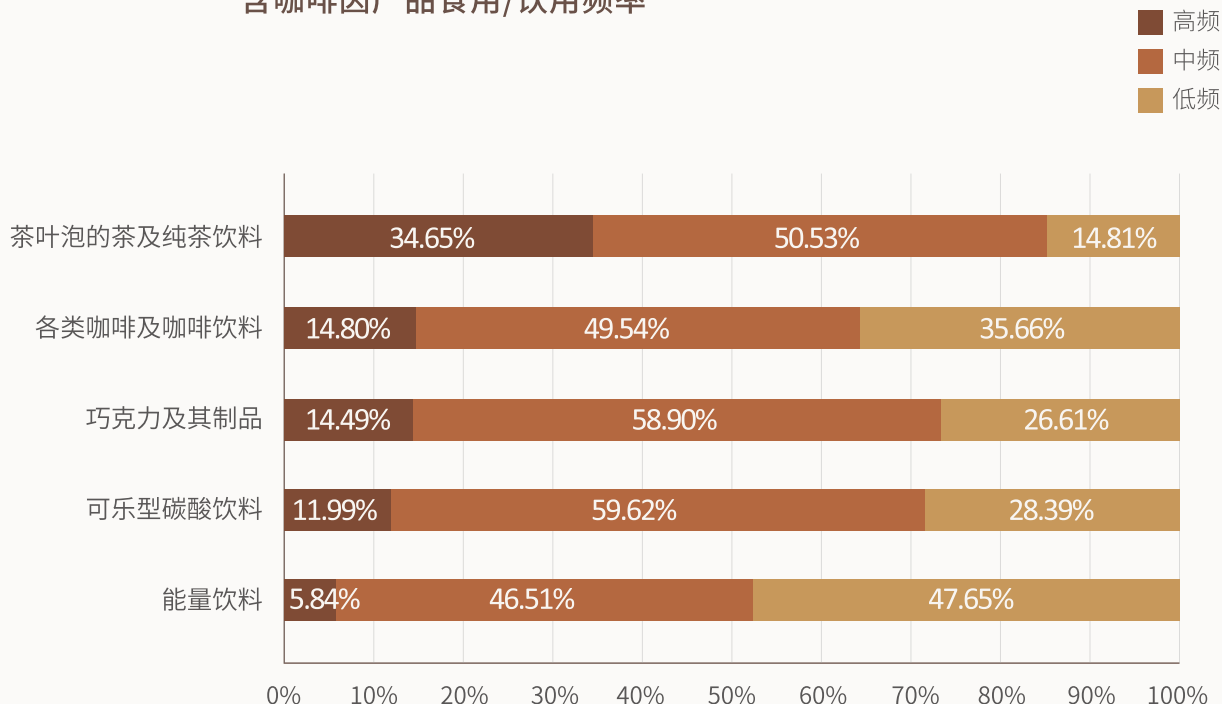
2 消费者认知与消费行为情况

茶为消费者食用/饮用频率最高的含咖啡因产品

中国是茶饮大国，茶是中国百姓日常生活饮品。《中国居民膳食咖啡因摄入水平及其风险评估》的结果显示：我国成年消费者咖啡因摄入贡献率最高的依次为茶叶、茶饮料、奶茶和咖啡，茶叶对咖啡因摄入的贡献率为74.80%，远高于其他类别的食品^[1]。

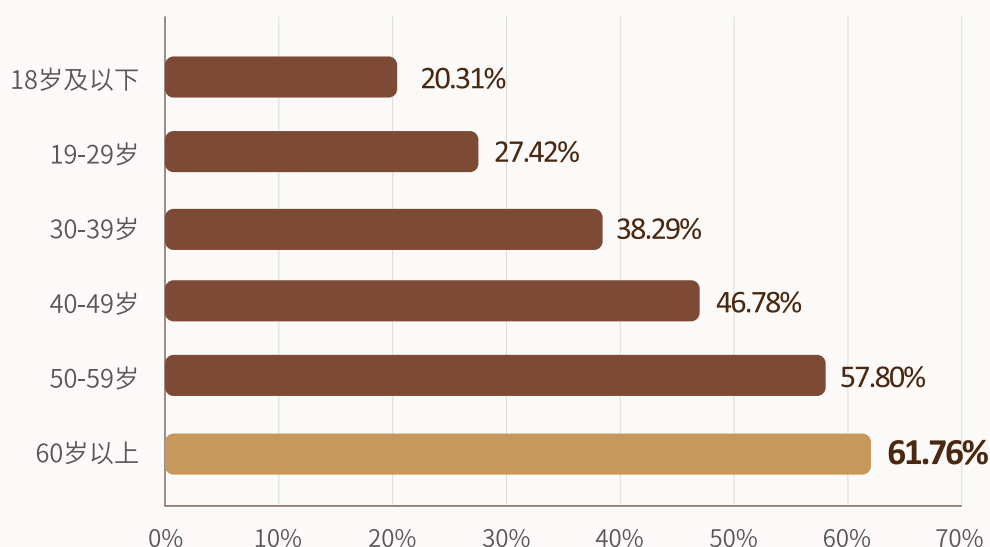
本次调查显示，我国消费者食用/饮用频率最高的含咖啡因产品是茶叶及纯茶饮料，34.65%的消费者处于高频饮用（一周5次及以上），显著高于其它含咖啡因产品。交叉分析显示，消费者年龄越大，饮茶频率越高；收入越高的消费者，更愿意喝咖啡和茶。

含咖啡因产品食用/饮用频率

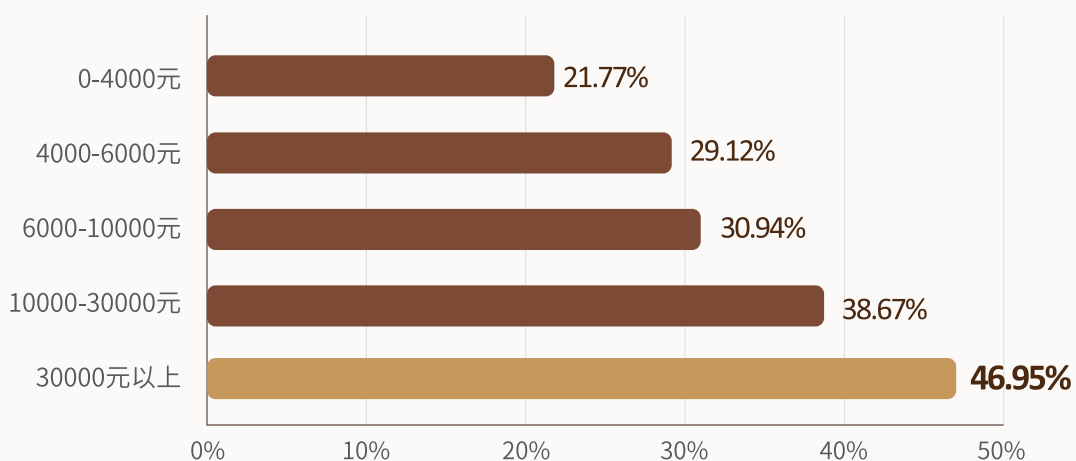


2 调查结果

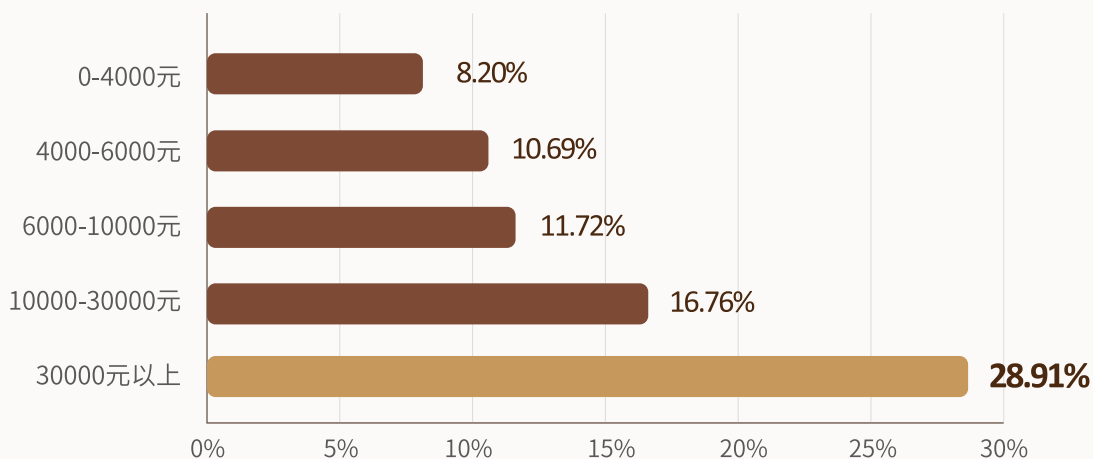
“高频饮茶”与“年龄”交叉分析



“高频饮茶”与“家庭月收入”交叉分析



“高频饮咖啡”与“家庭月收入”交叉分析



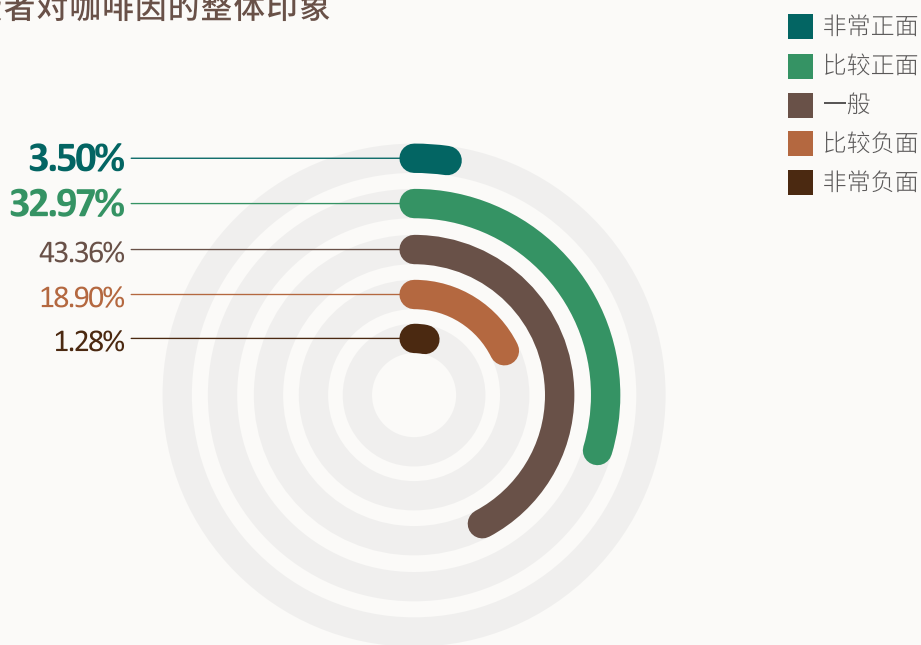
2 调查结果

消费者对咖啡因的印象倾向正面

本次调查显示, 97.17%的消费者知道咖啡因。其中, 36.47%的消费者对咖啡因持正面态度 (3.50% “非常正面”, 32.97% “比较正面”), 43.36%的消费者对咖啡因持中立态度, 20.18%的消费者对咖啡因持负面态度 (18.90% “比较负面”, 1.28% “非常负面”)。

交叉分析显示, 对咖啡因持正面印象的消费者摄入含咖啡因产品的频率更高。

消费者对咖啡因的整体印象

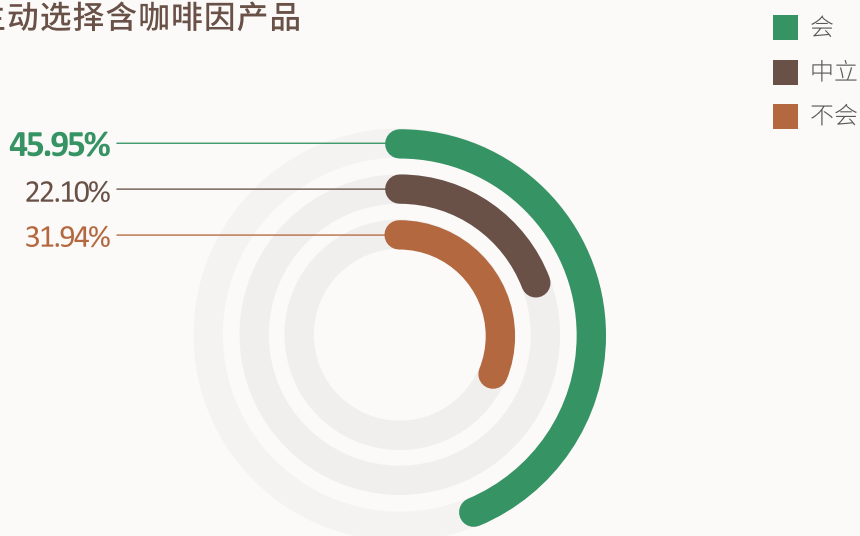


2 调查结果

选择或回避含咖啡因产品的原因

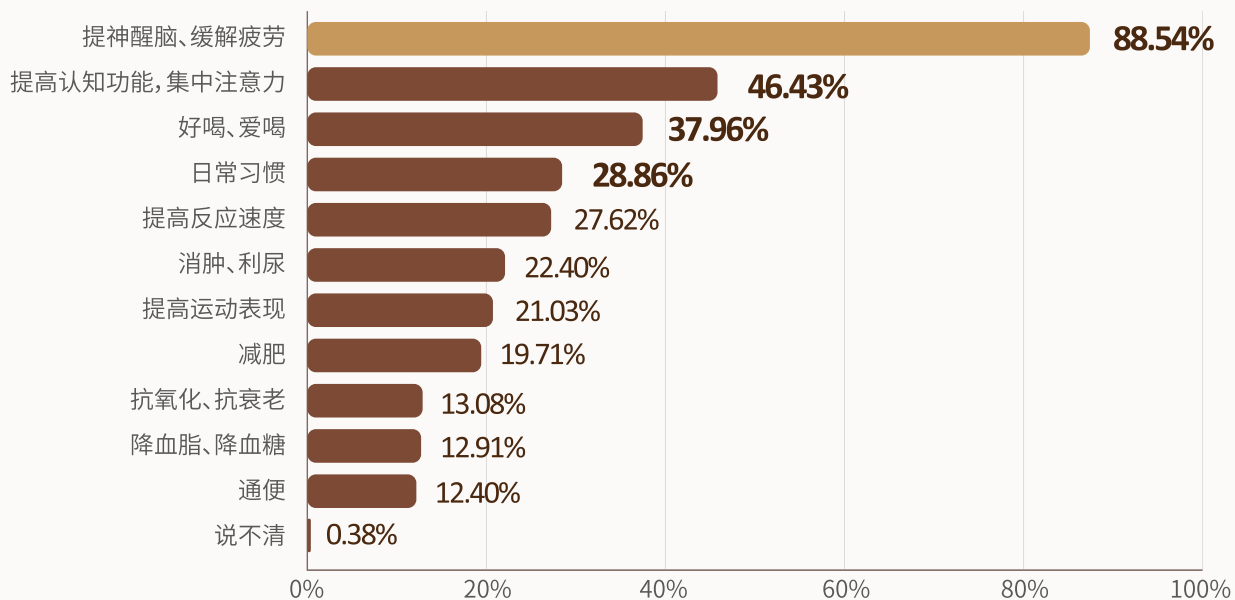
调查显示,45.95%的消费者会主动选择含咖啡因产品,31.94%的消费者表示会主动回避含咖啡因产品。

会不会主动选择含咖啡因产品



主动选择含咖啡因产品的消费者最关注其健康效应,尤其是提神醒脑、缓解疲劳(88.54%),且明显高于其他因素。除此之外,提高认知功能(46.43%)、好喝(37.96%)、日常习惯(28.86%)也是消费者选择相关咖啡因产品时的驱动点。

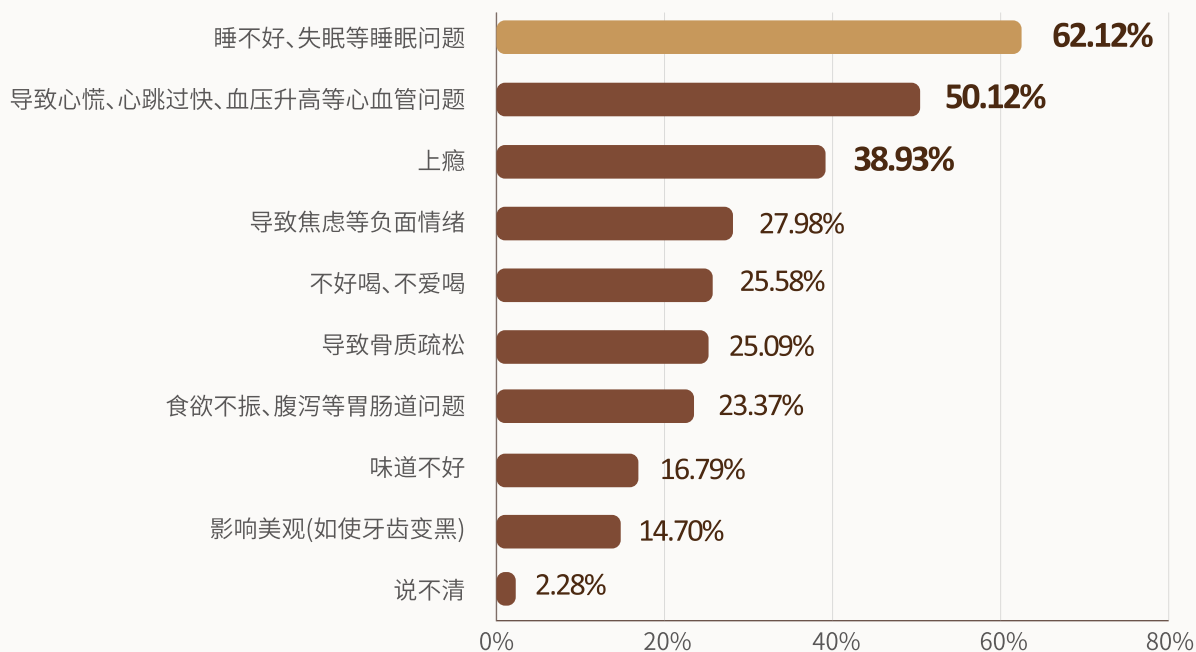
选择含咖啡因产品的原因



2 调查结果

对含咖啡因产品持回避态度的消费者对咖啡因的整体印象较为负面，其回避的主要原因是担心咖啡因产品会导致睡不好、失眠等睡眠问题(62.12%)，其次是导致心慌、心跳过快、血压升高等心血管问题(50.12%)、上瘾(38.93%)。

回避含咖啡因产品的原因



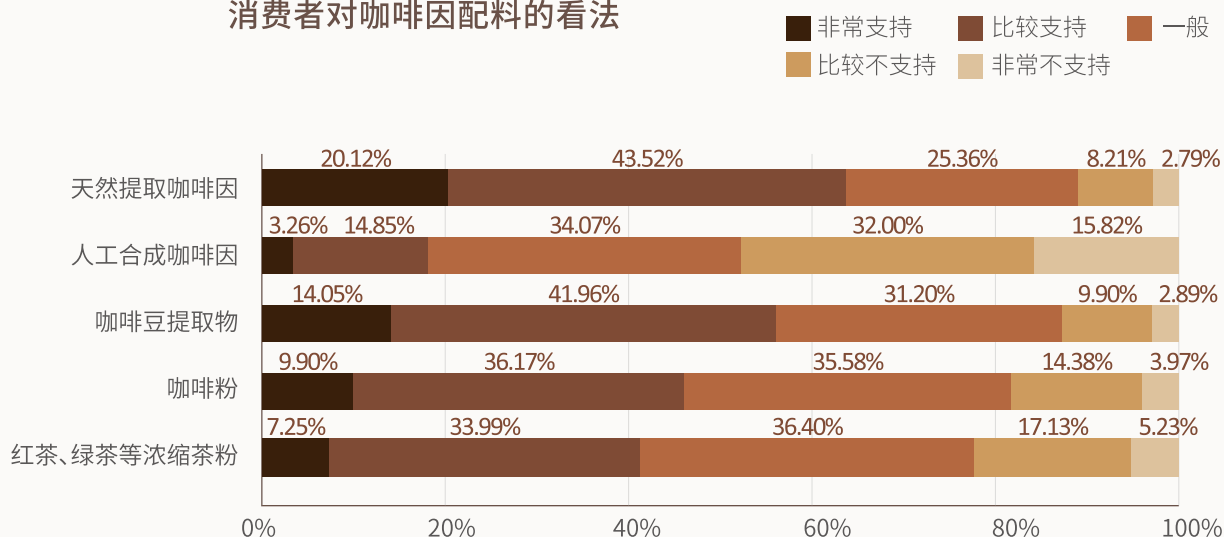
“提神醒脑、缓解疲劳”与“睡不好、失眠等睡眠问题”是消费者选择或回避含咖啡因产品的相互对立面，这与咖啡因的摄入量、摄入时间以及对咖啡因敏感度的个体差异有直接关系。

2 调查结果

消费者对咖啡因配料的支持度趋于正向

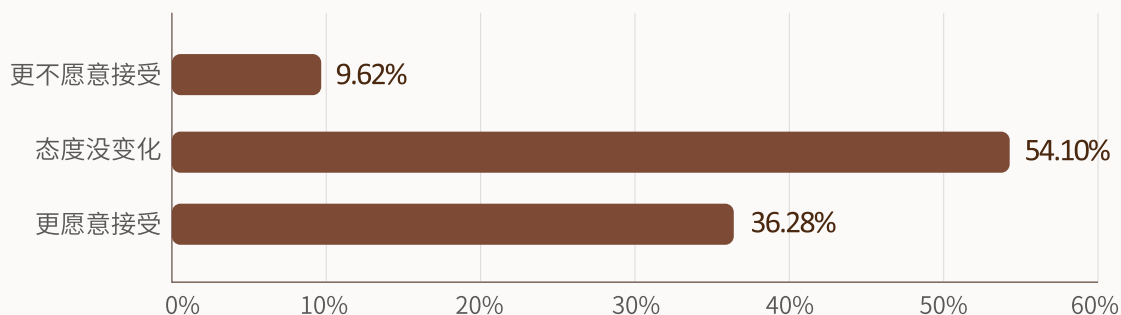
消费者对咖啡因配料整体支持度趋于正向，其中对天然来源咖啡因的支持度明显高于人工合成咖啡因。调查显示，尽管“咖啡豆提取物”“咖啡粉”“红茶、绿茶等浓缩茶粉”均是天然含咖啡因的配料，但“天然提取咖啡因”的消费者支持率最高，这很可能是因为“天然”的字眼更受消费者青睐。这一倾向与我中心此前开展的食物添加剂^[2]、甜味剂^[3]的调查结果一致。

消费者对咖啡因配料的支持度



对人工合成咖啡因持中立和负面态度的消费者进行信息干预测试，干预信息为：“用于食品中的人工合成咖啡因和天然提取咖啡因分子结构相同，其安全性和功效也一致”。调查结果显示，36.28%的消费者表示“更愿意接受”，54.10%的消费者表示“态度没变化”。可见，关于安全性的理性认知对消费者有一定的作用，但作用有限。

信息测试



2 调查结果

消费者认为需要控制咖啡因摄入量

本次调查显示,77.76%的消费者认为需要控制咖啡因摄入量。说明大多数消费者已经认识到咖啡因摄入过量可能会带来的一些健康风险,具备一定的控制意识。

是否需要控制咖啡因摄入量?



41.14%的消费者认为自己需要控制咖啡因摄入量。与消费者的学历、年龄、家庭月收入情况、咖啡因产品消费频率等维度进行交叉分析,未发现有明显相关性。

个人目前的咖啡因摄入量是否需要控制?



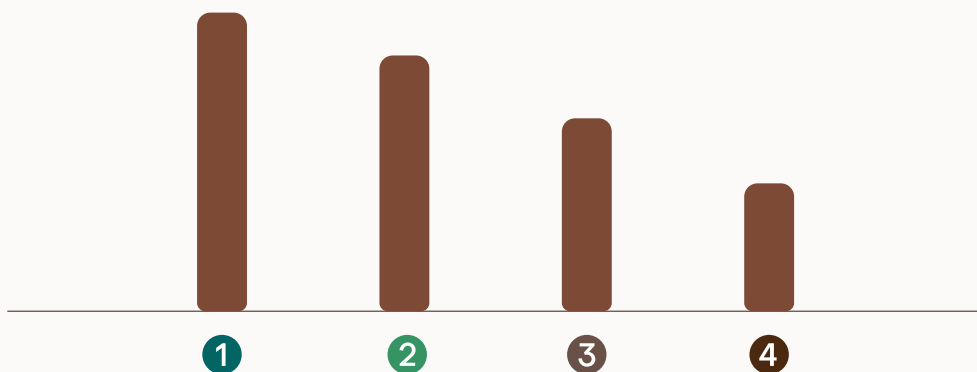
2 调查结果

消费者希望标识咖啡因

目前,我国对于咖啡因的标识大部分存在于配料表中,只有《GB/T 30767-2014 咖啡类饮料》^[4]《GB/T 21733-2008 茶饮料》^[5]要求标识相应产品咖啡因含量。欧盟^[6]、澳新^[7]、韩国^[8]、印度^[9]等国家和地区对含咖啡因产品也有相应的标识要求,主要有四种,分别是“标注产品中咖啡因添加量或含量”,“产品配料表中含有的咖啡因配料进行字体加粗处理”,“根据咖啡因添加量或含量,标注高/中/低”,“标注警示人群(如孕妇、儿童、咖啡因敏感人群慎用)”。

本次调查显示,96.66%的消费者希望产品标注咖啡因信息。针对上述四种标识方式进行排序并加权处理,结果显示,消费者更希望标注产品中咖啡因添加量或含量。

标注咖啡因方式的权重排名



- ① 标注产品中咖啡因添加量或含量
- ② 产品配料表中含有的咖啡因配料进行文字加粗处理
- ③ 根据咖啡因添加量或含量,标注“高/中/低”
- ④ 标注警示人群(如孕妇、儿童、咖啡因敏感人群慎用)

2 调查结果

消费者关注咖啡因对特殊人群的影响

本次调查通过开放式问题询问了消费者认为不宜添加咖啡因的产品类别,并对其反馈进行词频分析,结果显示,“老年人”“儿童”“孕妇”是出现频率较高的词条,均与特殊人群相关。



3

结论与建议



- 消费者对咖啡因的整体印象趋于正向,对天然来源咖啡因的支持度较高。消费者对“人工合成”“化学物质”普遍存在排斥心理,但人工合成咖啡因与天然提取咖啡因是实质等同的,因此需要开展长期的消费者沟通改善其认知。
- 消费者选择或回避含咖啡因产品的原因以及对老人、孕妇、儿童等特殊人群的关注,均与咖啡因的生理作用及个体差异密切相关,更加凸显了消费者自我管理的重要性。目前消费者对于咖啡因的摄入已经具备一定的自我控制意识,应加强科学传播,帮助消费者适量、合理摄入。
- 国际上对咖啡因在产品上的标识方式主要有四种,中国消费者最希望标注咖啡因的添加量或含量。如要推动咖啡因在食品行业的应用,应进一步探讨相关标识的管理,例如预包装与现制现售、天然成分与人工添加、标注阈值等。
- 本次调查的人群主要集中于19-39岁,是含咖啡因产品的主力消费人群。但受问卷篇幅限制,本次调查中的一些问题尚未得到充分解答,比如如何控制咖啡因的摄入量,消费者控制意识与行为之间的关系等,可在本次调查的基础上作进一步研究。

参考文献

- [1] 国家食品安全风险评估中心, 中国居民膳食咖啡因摄入水平及其风险评估. <https://www.cf-sa.net.cn/fxpg/fxpgbg/sptjj/2023/6140.shtml>
- [2] 科信食品与健康信息交流中心,《中国消费者食品添加剂认知调查报告(2022)》
- [3] 科信食品与健康信息交流中心,《中国消费者甜味剂认知状况调查报告(2022)》
- [4] 国家质量监督检验检疫总局, 国家标准化管理委员会.《GB/T 30767-2014 咖啡类饮料》
- [5] 国家质量监督检验检疫总局, 国家标准化管理委员会.《GB/T 21733-2008 茶饮料》
- [6] Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council. <https://www.legislation.gov.uk/eur/2011/1169>
- [7] Food Standards Australia & New Zealand. Caffeine powders and high caffeine content foods. <https://www.foodstandards.gov.au/caffeine-powders-and-high-caffeine-content-foods>
- [8] Ministry of Food and Drug Safety. Regulations on Substantiation of Claims in Labeling or Advertising of Foods(July 30, 2019). https://www.mfds.go.kr/eng/brd/m_15/view.do?seq=72425
- [9] FSSAI. Food Safety and Standards (Food Products Standards and Food Additives) Regulations. https://fssai.gov.in/dam/jcr:9af0ebd7-95d9-4ca4-b1f0-9c871759b385/Compendium_Food_Additives_Regulations_22_01_2019.pdf

