

中国消费者 食品标签标识认知 及使用状况 调查研究报告



科信食品与营养信息交流中心
2020年

目录

CONTENTS

一 · 调查背景和目的

二 · 调查方法

三 · 调查结果及结论

02 —— 1.调查对象基本情况

02 —— 2.消费者对食品标签标识关注度高

- 预包装食品消费频率高
- 半数消费者同时在线上和线下购买预包装食品
- 近七成消费者购买预包装食品时经常看食品标签标识

06 —— 3.食品标签具体内容关注度各不相同

- 半数以上消费者关注食品的真实属性名称
- 查看配料表时,超七成消费者关注食品添加剂
- 厂名厂址关注度低
- 六成以上消费者认为含有“无添加XX”等声称的产品更好
- 消费者对日期标示关注度最高

CONTENTS

- 近四成消费者关注致敏物质提示
- 消费者认为大礼包外包装需根据情况标注小包装信息
- 多数消费者接受进口食品原包装加贴中文标签
- 适宜人群信息有助于消费者为特定人群选购食品
- 消费者最希望在保健食品包装正面看到产品功能、适宜人群信息、品牌这三大信息
- 消费者支持食品标签标识标注可回收标志

17—— 4.消费者对于食品标签问题的处理方式及未来建议

- 消费者对于食品标签存在问题的处理方式
- 消费者对食品标签标识的建议和意见

四 · 建议

- 1.加强食品标签标识的公众教育
- 2.食品标签标识管理需适应消费环境的变化
- 3.做好监管需求和消费者需求的协调统一

五 · 调查局限性



调查背景和目的

食品标签标识是消费者了解食品属性、特性的主要信息来源。此外,它也是生产者向消费者宣传和推荐企业及产品的重要方式。为了解消费者对食品标签标识的认知和实际使用情况,为相关政策、法规和标准的制修订提供参考依据,促进食品行业良性竞争和健康稳定发展,科信食品与营养信息交流中心开展了“中国消费者食品标签认知及使用状况调查”。



调查方法

本调查按照全国31个省(自治区、直辖市)的常住人口进行配额并随机抽样,在线调查。总样本量为3100人。





调查结果及结论

调查对象基本情况

01

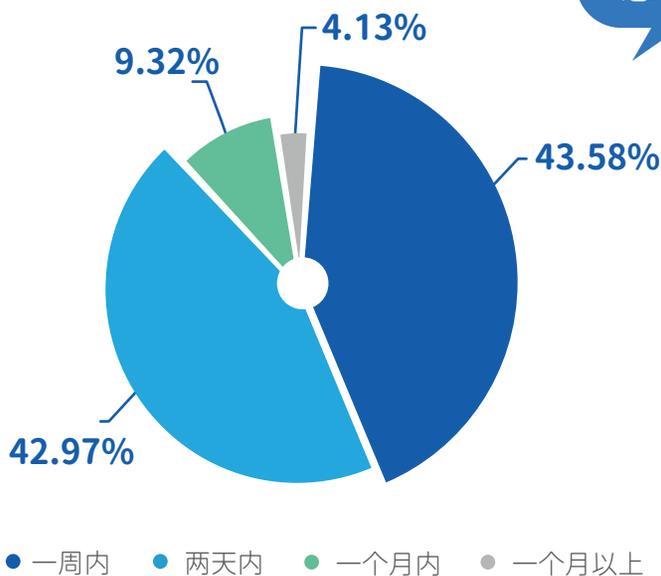


本次调查共收集到5300份问卷,其中筛除从事食品生产、经营、研究、监管等相关工作的1689人,通过测谎题筛除511人。最终有效问卷3100份,其中男性占48.1%,女性占51.9%。22-60岁人群占79.03%,22岁以下人群占20.23%,60岁以上占0.74%。

消费者对食品标签标识关注度高

02

预包装食品消费频率高

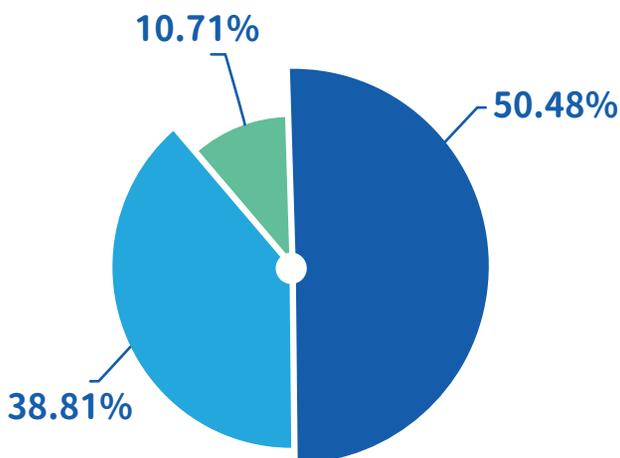


您上次购买预包装食品是什么时候?

86.55%的消费者在一周内购买过预包装食品,9.32%的消费者在一个月内购买过,只有4.13%的消费者上次购买预包装食品是在一个月之前。由此可以看出,预包装食品消费频次较高。

半数消费者同时在线上 and 线下购买预包装食品

您一般都从哪里购买预包装食品？



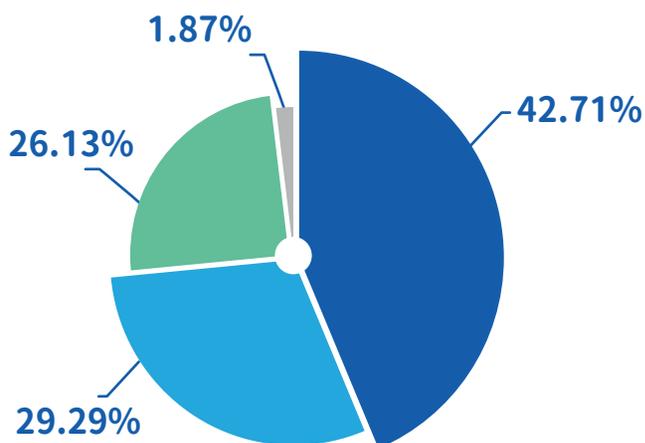
- 两者都有
- 线下(超市、便利店、小卖部等)
- 线上(天猫、京东、微商、公众号、代购等)



随着电商的发展,消费者购买预包装食品的方式日渐多样,有半数消费者同时在线上 and 线下购买预包装食品,近四成消费者只在线下购买。考虑到线上线下购物体验的差异,线上销售食品的标签标识展示需引起注意。

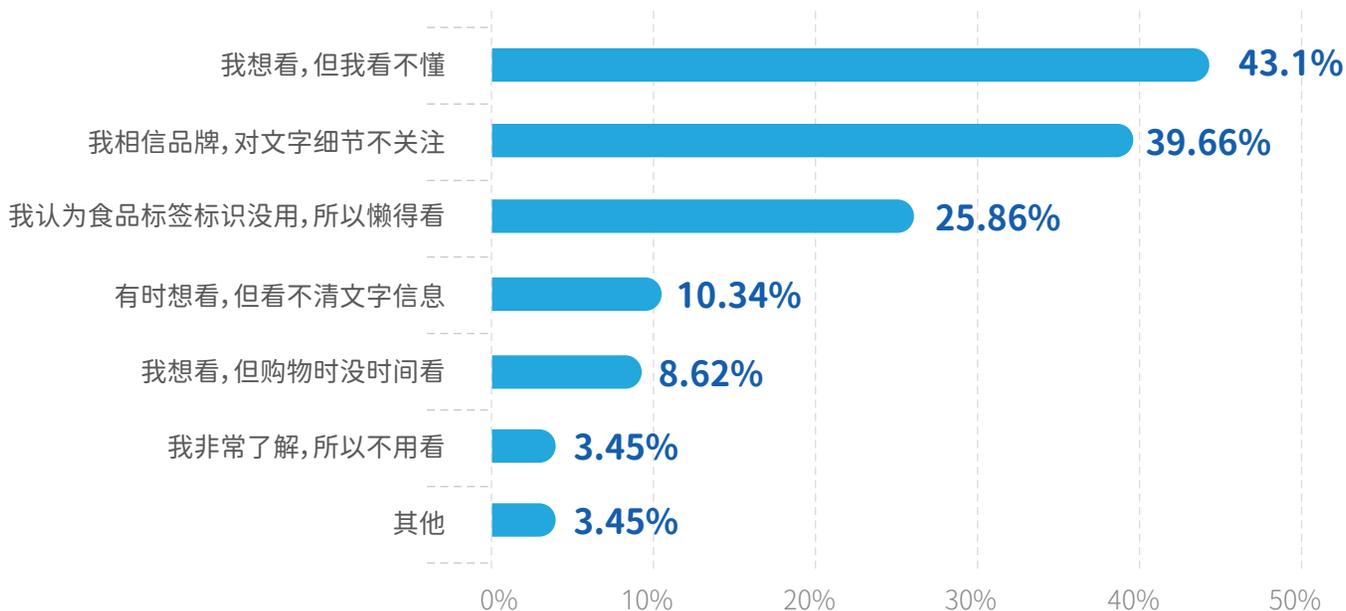
近七成消费者购买预包装食品时经常看食品标签标识

您购买预包装食品时看食品标签标识吗？



- 经常看
- 偶尔看
- 每次必看
- 从来不看

您为什么不看食品标签标识？

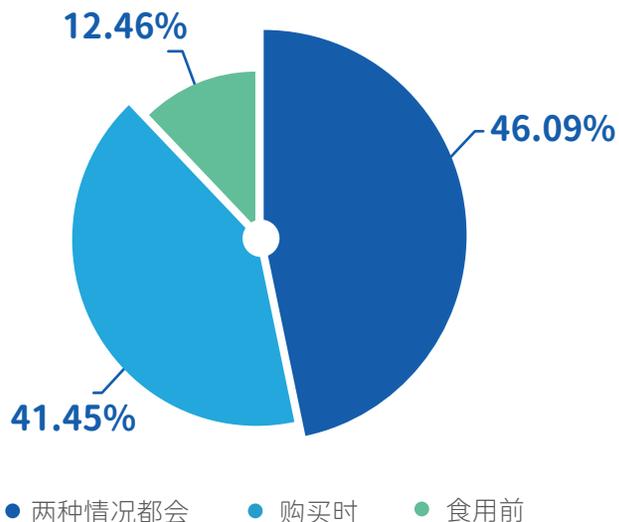


≈ 70%

消费者在购买预包装食品时经常看食品标签标识

近七成消费者在购买预包装食品时经常看食品标签标识,仅有1.87%的消费者从来不看,三大主要原因是“我想看,但我看不懂”、“我相信品牌,对文字细节不关注”、“我认为食品标签标识没用,所以懒得看”。

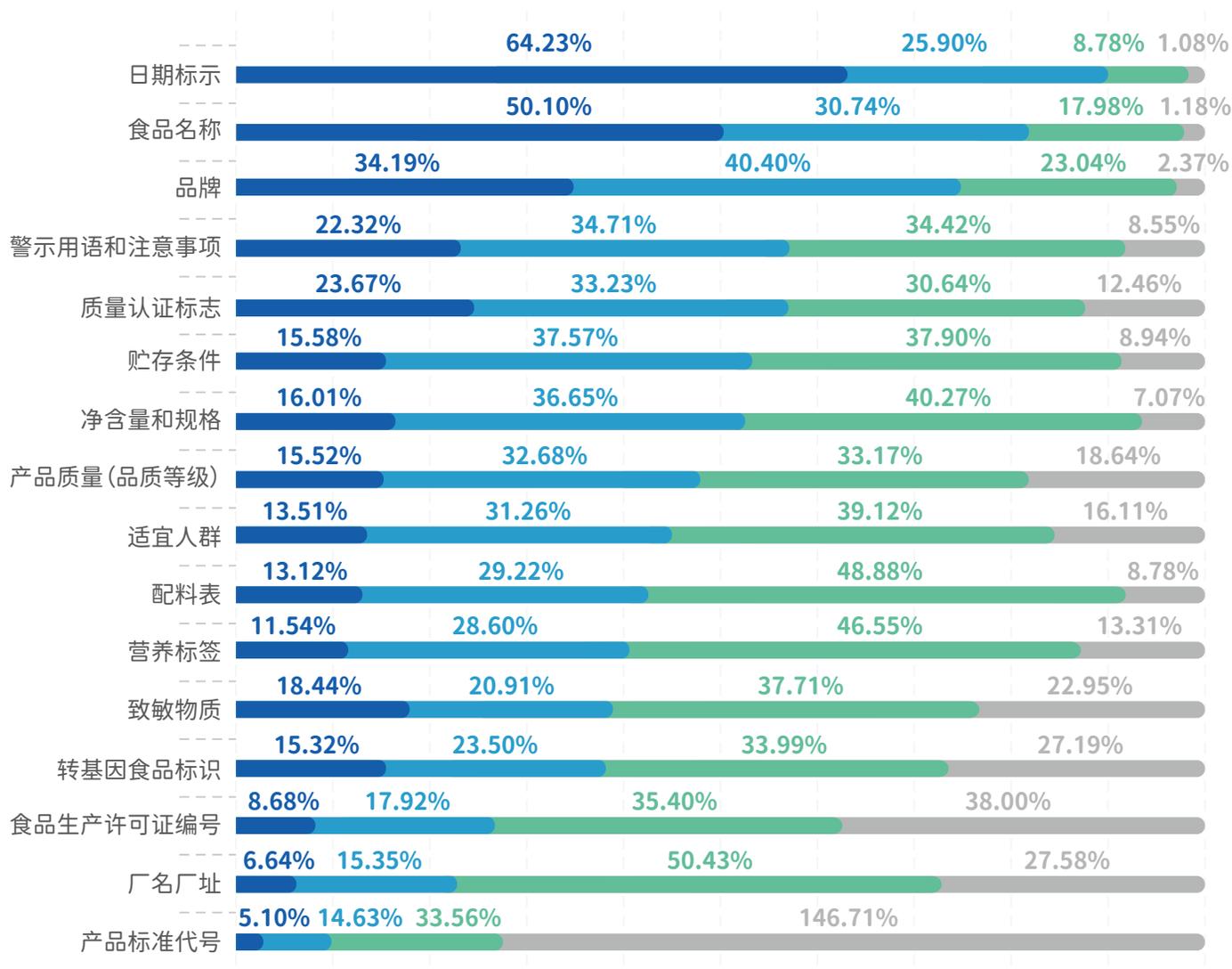
您一般什么时候看食品标签标识? (除生产日期和保质期以外的信息)



在查看过食品标签标识的消费者中,对于食品标签标识上生产日期和保质期以外的信息,87.54%的消费者在购买时查看,58.55%的消费者在食用前查看。

请问您看食品标签标识的哪些内容？

● 每次必看 ● 经常看
● 偶尔看 ● 从来不看



注：根据“每次必看”和“经常看”的总和从多到少排序



消费者在查看食品标签标识时，最关心的是日期标示、食品名称、品牌、警示用语和注意事项、质量认证标志，最不关心的是产品标准代号、厂名厂址、生产许可证编号、转基因标识、致敏物质。近五成的消费者仅偶尔查看配料表和营养标签。

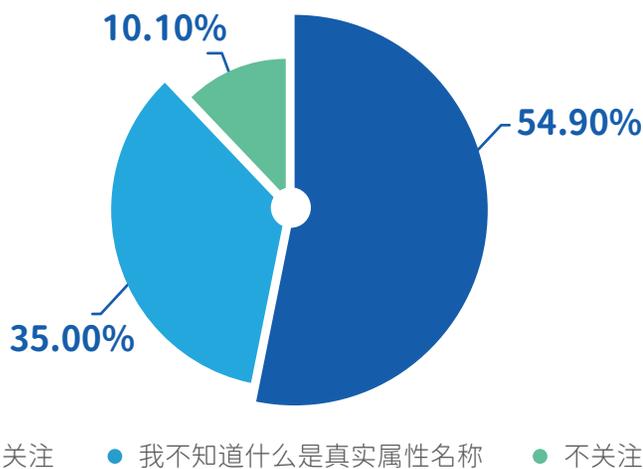
食品标签具体内容关注度各不相同

03

半数以上消费者关注食品的真实属性名称

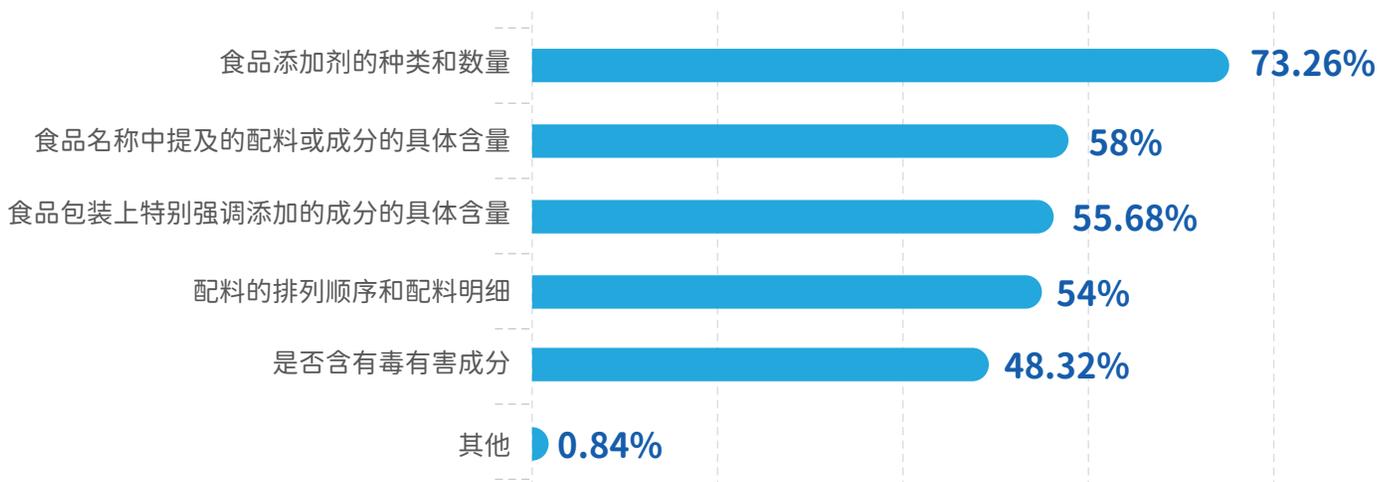
您是否关注食品的真实属性名称？

半数以上消费者关注食品的真实属性名称, 但仍有35%的人不理解真实属性名称的定义。



查看配料表时, 超七成消费者关注食品添加剂

您在看配料表时主要关注哪些方面？

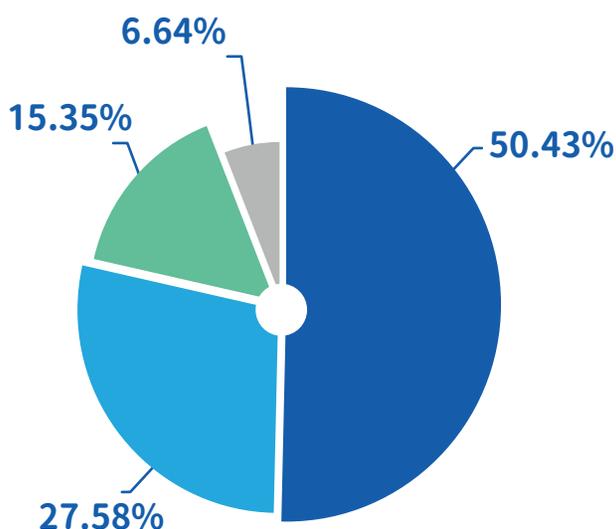




在查看配料表时,超七成消费者关注的是食品添加剂的种类和数量,值得注意的是,有近半数的消费者关注配料表中是否含“有毒有害成分”,这很可能是因为他们对食品安全信心和认识不足、对食品添加剂的食用安全性存在很大误解,尤其易把食品添加剂和违法添加物混淆所致。此外,五成多消费者会关心食品名称中提及的配料或成分的具体含量、食品包装上特别强调添加的成分的具体含量。



厂名厂址关注度低

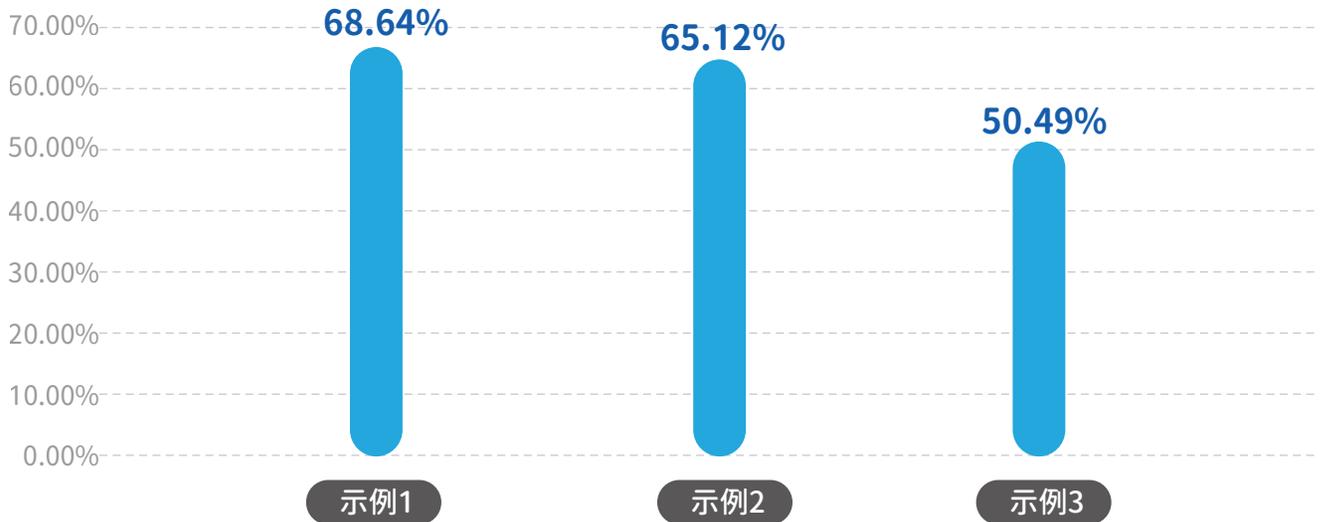


● 偶尔看 ● 从不看 ● 经常看 ● 每次必看

您看厂名厂址吗?

选购食品时,超一半的消费者偶尔查看厂名厂址,近三成消费者从来不看,每次必看的只有不到7%。对于厂名厂址列举的3种标注方式,消费者的接受度差异不大,可能是因为这些信息的标注方式对消费者的购买和食用行为不会有实质性的影响。

同一产品由多个工厂生产, 您更接受下列哪个厂名厂址的标注方式?



厂名厂址的3种标注方式

示例1

生产日期:2020年6月1日 (BJ)

生产商:XXX 食品有限公司北京分厂 (代码:BJ)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

生产商:XXX 食品有限公司上海分厂 (代码:SH)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

生产商:XXX 食品有限公司天津分厂 (代码:TJ)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

实际生产厂家见生产日期旁代码

示例2

生产日期:2020年6月1日 (A)

生产商:XXX 食品有限公司北京分厂 (代码:A)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

生产商:XXX 食品有限公司上海分厂 (代码:B)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

生产商:XXX 食品有限公司天津分厂 (代码:C)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

实际生产厂家见生产日期旁代码

示例3

生产日期:2020年6月1日 (1)

生产商:XXX 食品有限公司北京分厂 (代码:1)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

生产商:XXX 食品有限公司上海分厂 (代码:2)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

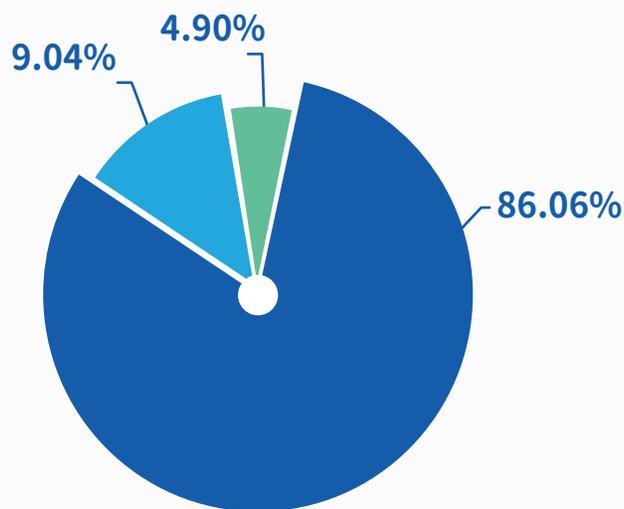
生产商:XXX 食品有限公司天津分厂 (代码:3)

地址:XXX 食品生产许可证编号:XXX

实际生产厂家见生产日期旁代码

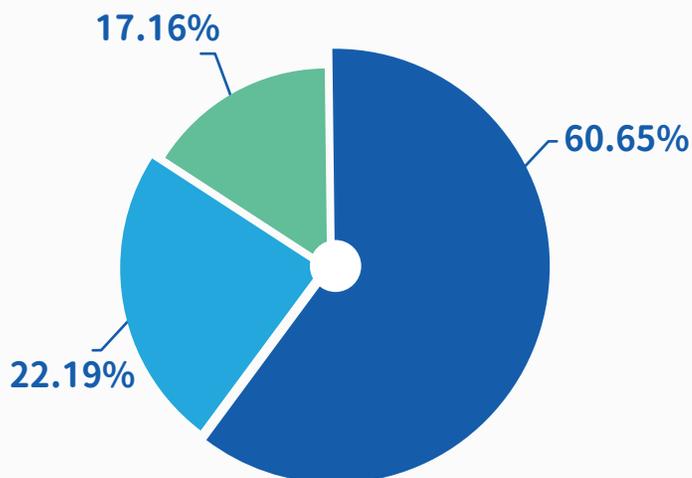
六成以上消费者认为含有“无添加XX”等声称的产品更好

您在购买预包装食品时, 有没有遇到包装上有“无添加XX”“零添加XX”“不使用XX”等表述?



● 有 ● 没留意 ● 没有

您觉得标注“无添加XX”“零添加XX”“不使用XX”等表述的产品比同类产品更好吗?



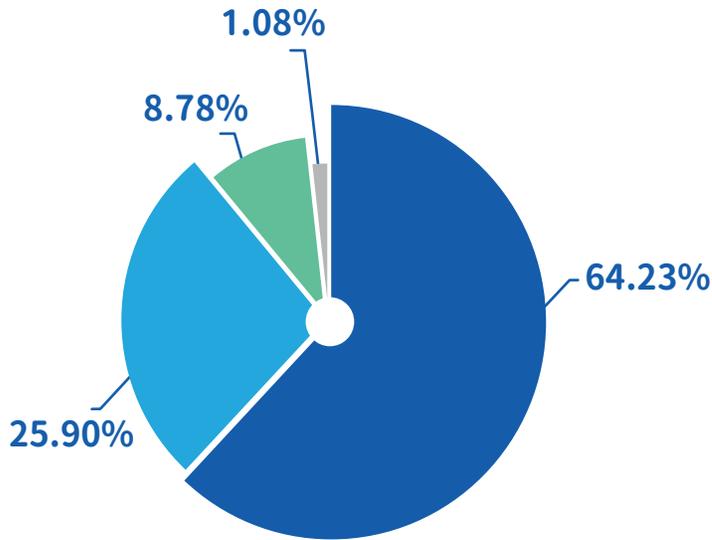
● 是 ● 不清楚 ● 不是



八成以上消费者在购买预包装食品时遇到过包装上有“无添加XX”“零添加XX”“不使用XX”等表述。超六成消费者觉得含有以上表述的产品比同类产品更好。可见“无添加”、“零添加”、“不使用”等宣称对消费者购买行为是会产生较大影响的。

消费者对日期标示关注度最高

您看日期标示吗？

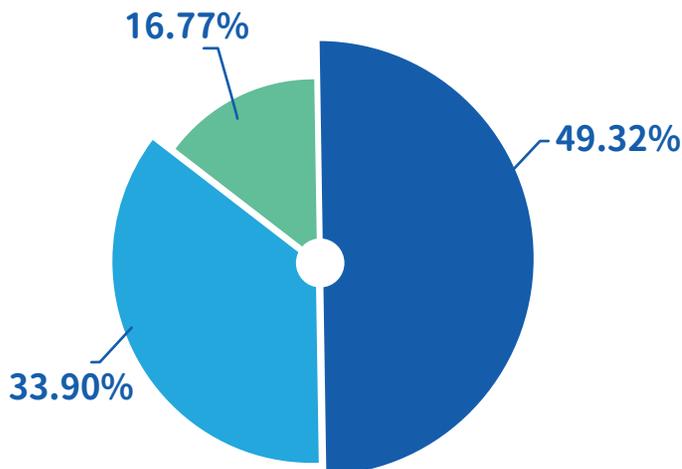


- 每次必看
- 经常看
- 偶尔看
- 从来不看



九成消费者在购买预包装食品时查看日期标示,可见消费者对生产日期和保质期的关注度最高。我们列举的两种日期标示方式,三成多消费者可以接受两种方式,近五成消费者接受保质期精确到日,近两成消费者支持“保质期:12个月”的方式。

下面是产品的日期标示,您能接受哪种方式？

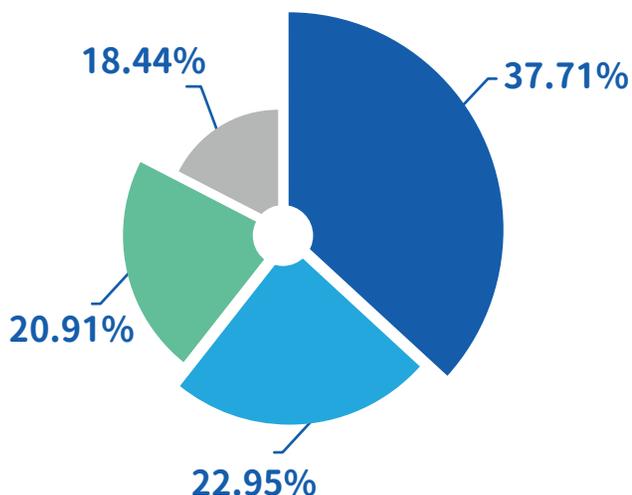


- 生产日期:2020年6月1日; 保质期至2021年6月1日
- 都可以
- 生产日期:2020年6月1日; 保质期12个月

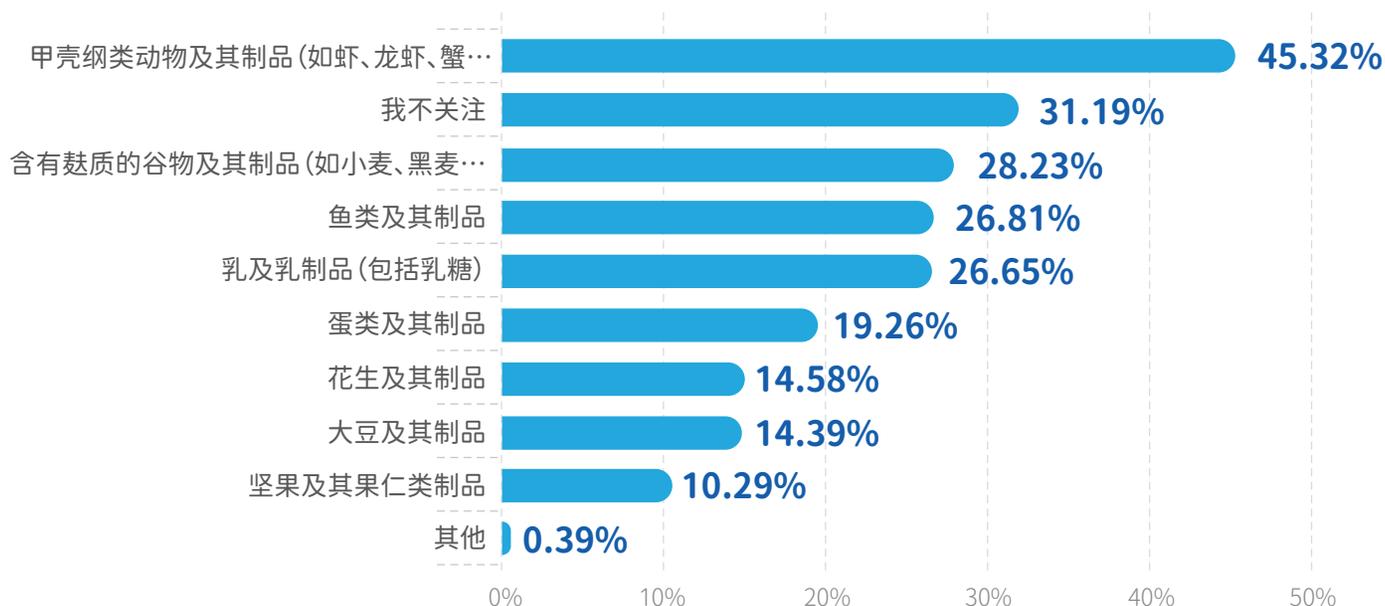
近四成消费者关注致敏物质提示

您看致敏物质吗？

- 偶尔看
- 从来不看
- 经常看
- 每次必看



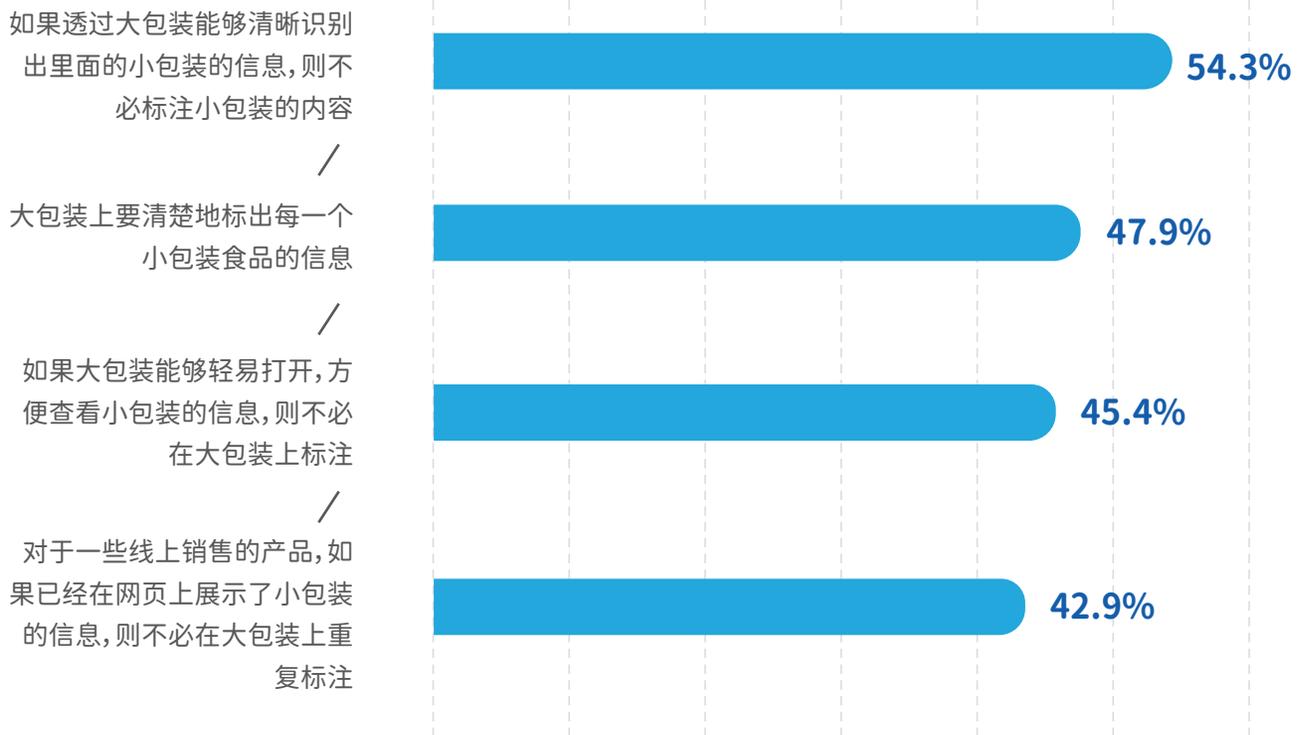
您在购买预包装食品会关注哪些致敏物质？



消费者对致敏物质信息不甚关注, 仅有近四成消费者经常查看食品中的致敏物质, 他们主要关注甲壳纲类动物及其制品 (如虾、龙虾、蟹等)、含有麸质的谷物及其制品、鱼类及其制品等。但本次调查数据仅能反映消费者对致敏物质信息的关注程度, 不能反映消费者真实的食物过敏情况。我国食物过敏本底情况尚不清楚, 有待进一步研究。

消费者认为大礼包外包装 需根据情况标注小包装信息

当您购买多种产品组合的促销大礼包时, 您接受下列哪些标示方式?

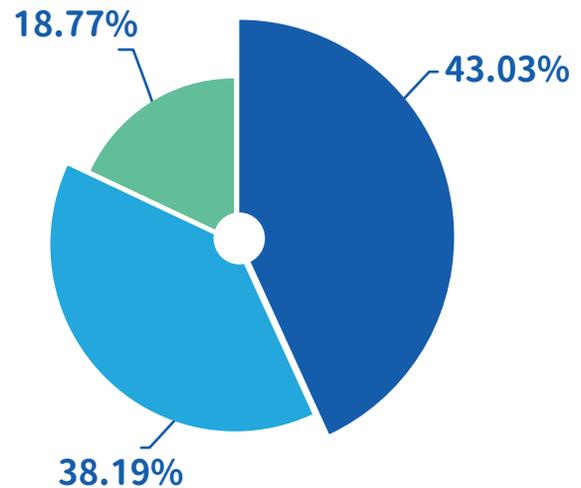


就多种产品组合的促销大礼包而言, 近半数消费者认为大包装上要清楚地标出每一个小包装食品的信息, 但如果透过大包装能够清晰识别出里面的小包装的信息、大包装能够轻易打开或已经在网页上展示了小包装的信息, 则不必标注小包装的内容。

多数消费者接受进口食品原包装加贴中文标签

目前进口食品的中文标签,有以下两种标示方式,请问您可以接受哪种方式?

关于进口食品的中文标签的两种标示方式,超八成消费者可接受“在原包装上加贴同等含义的中文标签”,仅一成多消费者明确希望包装上直接印制中文标签。此外,近四成消费者认为只要能了解产品信息两种方式都可以接受,这可能是由于两种方式的差异对购买和食用进口食品没有根本性的影响。



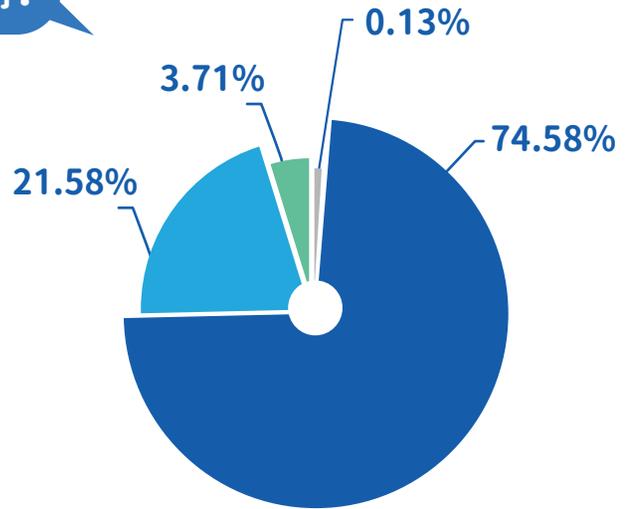
- 在原包装上加贴同等含义的中文标签
- 只要能让我了解产品信息,我都可以接受
- 包装上直接印刷中文标签



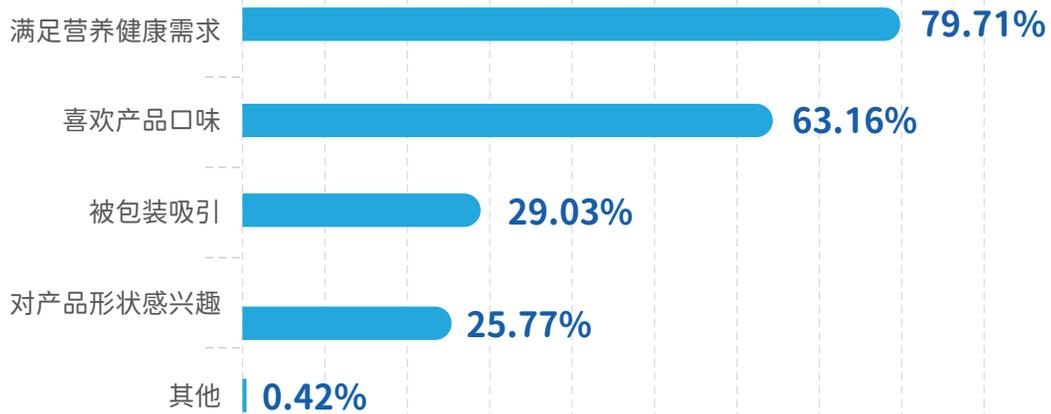
适宜人群信息有助于消费者为特定人群选购食品

适宜人群信息, 对您选购有何影响?

- 有利于我合理选购
- 没有影响
- 不利于我合理选购
- 其他



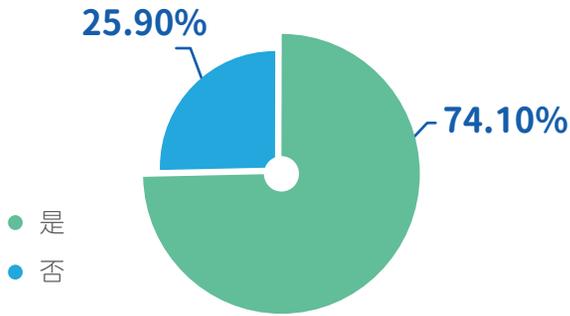
您为特定人群购买产品的主要原因是什么?



七成以上消费者认为适宜人群信息有利于自己合理选购预包装食品, 他们为特定人群购买产品的原因主要是满足营养健康需求、喜欢产品口味, 其次可能也会因对包装、产品形状感兴趣而购买。可见从保护消费者的角度, 能否满足特定人群特殊营养需求对评价和管理适宜人群信息是非常重要的。

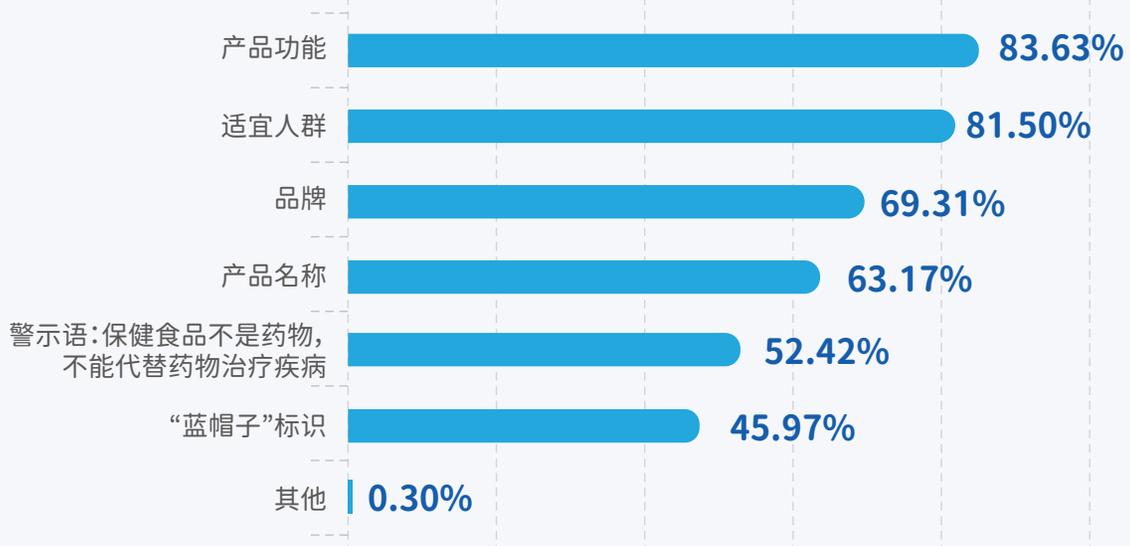
消费者最希望在保健食品包装正面看到产品功能、适宜人群信息、品牌这三大信息

您是否购买或关注保健食品？

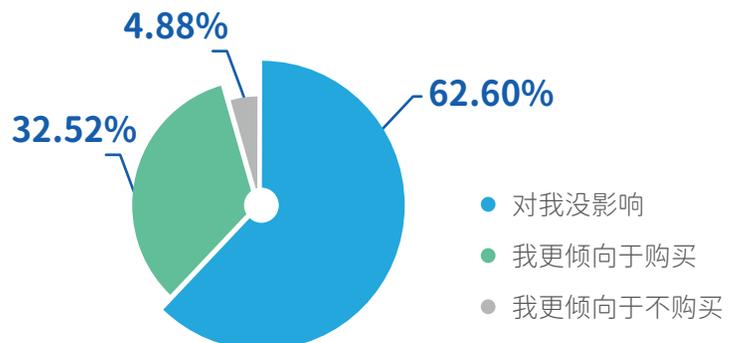


七成以上消费者购买或关注保健食品，消费者最希望在保健食品包装正面看到产品功能、适宜人群信息、品牌这三大信息。总体而言，保健食品的警示语信息对大多数消费者购买意愿没有影响，且对部分消费者有促进消费的积极作用。

购买保健食品时，您希望在包装正面看到哪些信息？



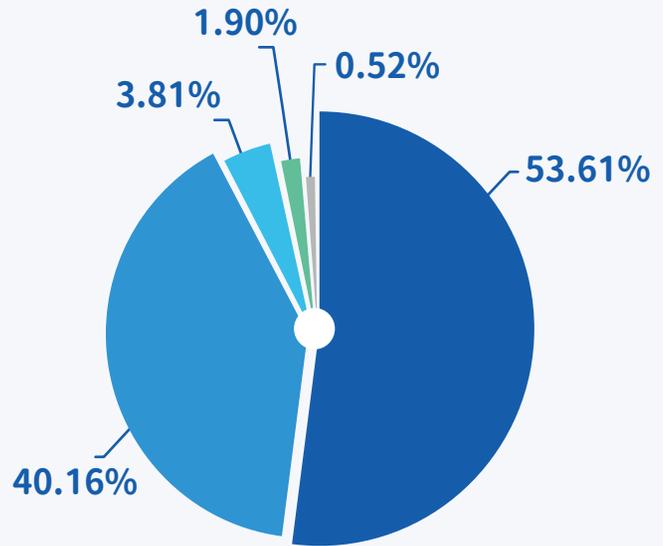
保健食品包装上出现“保健食品不是药物，不能代替药物治疗疾病”信息，会影响您的购买意愿吗？



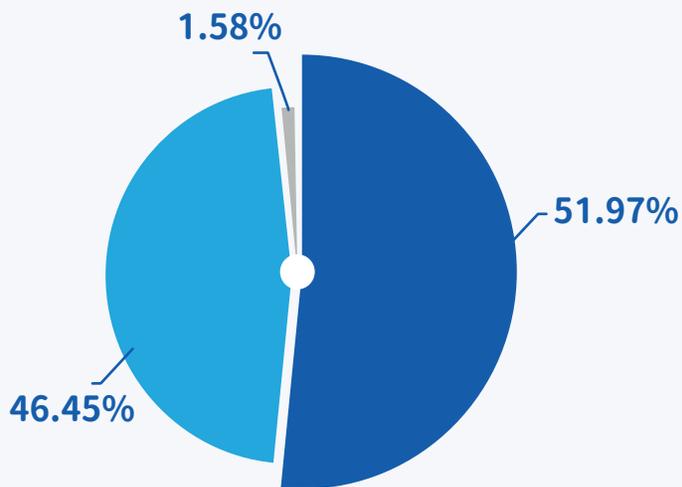
消费者支持食品标签标识标注可回收标志

您是否支持在食品包装上标注包装回收标志或垃圾分类标志？

- 非常支持
- 支持
- 无所谓
- 不支持
- 非常不支持



如果包装上有食品包装回收标志或垃圾分类标志,会不会影响您的购买意愿？



垃圾分类回收的社会关注度日益提升,超九成消费者支持在食品包装上标注包装回收标志或垃圾分类标志。若包装上有这些标志,超半数消费者更倾向于购买这些食品。

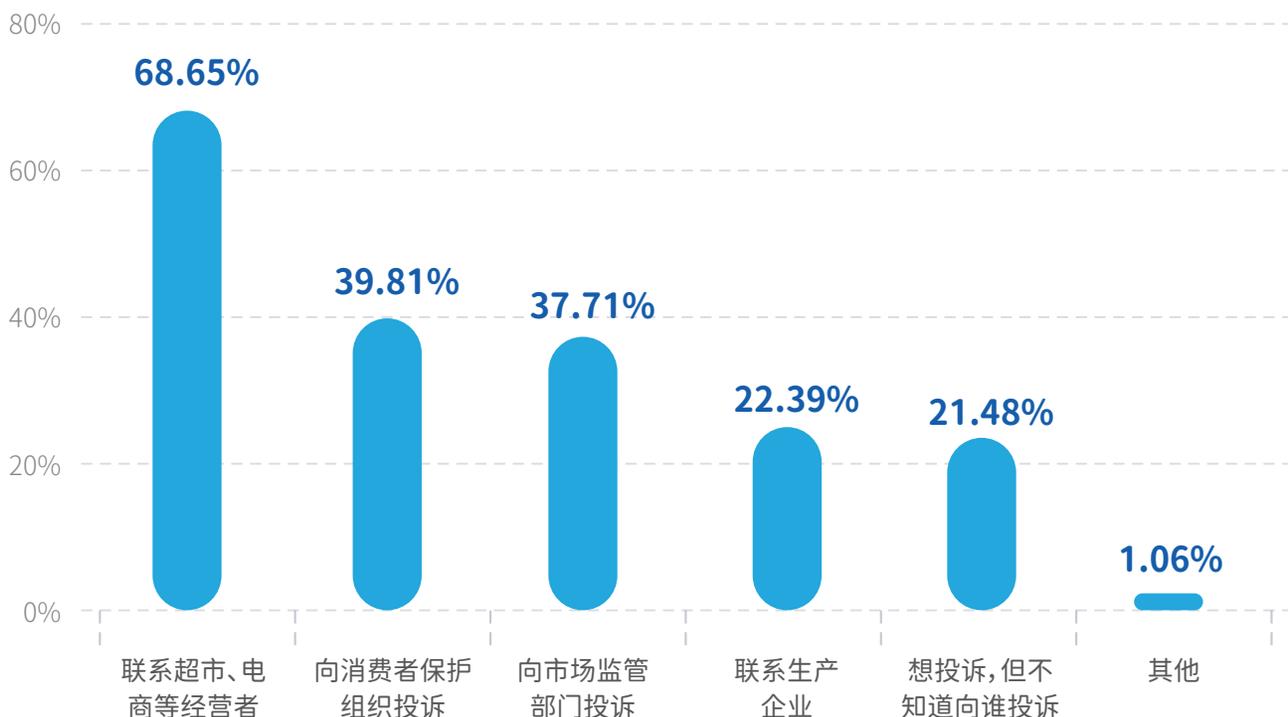
- 我更倾向于购买
- 对我没影响
- 我更倾向于不购买

消费者对于食品标签问题的处理方式及未来建议 04

消费者对于食品标签存在问题的处理方式

当遇到食品标签标识问题时，消费者首先选择联系超市、电商等经营者，其次是向监管部门和消费者保护组织投诉，半数以上消费者会选择两种及多种处理方式。

如您遇到食品标签标识问题，您会怎么做？



消费者对食品标签标识的建议和意见

本次调查共收集到1770余条针对食品标签标识管理的意见建议,简要概括为以下三点:



1

目前标签信息过多,希望更简洁、清晰、突出重点,尤其是消费者最关注的信息。

2

希望食品企业标示真实信息,不要使用模棱两可的误导性语言。

3

希望相关政府部门加强对食品标签标识的监管,打击弄虚作假和误导消费者的行为。





建议



加强食品标签标识的公众教育

食品标签,尤其是营养标签和配料表,是消费者科学合理选择食品的重要工具,但相当多的消费者对营养标签认识不足,对配料表的关注存在较大偏差,部分消费者对“食品真实属性名称”缺乏认知。这造成一些消费者不能很好的规划食品消费,片面追捧“无添加”,无法有效规避“固体饮料冒充特医奶粉”等情况。为使消费者了解和合理选购产品,建议政府加快完善健康声称的监管。同时,建议政府、行业和企业积极加强食品标签标识的消费者教育,提高他们通过食品标签标识选择恰当食品的能力。



食品标签标识管理需适应消费环境的变化

越来越多的消费者通过网络购买食品,新冠疫情加速了这一趋势。调查显示,大多数消费者是在选购食品时查阅标签标识,但线上销售环境与线下有很大差异,因此应根据具体情况,宽严有度的调整管理措施。



做好监管需求和 消费者需求的 协调统一

监管部门和行业在食品标签标识管理上的主要分歧在于厂名厂址、保质期、进口食品标签、适宜人群、保健食品警示语等具体标示方式。本次调查发现,厂名厂址、进口食品标签、保健食品警示语主要是监管需求,保质期和适宜人群标注主要是消费者需求。同时,相当一部分消费者认为食品标签信息过多,重点不突出,部分关注度很高的信息反而不易看到。

建议监管部门在满足消费者知情权和满足监管需要之间取得平衡,有重点地开展标签管理,同时充分考虑成本效益因素及疫情对食品产业链的冲击,避免企业过多的额外支出转嫁消费者。对消费者关注度高且会对其购买行为产生影响的内容,如无添加、适宜人群、日期标示、警示用语和注意事项等,建议综合消费者及监管诉求、企业技术可行性,经济效益和社会效益,科学引导规范,显著标识;对消费者关注度不高的内容,如执行标准代号、厂名厂址等,在不影响消费者知情权的前提下,可在标示方式和要求上开放给企业更多的空间。



调查局限性

限于时间和成本及调查渠道因素,本次消费对象以60岁以下人群为主,可能无法代表总体消费者。

中国消费者 食品标签标识认知 及使用状况 调查研究报告



科信食品与营养信息交流中心
2020 年