



郑州晚报



一位消费者在超市选购瓶装饮用水。

## 新国标将出台 “矿物质水” 拟被叫停

### 郑州晚报记者调查发现,超市瓶装水叫法让人“犯晕” 业内回应,不管叫什么,水还是原来的水

从去年到今年,关于“水”的讨论从未停止。

先是去年,农夫山泉执行标准一事闹得沸沸扬扬,根源就在于“包装饮用水标准”的不统一;近日,国家卫计委办公厅又公布了食品安全国家标准《包装饮用水》征求意见稿(以下简称“意见稿”),提出“考虑到‘矿物质水’名称容易使消费者误认为该产品具有补充矿物质的营养功能,因此不得再使用‘饮用矿物质水’名称”。

那么,该意见稿发出征集后,对目前饮用水市场有没有影响?国标的“大一统”是否能进一步规范包装饮用水市场?昨日,郑州晚报记者对此进行了采访。

郑州晚报记者 李丽君 赵柳影/文 郑州晚报记者 马健/图

#### 政策动向

#### “矿物质水” 拟被叫停

此次“意见稿”中,对包装饮用水、饮用纯净水、天然来源饮用水和其他饮用水进行了定义,从原料、水质、标签标识等方面设定了统一的标准。

其中,最惹人关注的就是对仅在纯净水中添加食品添加剂的饮用水,考虑到“矿物质水”名称容易使消费者误认为该产品具有补充矿物质的营养功能,引起消费者误解。因此,拟规定本标准发布实施后,不得再使用“饮用矿物质水”名称。

#### 市场现象

#### 超市瓶装水叫法让人“犯晕”

纯净水、蒸馏水、矿泉水、矿物质水……如今,走到超市的瓶装水展架前,琳琅满目的叫法确实让消费者比较“晕”。

昨日,在中原路一家大型超市,郑州晚报记者粗略统计,瓶装水展架上有十五六种水产品,叫法不一。其中,矿物质水有两种,一种是可口可乐公司旗下的冰露饮用矿物质水,每瓶1.2元,550ML。另一种是康师傅饮用矿物质水,550ML,每

据了解,目前整个包装饮用水市场中,矿物质水的份额是25%。据AC尼尔森数据显示,截至2012年,中国包装饮用水排名依次为康师傅22.6%、农夫山泉21.8%、华润怡宝8.5%、可口可乐7.9%。其中,康师傅和可口可乐均有涉及矿物质水的产品。

有业内人士认为,卫计委此次的征求意见稿一旦付诸实施,将会对这些企业造成压力。

瓶1元。

虽说两者都号称矿物质水,但仔细查看配料,发现并无区别,都是由纯净水和食品添加剂(硫酸镁、氯化钾)勾兑而成。

此外,展架上还有北大荒天然水、巴马丽琅矿泉水、依云矿泉水、屈臣氏蒸馏水、农夫山泉饮用天然水、怡宝纯净水等各色瓶装水,价格差别很大,从一元多一瓶到十几元一瓶不等,而重量差别并不大。

#### 消费者反映

#### 凭习惯购买,并无深入了解

面对超市如此繁多的瓶装水,消费者都是如何选择呢?

“并没有深入的了解,水嘛,就是为了解渴,一般我都买康师傅矿物质水,便宜。”昨日,在某超市,家住中原路的曹先生正往购物车里搬运一箱康师傅矿物质水。

“我一般都是买农夫山泉,习惯了,对于其他蒸馏水、纯净

水了解不多,主要觉得也贵,买着不划算。”消费者孙女士对郑州晚报记者说。

了解之后,郑州晚报记者发现,对于大部分消费者来说,买瓶装水并不是冲着它的附加功能,比如说调解人体水循环、促进矿物质吸收等原因购买,纯粹是为了解渴。因此,比较便宜的瓶

装水受欢迎。

然而,当得知自己平时购买的“矿物质水”并不姓“矿”后,部分消费者的反映并不强烈。“1元钱一瓶的矿物质水,大家也都明白不可能是真正的矿物质水,希望借助此次意见稿,能够更规范我国的瓶装水市场。”消费者姚女士说。

#### 监管提醒

#### 不要迷信于产品的夸大功能

那么这些水有什么不同?下午,郑州晚报记者采访了郑州市质监局食品处副处长周芳。

周芳言简意赅地向郑州晚报记者解释了这些令人混淆的水。“现在的饮用水基本上分四类,第一类是纯净水,指的是不含杂质的水。”周芳说,纯净水是用蒸馏法或者离子交换法制作出来的水,这种水里面基本上啥都没了,电导率很低,只剩下水了。

第二类是矿泉水,有采矿证的单位,从地下深处抽上来

的未受污染、达到饮用要求的地下矿水,抽上来以后基本不经过处理,只是过滤一下。“水里含有一定量的矿物质、微量元素或二氧化碳气体,因地域不同,每种矿泉水矿物质的含量也不完全一样。”

而矿物质水,其实就是在纯净水里面添加矿物质,钙、氯化钾、氯化镁等。

周芳说,第四类是其他饮用水,这种水是通过公共的供水系统为原料的地下水、地表水,供直接饮用的饮用水。

对于征求意见稿,周芳表

示,因现在只是征集阶段,还需要一个过程,如果征求意见稿通过,还需要形成标准,给市场一个调整标签标识的时间,在标准实施的过程中,他们会对市场进行监控。同时,周芳也提醒消费者,人们的饮食习惯不同,市场中产品是应该差异化存在的,但是因每个人的体质不同,饮用什么样的水要根据自身的情况,“不要迷信于什么产品可以补充人体所需的物质,一瓶水里含有的矿物质是非常少的。”

#### 业内回应

#### 不管叫什么,水还是原来的水

意见稿一出,利益链的一方涉及者——企业,会有怎样的应对措施呢?

可口可乐表示,对于征求意见稿,他们正在同有关部门保持沟通,目前公司所有包装饮用水产品的标识,完全符合现行中国相关法律法规要求。

而有媒体报道,统一企业

在年报中间接回应称,其计划在2014年下半年完全退出低价矿物质水市场,全力聚焦经营中高价位的天然水和矿泉水。

尼尔森资料显示,包装水整体市场销售额2013年增长16.1%,增速下滑(2012年增长18.8%)。2013年,统一包装水收益较2012年增长47.0%,其中高价位“ALKAQUA”天然水收

益较2012年同期成长81.7%,收益比率已提升到整体包装水收益的八成以上,“统一矿物质水”销售占比大幅下降。

不过,也有业内人士认为,即便不再使用“矿物质水”字样,改换成其他名字,也只是名称的变化,水还是原来的水,并不会影响企业的销售,也不会影响消费者的购买。