



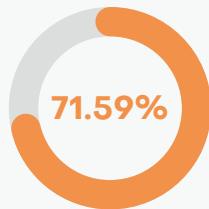
# 2023 中国消费者 食品添加剂认知调查报告



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



# 主要结果



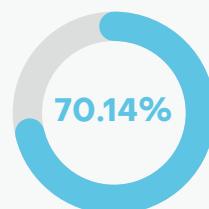
71.59%消费者认为  
“长期从食品中摄入多种食品添  
加剂有害健康”

01



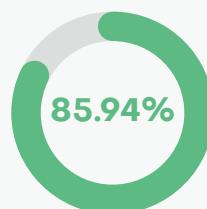
66.03%消费者认为  
“0添加”、“0防腐剂”食品更安全

02



70.14%消费者认为  
“天然来源的食品添加剂比  
人工合成的更安全”

03



85.94%消费者认为  
“瘦肉精和/或三聚氰胺属于  
食品添加剂”

04



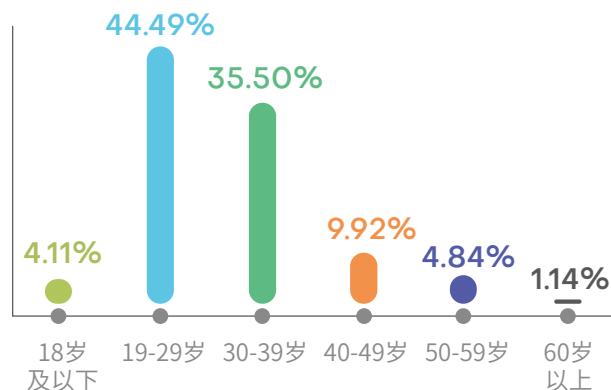
食品添加剂的使用由来已久，伴随着现代食品加工工艺的改进和食品工业的发展，食品添加剂的研发和使用也取得了长足的进步，对食品工业的发展起到了积极的推动作用。

为了解公众对食品添加剂的认知情况，科信食品与健康信息交流中心发起“中国消费者食品添加剂认知调查”，通过线上随机问卷形式，调研了我国5284位消费者，覆盖年龄段从18岁以下至60岁以上，男女比例约为1:1。

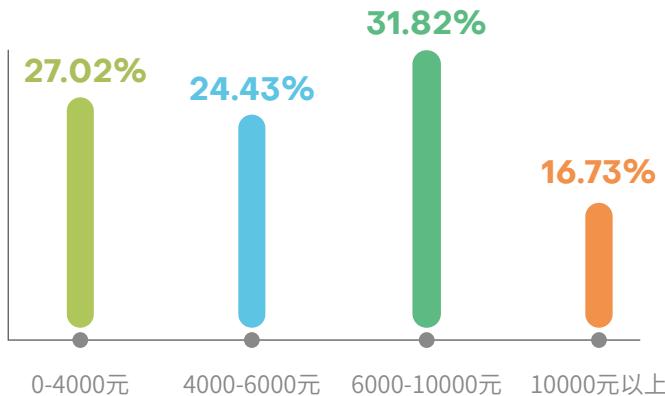
## 消费者画像



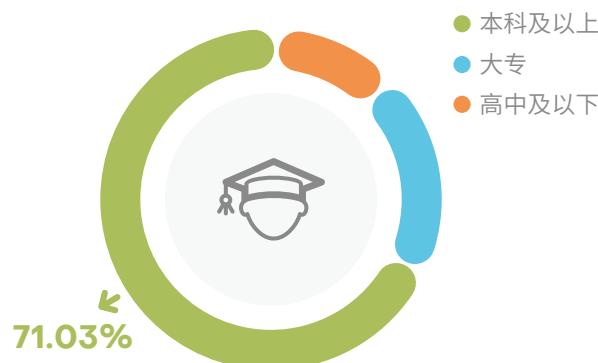
性别比例



消费者所处年龄段



消费者月收入分布



消费者学历分布

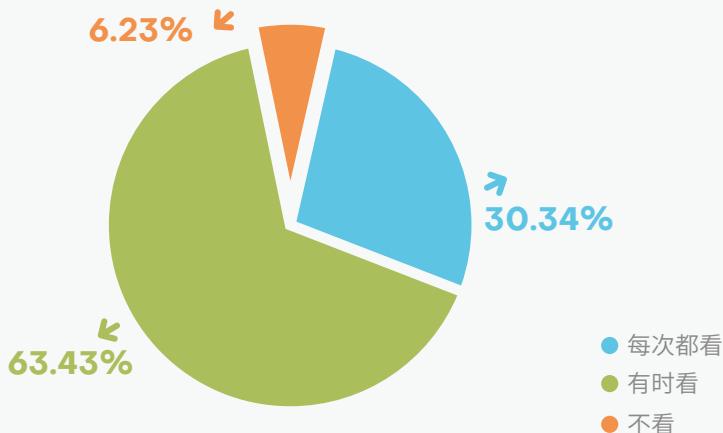
# 主要调查结果

## 消费者非常关注配料表

**93.77%**

消费者在购买食品时  
会查看配料表

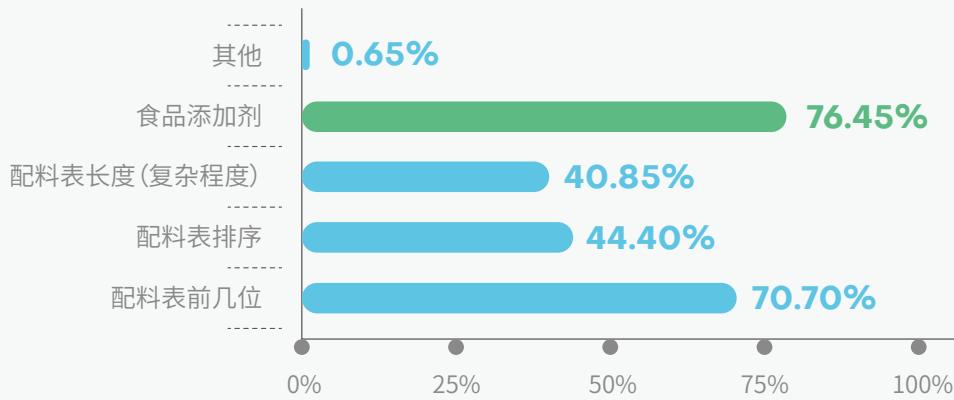
在购买食品时,您是否查看配料表?



**76.45%**

消费者关注配料表中  
食品添加剂

您主要关注配料表的哪些信息?



70.70%

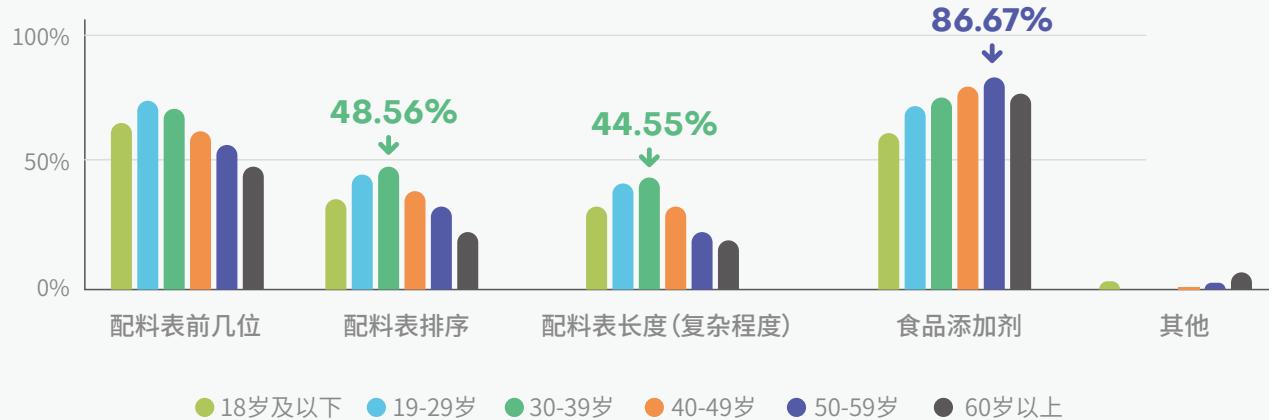
消费者关心  
“配料表前几位”

50-59岁

消费者最关注  
食品添加剂  
86.67%

最关注“配料表长度(复杂程度)”  
和“配料表排序”的均为 30-39 岁  
消费者,在各年龄段占比最高  
(44.55%、48.56%)

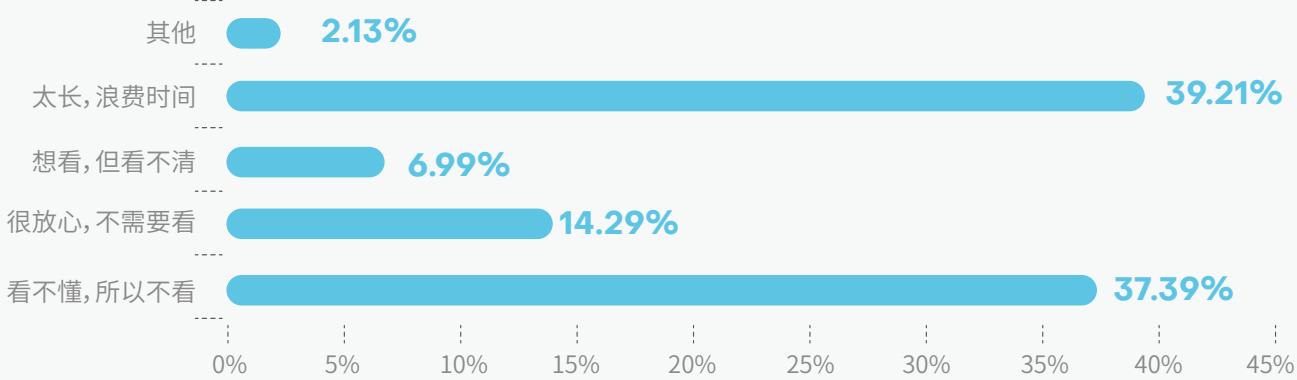
### 消费者年龄段及其关注的配料表信息



80%

因为“看不懂”、“太长,浪费时间”

### 为什么不看配料表?



## 主要调查结果

### 仅12%消费者对食品添加剂持正面态度

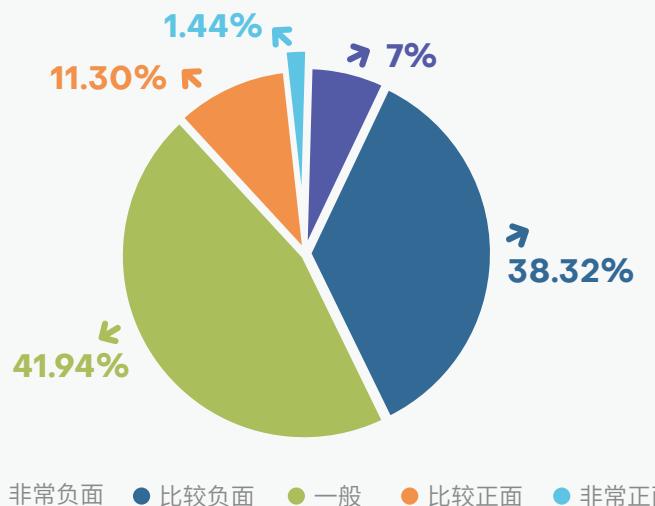
在所有消费者中，

**45.32%**

对食品添加剂表示印象  
比较负面或非常负面

表达负面印象的消费者中，76.49%在购  
买食品时关注配料表中的食品添加剂

您对食品添加剂的整体印象是？



### 最担忧的食品添加剂是防腐剂、色素、香精

消费者最担忧的食品添加剂是

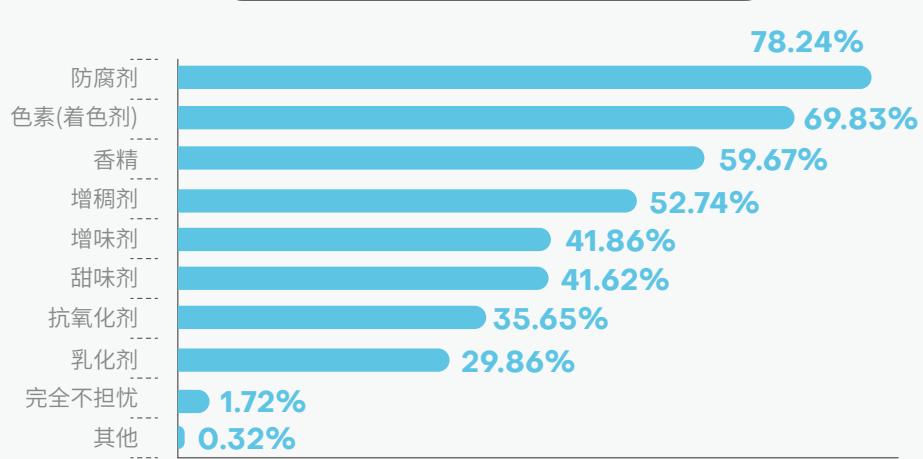
**78.24%-防腐剂**

**69.83%-着色剂**

**59.67%-香精**

表示对食品添加剂完全不担  
忧的消费者仅占比1.72%

下列添加剂，您主要担忧的是？



## 主要调查结果

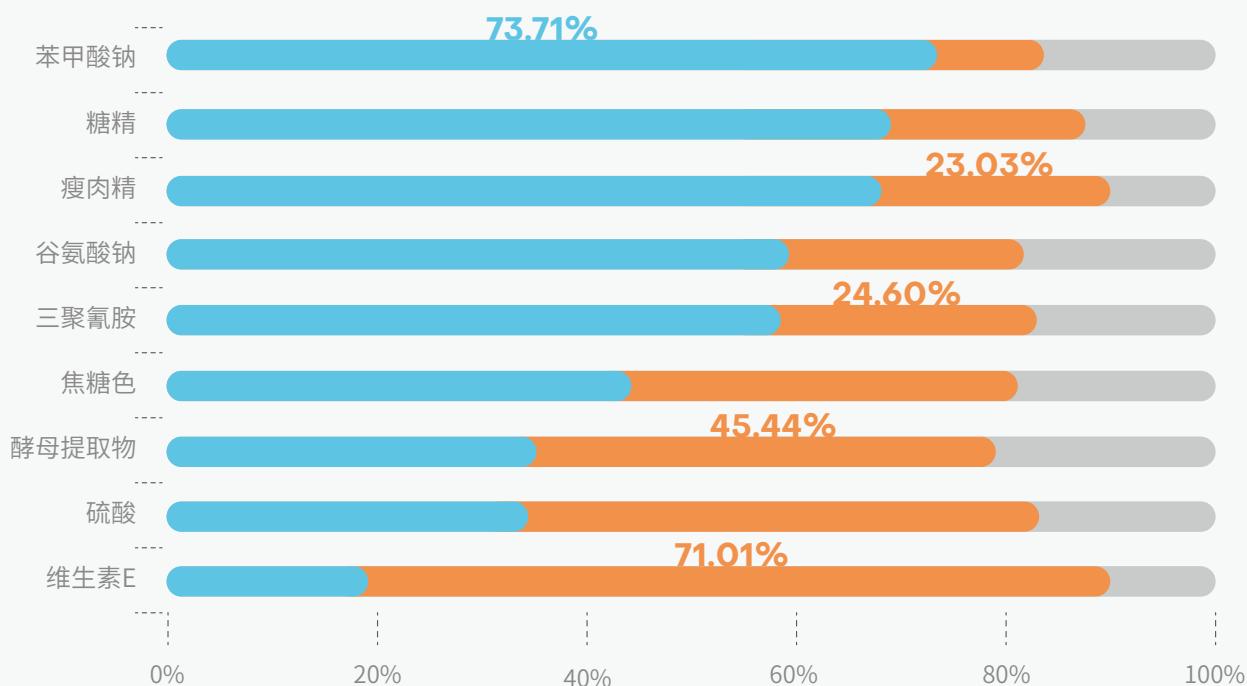
### 大部分消费者无法识别典型的非法添加物

以下物质是食品添加剂吗？

● 是

● 否

● 不知道



**85.94%**

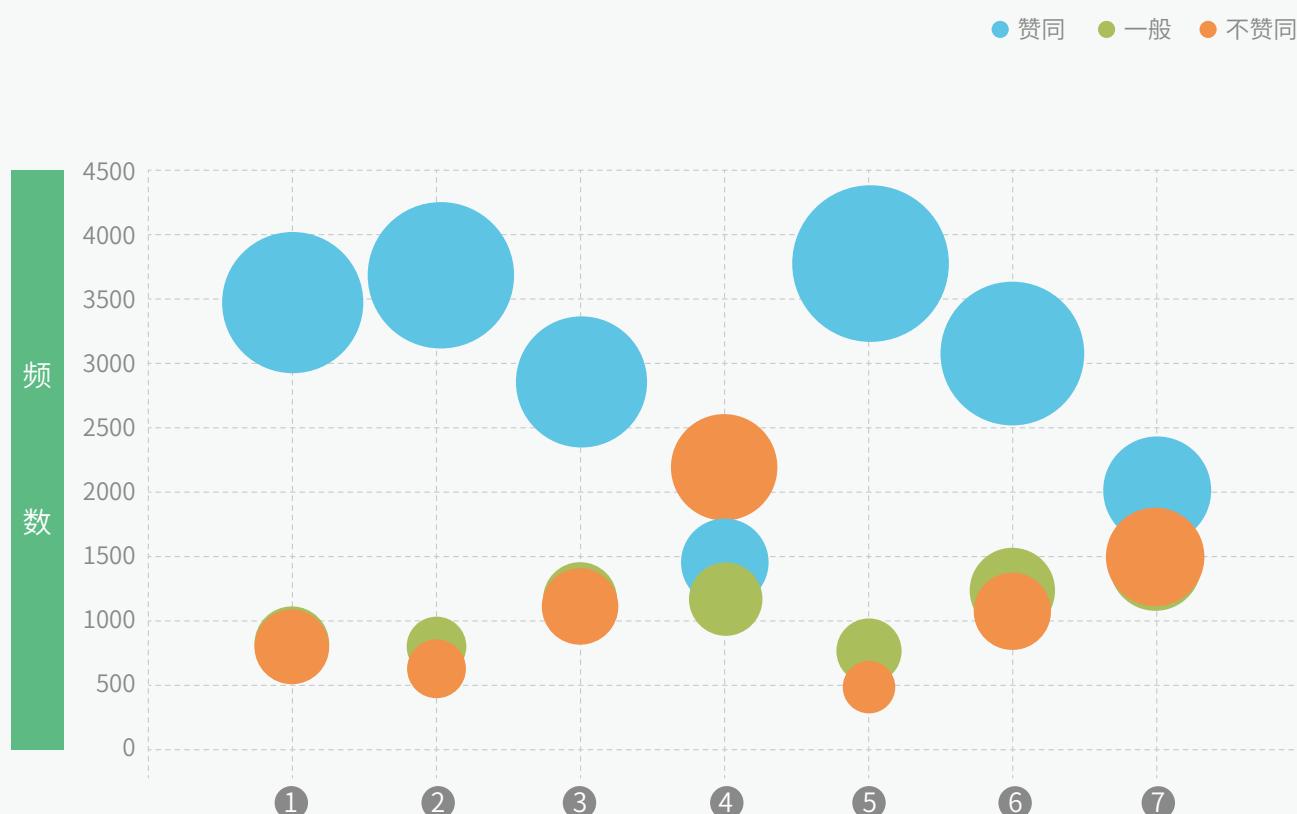
消费者认为瘦肉精和/或  
三聚氰胺是食品添加剂

了解苯甲酸钠属于食品添加剂的  
消费者占比最高, 为:

**71.71%**

## 主要调查结果

以下观点，您认同吗？



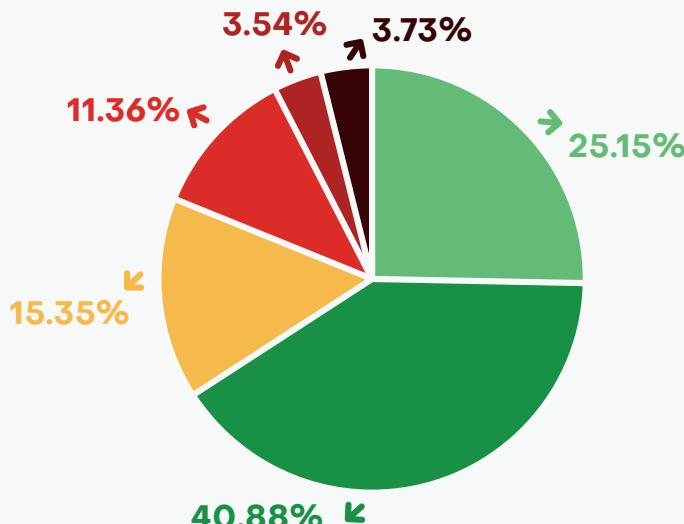
\*气泡越大，表示选择人数越多

- ① “0添加”、“0防腐剂”食品更安全
- ② 天然来源的食品添加剂比人工合成的更安全
- ③ 同类产品，配料表越短越好（添加剂种类少）
- ④ 外国人吃的食品添加剂比中国人少
- ⑤ 长期从食品中摄入多种食品添加剂有害健康
- ⑥ 合理使用食品添加剂可以让食品更安全
- ⑦ 有些食品添加剂能提高食品的营养价值

## 主要调查结果

**66.03%**

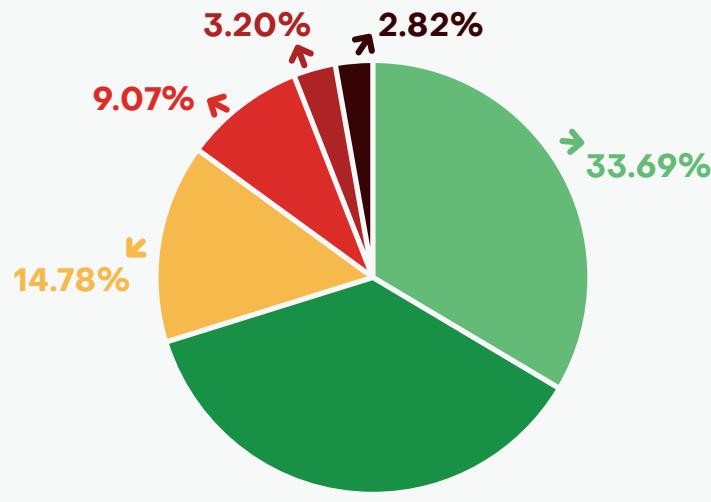
消费者认为  
“0添加”、“0防腐剂”食品  
更安全



● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般  
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清

**70.14%**

消费者认为  
“天然来源的食品添加剂比  
人工合成的更安全”

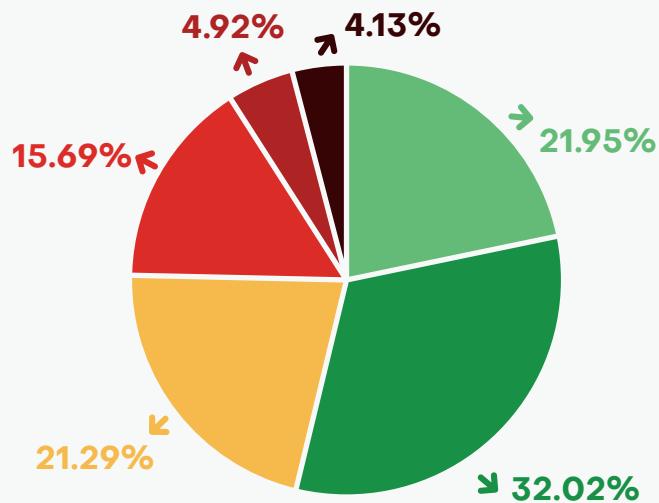


● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般  
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清

## 主要调查结果

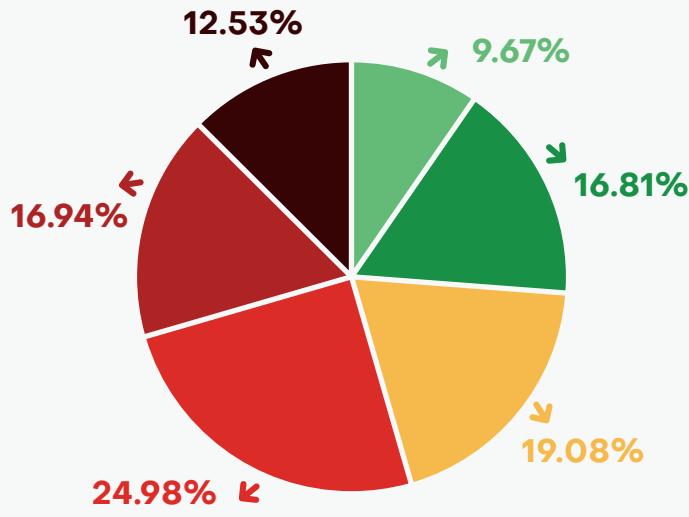
**53.97%**

消费者认为  
“同类产品，配料表越短越好  
(添加剂种类少)



**26.48%**

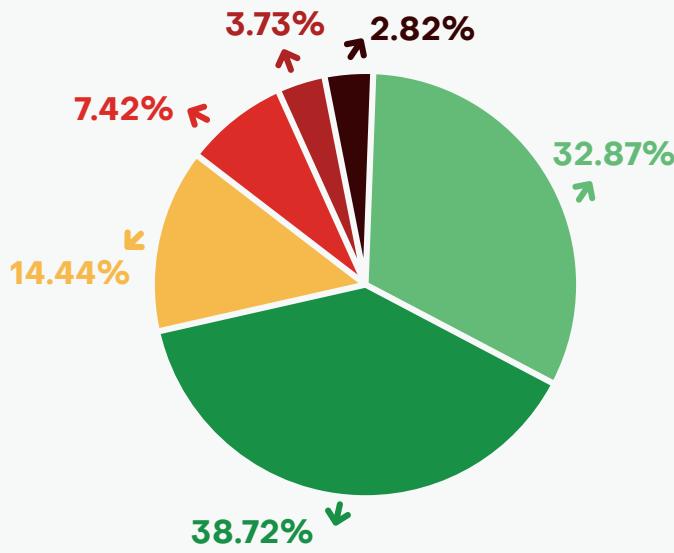
消费者认为  
“内外有别”



## 主要调查结果

71.59%

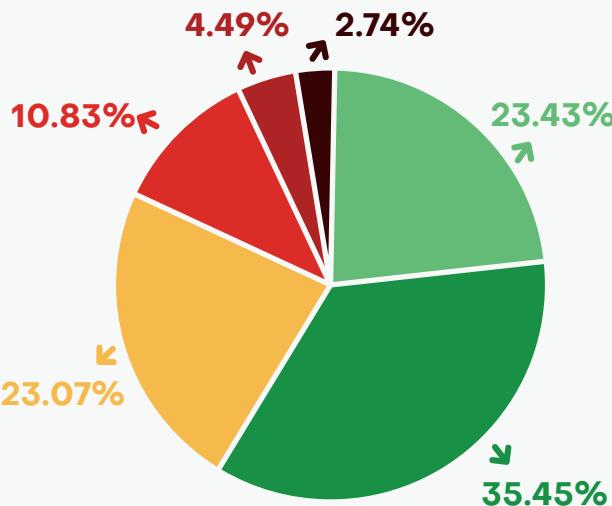
消费者认为  
“长期从食品中摄入多种食品  
添加剂有害健康”



● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般  
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清

58.88%

消费者认为  
“合理使用食品添加剂可以  
让食品更安全”

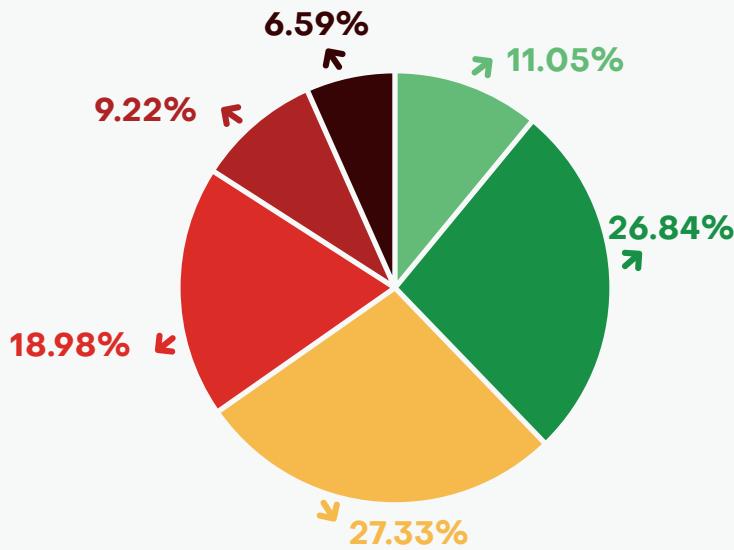


● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般  
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清

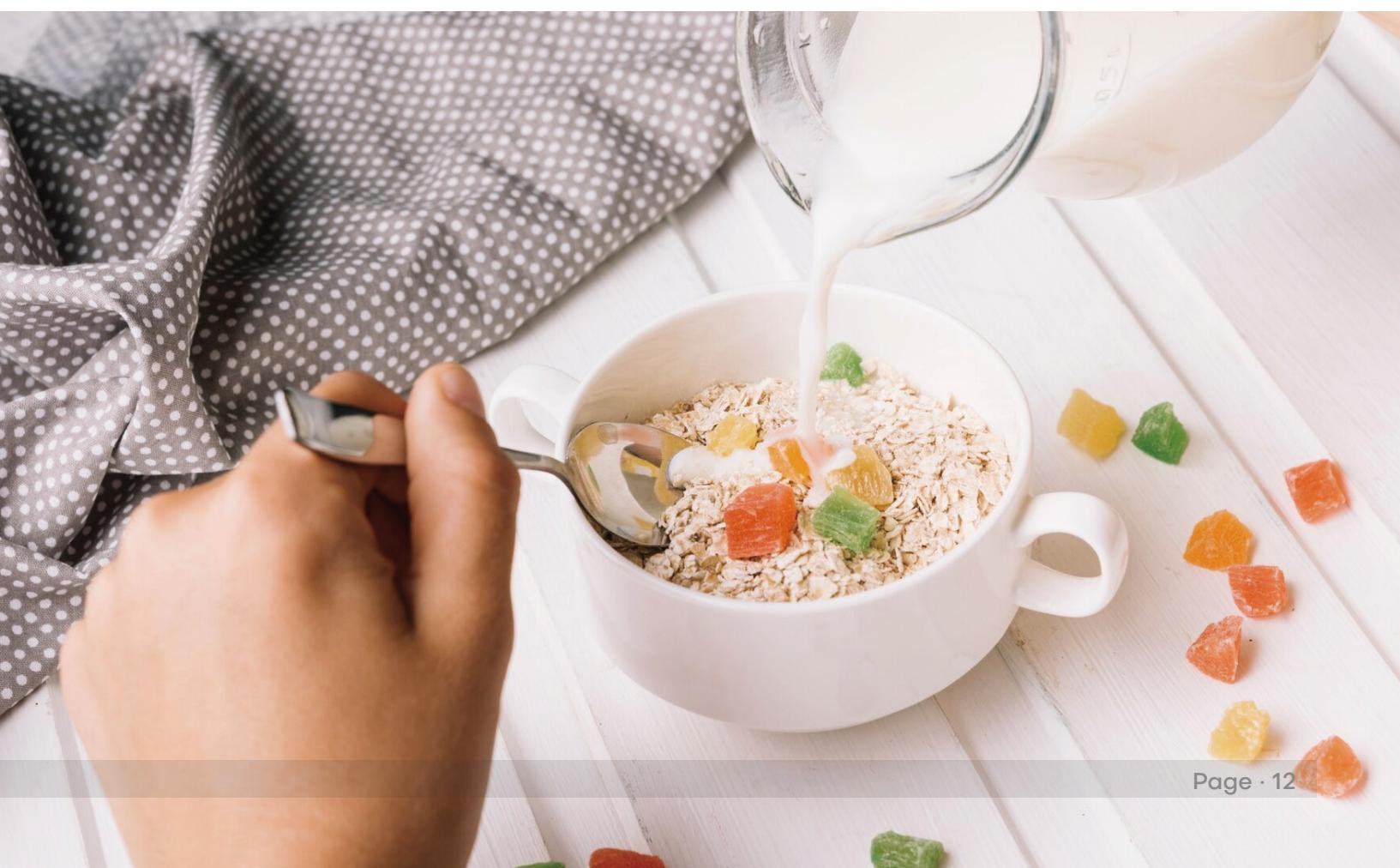
## 主要调查结果

**37.89%**

消费者认同  
“有些食品添加剂能提高食品  
的营养价值”



● 非常赞同 ● 比较赞同 ● 一般  
● 不太赞同 ● 完全不赞同 ● 说不清



# 建议



## 加强食品安全 科普教育



消费者的食品安全认知水平是扭转食品添加剂“妖魔化”现象的关键。监管部门、技术机构、媒体及企业等应加强相关科普宣传，提高公众的认知水平和科学素养，帮助他们正确认识食品添加剂的作用和安全性。同时，进一步加强传播策略研究，让科学知识和理念真正做到“入耳入心”。

## 加强行业自律 避免不正当竞争



食品企业应该自觉履行社会责任，加强自律行为，确保食品添加剂的合理使用，注重产品质量和安全性，提供准确的产品信息，避免误导消费者。同时，避免不正当竞争，如不以“不含防腐剂”、“零添加”等作为产品卖点，避免打击消费者信心。

## 加大对不实信 息、谣言的处理



媒体及平台在食品安全科普中扮演着重要角色，应加强对谣言的甄别和辟除，避免过度渲染和误导消费者，重点针对电视健康养生类节目、广告，各类互联网平台开展专项行动，对已经播出、发布的相关不实内容及时处理。

# 2023

## 中国消费者食品添加剂 认知调查报告



# 2023 中国消费者 食品添加剂认知调查报告

---

图片来源

<https://www.foodiesfeed.com>

<https://www.pexels.com>