

咖啡含致癌物? 被误读的一场虚惊

专家提示消费者应客观认识、理性对待

本报记者 卢岳 □ 王鑫坤

不久前,福建省消费者权益保护委员会联合福州市消费者权益保护委员会发布了《2023 现制咖啡比较试验报告》(以下简称“报告”)。报告中对瑞幸、星巴克、COTTI COFFEE 等 20 个主流咖啡品牌的 59 款现制咖啡开展了比较试验,样品基本涵盖市面在售的现制现售咖啡产品。试验结果显示,受测样本中均检测出低含量的 2A 类致癌物丙烯酰胺。报告发布后在社会上引起广泛争议,大众就咖啡中的丙烯酰胺是否致癌、每日摄入量等问题展开了讨论。

记者观察到,目前快餐式咖啡、果茶、奶茶等诸多热门饮品的配料和成分并未展示在其外包装以及店内产品简介当中,丙烯酰胺、阿斯巴甜等成分的含量消费者无从得知。以消费者健康为出发点,商家是否应当公开其饮品的配料及成分表?若因饮品未公开成分而导致健康问题,消费者又该如何维护自身权益呢?

咖啡“致癌物”惹争议 “健康之问”引关注

记者获悉,北京营养师协会理事顾中一文指出,咖啡豆经过烘烤才会有较大的香气,烘烤的过程难以避免会产生丙烯酰胺。据了解,在世界卫生组织公布的四类致癌物中,“丙烯酰胺”属于 2A 类致癌物,也就是对动物致癌的证据充分,但对人致癌作用证据不足。

“300ml 的黑咖啡含有大概 0.45 微克丙烯酰胺,而成年人的日常耐受大概是 185 微克,所以客人只要每天不喝大概 400 杯咖啡就没问题。”蓝山咖啡品牌经理在接受本报记者采访时表示。记者了解到,目前我国暂未对咖啡中丙烯酰胺有限制性或禁止性规定。针对上述咖啡均检测出丙烯酰胺的问题,瑞幸、星巴



克、库迪咖啡等均表示产品符合国家安全标准。

福州市消委会也回应称,希望推动相关部门制定丙烯酰胺相关标准,促进相关企业改进生产工艺和条件,采取有效措施尽量减少食品中丙烯酰胺的形成。记者观察到,虽然丙烯酰胺的舆论热议已告一段落,但其影响仍在继续。“由于原料被发现是‘致癌物’,肯定会产生消费者心理的恐慌,确实会对企业的品牌和产品产生影响。”品牌管理专家伍岱斌说。

“检测出‘致癌物’让我心有余悸,而报告中提到的其他成分问题也让我很在意。”消费者孙美华告诉记者。

“丙烯酰胺”非例外 饮品成分需重视

报告中提到,除了丙烯酰胺,各家受检产品也在能量、糖分、咖啡因等项目的检测中展现出较大差异,应当引起消费者关注。除了咖啡以外,近年来无糖饮品的健康问题也是消费者关

注的热点问题。先前,国际癌症研究机构、世界卫生组织和粮食及农业组织食品添加剂联合专家委员会就阿斯巴甜对健康的影响发布评估报告,并将阿斯巴甜归类为可能对人类致癌的 2B 类致癌物。

值得注意的是,针对丙烯酰胺、阿斯巴甜的评级考虑的是“证明某种东西致癌的证据强度”,仅涉及可能性,和摄入量无关。然而,在“致癌”方面证据不足,并不意味着其对健康无害。

记者看到,除了在生产过程中生成的丙烯酰胺,如今的大部分食品、饮料产品都会加入阿斯巴甜等食品添加剂,为保证产品口感的同时维持较长时间的储存,但部分成分对于健康的危害程度却仍未可知。“看了各种科普文章后还是很担心,不清楚日后这些食品会不会检测出其他威胁健康的成分。”孙美华表示。

近期,福州市消委会在官方微信里称,比较试验之所以将丙烯酰胺列为检测项目,旨在通过宣传普及咖啡

及其制品消费知识,帮助消费者正确认识风险并客观理性看待,切实保障消费者的知情权和自主选择权。

饮品成分应公开 触及健康可维权

“年轻人对于饮品的需求量是越来越大,在市场利益的驱动下,各种饮品应运而生。一些商家可能为了降低成本使用低质量或有害原料,从而影响消费者的健康。”浙大城市学院文化创意研究所所长林先平告诉记者。

记者随机调查了四款知名饮品,发现其配料及成分表并未展示在包装及店家相关产品简介当中,取而代之的是吸引人的图案装饰和一些简单堆砌的原料说明。“虽然未有明确规定食品必须公开成分表和配料表,但这一要求符合食品安全法的精神。”业内人士表示,为了保障食品安全,市场监督管理部门应该严格监管,要求不同饮品的配料表及成分表公开展示于显眼的

位置。对于消费者因饮品未公开成分而导致的健康问题,记者了解到,根据《食品安全法》《消费者权益保护法》等法律法规,消费者可以采取以下维权方式:向商家协商解决,要求赔偿损失。如果商家不同意赔偿,可以向消费者权益保护部门投诉举报。如果仍无法解决问题,可以委托律师起诉商家,通过法律途径要求赔偿损失。

如今越来越多的消费者开始关注快餐饮品的健康问题,有很多店家也在宣传时强调“健康”概念。“这种趋势有利于传播健康生活理念,但是,这种宣传是没有依据和经过实践论证的,存在虚假宣传的法律风险。”林先平认为,仅凭宣传不能完全保证产品的健康品质,还需加强对饮品行业的监管。同时,消费者在选择饮品时,也应结合自身需求和健康状况,审慎挑选。

饮料行业驰援震区 捐款捐物超千万元

本报讯(记者 解磊)12月18日深夜,甘肃临夏州积石山县发生 6.2 级地震,灾情牵动着社会各界的心。记者从中国饮料工业协会获悉,一方有难,八方支援,面对突如其来的灾情,饮料行业纷纷启动应急救援响应机制,快速作出应对,助力灾区同胞渡过难关。据不完全统计,已有康师傅、百事、华润怡宝、娃哈哈、中粮可口可乐、农夫山泉、东鹏饮料、王老吉等多家饮料企业开展赈灾救助行动,捐款捐物超 1000 万元,助力震区救援、提供物资保障。

康师傅第一时间启动应急保障预案,在政府部门的指导下迅速协调集团内外一切有效可用的力量,协同周边地方公司、本地经销商等生产及销售网络,从多个就近仓库中紧急调拨超 2 万件饮用水、方便面等救援急需物资。截至 12 月 19 日下午,康师傅已发出四批紧急物资,4800 瓶饮用水运抵积石山县大河家镇,15960 桶方便面已送达当地参与救援的相关单位和社会福利院。据悉,康师傅的支援行动还在持续进行中,预计将在现场救援、居民安置以及重建过程中,陆续投入价值 500 万元的物资。

百事公司立即启动“百事同心·驰援甘肃”计划,宣布向中国乡村发展基金会捐款捐物共计 200 万元,用于购买救灾应急物资,同时捐赠百事公司旗下 13 万瓶纯净水和即食食品,为受灾地区群众提供清洁饮用水和安全食品。

华润怡宝连夜启动应急救援快速响应机制,甘肃市场团队第一时间联系当地政府部门,了解灾情现场与转移受灾居民的物资需求,与当地经销商协同紧急调拨第一批赈灾物资 12000 瓶怡宝纯净水驰援震区,全力保障灾区居民的饮水安全。此外,华润怡宝还紧急调拨第二批赈灾物资 100 顶救灾帐篷,连夜专车发往灾区。

农夫山泉甘青宁分公司第一时间成立救灾物资小组,组织调拨饮用水物资。12月18日,第一批 9600 瓶饮用水抵达现场临时安置点,24000 瓶饮用水抵达地震严重地区临夏积石山县大河家镇的灾民安置点。之后农夫山泉又向应急救援中心送去 9600 瓶瓶装水和 3600 桶桶装饮用水予以支援。随着救援工作的展开,农夫山泉将会组织调拨更多物资送至灾区。

此外,娃哈哈从临近工厂紧急调拨了 15000 瓶纯净水和 12000 罐八宝粥,支援甘肃、青海震区,助力保障受灾群众的饮水、饮食安全。中粮可口可乐启动“净水 24 小时”应急救援机制,紧急调配 72000 瓶饮用水驰援积石山灾区。东鹏饮料迅速行动,紧急向参与甘肃受灾地区救援的 21 支消防队伍捐赠 12 万瓶产品,为持续奋战在救援一线的消防官兵提供能量支持和后勤保障。广药集团也携王老吉大健康公司紧急组织救灾物资,通过广东省红十字会向甘肃省捐赠总计 330 万元抗震救灾物资和现金,为当地人民尽一份力量,帮助当地重建及复工复产。

中国饮料工业协会表示,每一次灾害来临,都会出现饮料企业赈灾救助的身影,或慷慨捐款捐物,或奋勇当先抵达现场赈灾救助,以利他利众之心传递温暖与大爱,传递社会正能量,弘扬中华民族传统美德。

原材料迭代升级

新茶饮走向更广阔市场

过去一年,新茶饮赛道异军突起,涌现出了许多家喻户晓的品牌:喜茶、奈雪的茶、茶百道、古茗、茶颜悦色、沪上阿姨、霸王茶姬……这些新茶饮品牌通过不断推出新产品、策划联名活动,深受年轻消费群体的喜爱,市场份额日益增长。

中国连锁经营协会新茶饮委员会此前发布的《2023 新茶饮研究报告》显示,今年全年国内新茶饮消费市场规模有望达到 1498 亿元,至 2025 年预计进一步扩张至 2015 亿元。

谈到新茶饮赛道内的变化,最直观体现在原材料的迭代升级上。

2012 年,新茶饮头部品牌喜茶通过使用新鲜芝士和茶底为原料制作出了芝士茶,优质茶叶、鲜奶、新鲜水果等天然食材开始替代低品质的奶茶粉末和香精,逐渐成为茶饮市场的主流。

近日,由中国饮料工业协会、天津科技大学主办,康师傅饮品投资(中国)有限公司独家冠名支持的 2023 年度“中饮协—康师傅杯”天津市大学生饮料创新大赛总决赛在天津科技大学成功举办。

据悉,2023 年度“中饮协—康师傅杯”天津市大学生饮料创新大赛于 4 月启动,并自 8 月起在全天津市各大高校展开作品征集,经统计共收到作品 166 项,最终选拔出 45 项作品入围总决赛。

天津市大学生饮料创新大赛自 2013

如今,众多品牌接连使用新鲜原材料完成茶饮制作,新茶饮供应链升级走向常态化,并逐渐发展为一个现象级的新消费“风口”,头部品牌效应凸显。

在原材料升级的同时,消费者对茶饮的消费需求日益健康化。为回应消费者的需求,今年多个茶饮品牌开始公开自己的配料表。

今年 8 月,霸王茶姬在小程序中上线了“产品身份证”功能,目前可查询到 30 多款产品的成分,同时在门店菜单、小程序、外卖等渠道上线“低负担控糖专区”;9 月,霸王茶姬又上线了“热量计算器”,消费者一点即可获知不同甜度、不同容量的奶茶热量。10 月,喜茶宣布主动公开所有在售产品的配方原料、营养成分和真品质原料溯源信息,目前喜茶已通过“喜茶 GO”微信小

程序公开了 40 多款产品的配方原料,涉及超 40 种真原茶、真水果、真牛乳、真蔗糖等原料溯源信息。

中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建认为,“消费者高度关注添加剂、原材料成分等信息,表明公众健康意识增强,对产品健康化的需求提升,是近些年食品产业转型升级的核心推动力。新茶饮产品质量提升和品质改进有利于产业的健康发展。”

十年来,新茶饮品牌根植于中国茶文化,除了为国内消费者提供优质产品外,心中也埋下了一个“影响世界,打造全球化茶饮品牌”的远大理想。

在品牌发展上,喜茶作为首个出海的国内新茶饮品牌,于 2018 年在新加坡开出首家海外门店,将新茶饮带出国门。自 2023 年 8 月起,喜茶在英

国、澳大利亚、加拿大等多个国家的核心商圈接连开出当地首店,全面加速喜茶在海外的业务与品牌发展。

另一家出海较早、海外门店较多的新茶饮品牌是霸王茶姬。2018 年,霸王茶姬海外事业部成立;2019 年 8 月,霸王茶姬海外首店落地马来西亚,随后又进入新加坡和泰国。目前,霸王茶姬在东南亚的门店已经达到近 70 家,成为马来西亚市场的头部茶饮品牌。

此外,茶百道的韩国首店在 10 月 31 日落地首尔;12 月,奈雪的茶泰国首家门店落地曼谷;今年以来,甜啦啦在印尼雅加达开出 6 家门店。

对于加速布局海外的新茶饮品牌来说,未经充分开发的蓝海市场可以带来更多的营收和利润,但也面临许多未知的发展挑战。例如,如何通过本地化运营吸引当地消费者,如何做好门店品控、磨合与当地加盟商的关系等等。值得肯定的是,坚定“走出去”这一战略,将赋予茶饮行业更广阔的市场想象空间。

(中国商报)

聚焦可持续未来

“中饮协—康师傅杯”大学生饮料创新大赛收官

年由中国饮料工业协会发起,至今已走过 10 个年头,大赛的主旨是通过比赛探索饮料行业产学研融合发展的新机制,培养和提升食品饮料行业学生创新、创意、创造、创业意识和能力,促进食品饮料行业人才培养、技术创新。本届创新大赛总决赛精彩纷呈

呈,硕果累累,共 45 组入围决赛进行同台竞技,争夺一、二、三等奖。总决赛以学生展示作品实物、答辩和校内外权威专家审评相结合,既为参赛学生提供展示创新学习、实践的平台,又能加强学生与行业专家间对话交流、互动,进一步拓宽高校学生的思维和眼界。

王远平表示,明年该公司将大量收购春、夏、秋季的机采鲜叶、各类茶片、茶末,大幅提升产能。咸安茶产业一直是咸安区经济发展的重要支柱。该区现有茶园面积超 10 万亩,干茶产量 5000 吨,销售额达 2.73 亿元,拥有巨大发展潜力和广阔市场前景。

王远平表示,明年该公司将大量收购春、夏、秋季的机采鲜叶、各类茶片、茶末,大幅提升产能。咸安茶产业一直是咸安区经济发展的重要支柱。该区现有茶园面积超 10 万亩,干茶产量 5000 吨,销售额达 2.73 亿元,拥有巨大发展潜力和广阔市场前景。

在决赛参评学生展示作品环节,有以调查报告、产品或模型图片、影视资料等多种形式进行作品展示,更有激烈的 PPT 展示答辩环节。现场氛围热烈而激昂,灵感和思维碰撞出激情的火花,展现出当代青年的青春与活力。

(中饮)

今年 6 月,咸安区正式注册“咸安茶”集体商标,将区域内生牲川、三山川、川玉、罗针、剑春、翠剑等 20 多个茶叶品牌整合在一起,打造茶叶区域公共品牌,提升咸安茶叶产业集群整体市场竞争力。

据悉,“咸安茶”首次出口,填补了咸安区茶叶外贸的空缺。今后咸安区将借此东风,充分发挥咸安区茶叶协会作用,助力茶企抱团出海,做大做强“咸安茶”区域公共品牌。

(湖北日报)

海南省推进

咖啡国际新型专业市场建设

近日,海南省商务厅制定《关于推进海南咖啡国际新型专业市场建设的指导意见》(以下简称《指导意见》),海南将从 12 个方面推进咖啡国际新型专业市场建设。

此次制定《指导意见》旨在对标国际高水平经贸规则,加快推动海南省咖啡专业市场高质量发展,打造具有国际影响力的海南自由贸易港咖啡专业产业集群,搭建全球咖啡供应链的开放合作平台,为全球咖啡供应链和产业链提供高质量、便利化服务,积极引进咖啡产业链的相关企业在海南集聚,推动海南建设国际咖啡贸易和加工专业市场。

《指导意见》提出,充分发挥海南自由贸易港政策优势,基于实现咖啡“买全球”“卖全球”的发展目标,着眼精品化路线,聚焦行业突出问题,构建集“种植、展示、交易、会展、加工制造”于一体的全产业链政策支撑体系,打造具有更强创新力、更高附加值的咖啡专业市场链。到 2025 年,全省咖啡及相关产品进出口贸易年均增长不低于 20%,具有国内竞争优势的海南特色咖啡品牌建设得到加强,推广形成一批咖啡门店,打造并引进一批特色品牌,人才培育和专业认证(评价)机构初步建立,引进一批现代化咖啡加工企业,形成一批产业关联的对外投资企业,产业基础能力和产业链现代化水平不断提升;到 2030 年,咖啡及相关

产品进出口贸易进一步提升,咖啡相关加工能力大幅提升,形成一批具有国际知名度的海南地方特色咖啡品牌,初步建设形成具有海南自贸港特色优势和竞争力的咖啡专业市场。

《指导意见》明确的 12 个方面主要工作为:鼓励咖啡行业头部企业以海南为基地开展进出口贸易和对外投资;鼓励利用海南自贸港政策优势开展咖啡进口加工业务;完善咖啡国际贸易相关的便利化配套措施;推动咖啡精品全球展示交易和推广;探索咖啡交易市场建设和交易中心建设;为行业提供金融便利和支持;提高咖啡产业质量水平;与国际主要咖啡生产国相关组织建立合作关系;建立海南自贸港咖啡行业专家咨询委员会;打造以咖啡为主题的产业集聚区,推广海南特色咖啡文化;提升咖啡行业水准和消费水平;形成配套产业扶持政策。

海南省鼓励咖啡产品生产商利用海南自贸港加工增值、自用生产设备和原辅料“零关税”等政策优势,在海南布局咖啡加工生产业务,探索“前店后厂”等产业模式;海南省将根据市场需求,推动开通或加密与咖啡主要产出国和消费国的海运和航空航线;在咖啡国际专业市场的规则、规划、管理、标准等领域,与高水平国际标准实现接轨对接。

(中新)

消费提示

科学饮用现制饮料

注意饮用时限: 现制饮料最好要现制现饮,从制作到饮用不超过 2 个小时,建议不要把现制饮料存放在冰箱内隔夜饮用。若饮料风味、外观口感等异常时,应立即停止饮用。

注意饮料成分: 现制饮料添加珍珠、芋圆等辅料时,要慢饮浅吸,避免吸入气管导致窒息,小朋友要在大人的看护下安全饮用。过敏人群要注意产品是

否含有致敏原,可提前向门店询问确认。**注意饮用方式:** 饮用冰饮或冷饮时,避免短时间内大量饮用,特别是剧烈运动后或消耗大量体力后,以免引起身体不适。饮用热饮时注意温度,避免烫口。血糖高的人群应尽量避免饮用含糖饮料。此外,现制饮料不要过量饮用,更不要以喝饮料代替喝水。(中国食品科学技术学会)

“咸安桂茶”首次搭乘“一带一路”快车飘香海外

12月20日,“咸安桂茶”搭上“一带一路”快车,从咸宁运往马来西亚。这是“咸安桂茶”首次飘香海外。

“这笔单子从认识到考察,历经 3 个月时间,是我们工厂的第一笔外销订单。”“咸安桂茶”出口启动仪式上,楚王茶叶有限公司生产厂长王远平介绍,4 个月前,该公司通过参加“一带

一路”茶文化交流活动认识了马来西亚的一家外贸公司。

此后 3 个月内,这家公司 3 次派人到咸宁考察,最终达成了长达 3 年的销售协议。按照协议,首发成功后,从 2024 年起,公司将按“每月 4 个集装箱”的频率,向对方供应“咸安桂茶”。