

夏天的果汁到底怎么选？ 揭秘果汁包装上的文字游戏

炎炎夏日，走进超市，一排排货架上的“果汁”饮品总能吸引消费者为寻几分清凉而驻足。从“果汁饮料”“果肉饮料”“水果饮料”，到“100%果汁”“浓缩果汁”“NFC”“无添加”……包装上五花八门的介绍让消费者挑花了眼。这些概念意味着什么？健康果汁该怎么选？



超市售卖的部分在包装上玩“文字游戏”的果汁类及其饮料产品



电商平台售卖的部分在包装上玩“文字游戏”的果汁类及其饮料产品

消费者选择标准不一

记者走访线下超市和搜索电商平台发现，在不少产品的包装上，“无添加”“100%果汁”“NFC鲜榨”等字样被设计得格外醒目，这些概念往往是消费者最终选择的重要参考。福建三明的消费者林伊晨告诉记者，特别是在给小朋友挑选这类饮品时，她一定会先看配料表。

林伊晨表示：“因为它能写出来，肯定是在监管下的，最主要是产品要‘原汁原味’。如果是添加了白砂糖，我还是能接受，但如果是加了安赛蜜、香精等添加剂，我就不能接受了。”

吉林通化的消费者李铭对“原榨无添加”的产品概念尤为看重，在她看来，“100%果汁”就意味着“纯天然”。李铭说：“我平时买果汁主要就是看是否为‘100%果汁’、是否有添加、配料表干不干净，再就是看价格。首选‘NFC（非浓缩还原）果汁’，但浓缩果汁加水制成的‘100%果汁’，如果价格合理也是可以接受的。”

相较李铭的消费选择，江西吉安的消费者周妍琳对“复原果汁”的包容度则要低得多。周妍琳说：“配料表中排在第一位的如果是水或者浓缩果汁，基本就不会考虑了。我是不太能接受用浓缩果汁加水制成的产品还标着‘100%果汁’，因为‘100%果汁’给人的第一印象就是纯水果榨出来的果汁，不添加其他东西。写着‘100%果汁’的大招牌，把‘浓缩果汁+水’藏在配料表的小字里，很容易就看错了；要是明明白白写着‘浓缩还原’，我可能会根据价格和需求选。”

“果汁”到底指什么

在解释让众多消费者感到困惑的“100%果汁”“NFC”等名词前，我们首先要捋清“果汁”的概念——依据目前业内参考

执行的国家标准GB/T 31121-2014《果蔬汁类及其饮料》，果汁是以水果为原料，采用物理方法制成的可发酵但未发酵的汁液制品，或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。

在这一标准中，消费者常混淆的一些产品表述也有明确的定义和理化要求：如“果汁（浆）产品”的果汁（浆）含量应达到100%，“果汁饮料产品”的果汁（浆）含量≥10%，“果肉（浆）饮料产品”的果汁（浆）含量≥20%，“水果饮料产品”的果汁（浆）含量≥5%且<10%。

这就意味着，只有果汁（浆）含量为100%的产品才能真正被称为“果汁”或“果浆”，低于这个比例的都要被冠以“饮料”之名，且标准允许“饮料”产品中添加其他食品原辅料和（或）食品添加剂。那么，一些主打“100%果汁”的产品，能否和消费者期待的“原榨无添加”画等号？用浓缩果汁和水制成的“复原果汁”算不算“100%果汁”？

FC和NFC有什么区别

中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授、国家果蔬加工工程技术研究中心、农业农村部果蔬加工重点实验室果蔬风味方向负责人劳菲解释：“‘100%果汁’分为两种，一种是浓缩还原的，就是‘FC（From Concentrate）’，即复原果汁；另一种是非浓缩还原的，也就是‘NFC（Not From Concentrate）’，即原榨果汁或者鲜榨果汁，相当于果子收来了，我把它榨成汁。所以大众理解的‘原榨无添加’，应该就是‘NFC’。其实浓缩还原果汁，就是经过浓缩、把水部分除去，到后期再把水按原来的比例添加回去，所以果汁还是原来的果汁，只换了一批水，从成分上看，它就是‘100%果汁’。”

原榨果汁也就是“NFC”，是以水果为原料、通过机械方法直接制成的，其中

采用非热处理方式加工或巴氏杀菌制成的原榨果汁为鲜榨果汁。深耕果汁产品供应链多年的董彪告诉记者，制成方式决定了“NFC”产品的保质期通常较短。

董彪表示：“正常来讲它的保质期是40天左右；通过无菌冷罐等工艺，也有做到6个月保质期的产品。但如果追求更好的风味和口感，基本上还是要选择低温冷藏储存条件下60天以内保质期的产品。”

劳菲表示，相比“NFC”，用浓缩果汁和水制成的“复原果汁”，在业内属于经典做法，也是既经济又高效的生产策略。

劳菲说：“在更早的时候，像一些葡萄汁中的葡萄原料，很多都是从国外进口的，那就要海运。葡萄主要的进口产区是智利，如果从智利到我国，运100%的葡萄汁性价比太低，但是浓缩一下，以更小的体积运过来，就可以更方便长途运输和储存。所以最初的浓缩果汁，是有满足大规模工业化生产以及全球范围内运输的需求考量的。”

包装上的“文字游戏”

无论是非浓缩还原（NFC）还是浓缩还原（FC）工艺，只要最终果汁含量达到100%，均可标注“100%果汁”，但市面上却有部分果汁类及其饮料产品，利用消费者的认知“信息差”，在包装上玩起了“文字游戏”。

记者在线下商超走访时发现，一款名称为“浓缩蓝莓原浆”的产品，将“蓝莓原浆”的字号调大，“饮料”二字却缩小并放在角落，配料表中添加了白砂糖；另一款名称为“100%红葡萄汁”的产品，包装正面醒目地标注了“NFC”，却在前面又加了一个字号调小的“+”，其配料表中包含水、NFC红葡萄汁（添加量≥20%）、浓缩红葡萄汁。董彪透露，“NFC+”或“+NFC”，是业内一些厂家吸引消费者购

买浓缩还原（FC）产品的营销手法。

董彪说：“叫‘100%果汁’没有问题，但所谓‘NFC’只是一种表象，也就是添加了一点NFC成分，为了促进产品的风味，就打了这种概念。各个厂家为了更好地宣传产品，加上FC的成本比NFC低，毛利会高一些，所以就会打这样一个‘擦边球’。”

董彪表示，近年来果蔬汁类及其饮料市场发展迅猛，但行业规范还未跟上，特别是在“复原果汁”产品的质量把控上还有很大提升空间。董彪说：“FC通过浓缩汁加4倍到6倍的水还原，国家规定就可以达到100%的果汁含量。但是更多厂家是从生意的角度来考虑问题，加4倍还是加6倍，风味口感就不一样，这中间就差了将近20%的毛利。这个事情未来还是需要规范的。”

消费者如何来选择

总之，如果消费者想选择原榨果汁而非“复原果汁”，可以选择NFC（非浓缩还原果汁）或HPP（超高压灭菌果汁）等产品。劳菲提示，相较“复原果汁”，NFC对于水果的营养和风味确实能够做到更大程度的保留，消费者可根据自身需求合理选择。

劳菲说：“NFC肯定是原汁原味的呈现，它跟FC的主要差别，在于水果里会有一些对热特别敏感的风味成分和营养成分的保留，这些成分经加热浓缩会有不同程度的损失。但其实从健康的角度来说，如果特别在意那些敏感性的微量成分，吃新鲜水果就可以了；如果讲究便捷性，又对口感、营养有要求的，就直接买原榨果汁，可以仔细看一下配料表，所有内容都是原汁和原浆的混合，那就是妥妥的NFC、即原榨果汁了。”

总台央广记者 韩雪莹 摄影报道