

100%、NFC+、果汁饮料……哪个更靠谱？ 解码果汁包装的“文字谜题”

炎炎夏日，很多消费者都喜欢饮用果汁，尤其是纯果汁、原果汁等产品。而商家抓住这种心理，大量使用“100%”“NFC”等元素包装果汁。消费者在眼花缭乱的信息轰炸中，很难判断果汁的真实状况，有些商家还把包装上的文字游戏玩出了新高度。业内人士提醒，别光注意果汁包装正面的醒目大字，包装侧面、后面的小字配料表，才能说明真实状况。



“300颗蓝莓” 配料最多是水

超市的饮料柜台，色彩缤纷、琳琅满目的果汁让消费者挑花了眼；电商平台上，视频、图片、文字立体轰炸，更是让消费者一时不知如何选择。

很多果汁都在包装瓶、盒正面的显著位置，强调了“100%”字眼。记者在超市饮料柜台前随机询问了几位消费者，他们中绝大部分都认为，100%果汁就是原榨果汁，原料是新鲜水果榨汁，不添加其他物质。

但实际上，仔细看这些100%果汁配料表，会发现很多都是“浓缩果汁+水”。与果汁包装正面硕大的100%相比，其侧面、背面配料表等信息的字号就要小很多了。

一种玻璃瓶包装的100%葡萄汁，在瓶颈附近还装饰了纸质标签，印有“100%、纯、用心做好果汁。”而配料表上则显示，该饮料灌装的是饮用水+浓缩葡萄汁。

一种纸盒包装的100%果汁含蓝莓复合果蔬汁，包装正面

除了醒目的“100%果汁含量”，还用大字印着“300颗蓝莓”。配料表显示，产品由水、浓缩苹果汁、浓缩蓝莓汁、浓缩红葡萄汁、浓缩紫胡萝卜汁组成。配料表下方还有一个注释：本品每瓶蓝莓汁含量约19%（复原后），蓝莓鲜果单颗均重900mg，出汁率约68%，由此推算蓝莓汁含量约相当于300颗蓝莓。

根据相关规定，配料表中各成分需按制造或加工时的加入量由高到低排列，首位成分含量最高。由此可见，这款蓝莓复合果蔬汁中，水和浓缩苹果汁加入量显然要比浓缩蓝莓汁高。

加“饮料”的配料表不一样

第二个挑选果汁的技巧，是注意“饮料”这两个字。在《果蔬汁类及其饮料》（GB/T 31121-2014），果蔬汁饮料、果肉（浆）饮料，都是可以添加其他食品原辅料和（或）食品添加剂的。

电商平台上一款沙棘汁，店铺页面宣传：“NFC鲜榨，HPP超高压杀菌，甄选30%头部好果，全程冷链，享受新鲜水果口感。”消费者很容易联想，以为这是一款果汁。实际上产品配料中不但有水和沙棘汁，还有赤藓糖醇（天然甜味剂）、结冷胶（增稠剂）。记者在向店铺客服索要配料表时，他一开始说：“配料表里什么都没有，只有纯的沙棘汁。”后来在发来配料表图片后，又改口道：“这是一款果汁饮料。”

在超市，一种鲜萃山楂汁饮料瓶上主打“添加NFC山楂原浆，0添加色素、防腐剂、甜味剂，1瓶约含山楂50颗（以每颗山楂6克计算）”，实际上也是果汁饮料，配料表中有水、NFC山楂原浆、山楂、冰糖、紫胡萝卜浓缩汁。记者在电商平台找到该款产品，客服解释说，该产品的“0添加”指的是0添加工业添加剂。页面中有很隐蔽的小字显示，0添加甜味剂指的是0添加甜蜜素（人工合成甜味剂）。

消费者在线上和线下挑选果汁，很少看见大大方方使用“复原果汁”字样的商品。大部分商品都在玩文字游戏，用100%、NFC来吸引眼球。业内人士提醒：“大家在购买果汁前，还是要多研究、仔细看配料表，避免落入‘陷阱’。”

“100%果汁” 不等于原榨果汁

业内人士介绍，目前果蔬行业主要执行的产品专用标准是《果蔬汁类及其饮料》（GB/T 31121-2014），但这是一个推荐性质的国家标准，非强制执行。记者在一款葡萄汁包装上看见，它执行的标准是Q/MLY0006S，是该葡萄汁生产企业自己制定的企业标准。

根据《果蔬汁类及其饮料》（GB/T 31121-2014），在浓缩果汁中加入其加工过程中除去的等量水分复原而成的制品，可称为果汁（复原果汁）。

只回添通过物理方法从同一种水果或蔬菜获得的香气物质和挥发性风味成分，和（或）通过物理方法从同一种水果和（或）蔬菜中获得的纤维、囊胞（来源于柑橘属水果）、果粒、蔬菜粒，不添加其他物质的产品可声称100%。这与消费者的理解有偏差，但业内人士表示，用浓缩果汁+水制成复原果汁，属

于常见做法，是既经济又高效的生产策略。记者在电商平台上，还找到了大量提供浓缩果汁的商家。这种浓缩果汁，按照浓缩程度，通常标准为2到6倍浓缩果汁。商家表示，消费者需要复原到什么程度的果汁，自己加水调制即可。

业内人士透露，检验机构会对果汁进行指标检验，看数据是否达到100%果汁的标准，但是检测也有局限性，实验室中只能检测样品中所有的水分，无法区分哪些是浓缩果汁中的，哪些是后加的。

买果汁不该成“眼力考试”

如今，买果汁俨然成了“眼力考试”，消费者不得不到配料表中“找水”。消费者认知与饮料标准存在偏差，河北、重庆等地质检部门专门发文做过科普，恰恰印证了挑选果汁时，消费者的困惑是十分普遍的。

市场旺盛需求下，商家精心布局本不是错事，但精力明显用错了地方，当“果汁饮料”混迹于“原榨果汁”，“浓缩还原”伪装成“NFC+”，消费者的知情权与选择权被悄然蚕食，长此以往，透支的终将是商家的信誉与品牌根基。更有甚者，竟有企业试图把“NFC”和“XX颗水果”等概念注册成商标，进一步拉大消费者与商品的认知壁垒。

烈日当头，消费者渴望的是100%果汁的“绿洲”，而非语言文字堆砌的海市蜃楼。新华网曾发文，防止“100%果汁”误导消费者，不妨学乳制品行业的做法，使用复原乳作为原料生产液态奶的，要标明“复原乳”字样，这样的“药方”，饮料企业需认真考虑。

（北京晚报）

选NFC果汁 要注意那个“+”

为了帮助消费者更好地挑选果汁，业内人士也给出了两个小技巧。第一个是选购原榨果汁时要注意“NFC”“HPP”等字样。消费者理解的100%果汁，在《果蔬汁类及其饮料》（GB/T 31121-2014）描述为原榨果汁（非复原果汁）。这种果汁现在行业内有NFC果汁（非浓缩还原果汁）、HPP果汁（超高压灭菌果汁）等。

在超市柜台，记者也看到很多标有NFC字样的果汁。一款100%蓝莓桑葚复合果汁，纸盒正面包装上也有NFC字样。但仔细查看，NFC上方一行小字“特别添加”，下方还有一行小字“蓝莓和桑葚原浆”。再看侧面配料表，显示有水、浓缩苹果汁、浓缩蓝莓汁、浓缩柠檬汁、NFC蓝莓浆（1克/升）、NFC桑葚浆（1克/升）。所以这款100%蓝莓桑葚复合果汁，虽然从产品名称到正面包装都在宣传蓝莓和桑葚，实际配料中这两种NFC果汁原浆排名倒数。

在电商平台，情况更加五花八门。一款100%NFC充气苹果

汁，店铺页面用非常亮眼的红色写着大大的“100%NFC”，而且强调0添加。不过，配料表上显示，产品由水、浓缩苹果汁、NFC苹果汁、二氧化碳组成。记者询问时，店铺客服回复，该饮料不是纯NFC果汁，而是“NFC+”。经客服提醒，记者才注意到店铺页面上所有NFC字样的右上角都有一个小小的“+”。

电商平台上另有一款100%充气苹果汁，也在包装正面印有NFC字样。这家的“+”被巧妙地隐藏在了“NFC”的“C”当中，配料表显示，产品由水、浓缩苹果汁、NFC苹果汁、二氧化碳组成。