



03 数字标签弥补纸质标签盲区 帮助消费者“查得清”

数字标签的核心意义,不在于技术升级,而在于补齐普通人的选购信息差,解决纸质标签无法破解的民生难题,真正让消费者“看得懂、查得清、辨得真”。

其一,晦涩信息通俗化,告别专业门槛。纸质标签仅罗列添加剂化学名称,普通人难以分辨优劣。数字标签拓展区可通俗解读每种添加剂的功能、合规使用范围、本产品实际占比,让普通人不用专业知识也能科学选品。

其二,隐形风险显性化,规避饮食隐患。这是对家庭、过敏人群最关键的价值。纸质标签仅标注产品本身含有的致

敏原,不会标注生产线交叉污染风险。数字标签可公示同生产线是否加工坚果、海鲜、蛋奶等高敏食材,精准规避隐性过敏风险,解决家长最大的选购难题。

其三,溯源信息完整化,破除宣传套路。市面上大量食品主打“原生态”“进口原产”“无添加”营销话术,但纸质标签无法佐证。数字标签可公示原料产地、收获时间、供应商信息、报关检疫凭证、冷链运输温度记录,让网红宣传可被核验和追溯,杜绝虚假营销。

其四,检测信息透明化,实现批次可查。传统包装仅标注通用执行标准,

不公示单批次检测结果。数字标签可展示对应批次微生物、重金属、添加剂残留等检测报告摘要,实现“一批一查”,解决通用标准无法覆盖个体批次风险的漏洞。

试点商品的数字标签页面适配普通人的使用习惯:字体可放大、内容可分类、外文可翻译、重点风险可置顶,老人小孩、零基础消费者都能快速看懂。但目前市场产品质量参差不齐,部分商品页面仅复刻纸质内容,或是优先堆砌营销广告,核心安全信息隐藏较深,未能充分发挥民生服务价值。

04 近半人担心线上信息可篡改 成数字标签最大信任短板

尽管如此,对于数字标签,有调研数据印证了大众的普遍担忧,主要有如下几种——

营销绑架信息,核心内容被遮蔽。商家天然具备流量营销诉求,部分商品扫码首页优先弹出优惠券、直播间、会员关注弹窗,食品安全核心信息被折叠至二级、三级页面。很多消费者扫码后只看到营销内容,未查到安全信息,数字标签沦为新式广告工具,背离便民初衷。目前相关规范仅要求“核心信息显著展示”,无明确页

面布局强制标准,给商家留下了营销博弈空间。

线上内容可篡改,无法锁定真相。纸质标签印刷后永久固定,而数字页面可后台随时修改。产品批次不变、包装不变,商家却可随时修改产地、工艺、检测描述,美化产品信息。调研显示,45.2%消费者最担忧的问题即为线上信息可篡改,这也是当前数字标签最大的信任短板。目前防篡改存证、官方快照机制仍在试点,尚未全面普及,普通消费者无法核验页面历史真实内容。

05 数字标签不等同于万能证书 监管端持续优化管理

数字标签虽然不是食品安全的万能保证书,无法杜绝源头造假、无法替代官方抽检,但它是目前最有效的消费者知情权工具之一。而针对目前的市场短板,多方民生优化举措正在落地。监管端持续收紧页面规范,严禁营销内容遮挡核心食安信息,推进页面快照、区块链存证,锁定产品出厂原始信息;行业端简化中小商家数字化门槛,统一民生页面模板,确保平价食

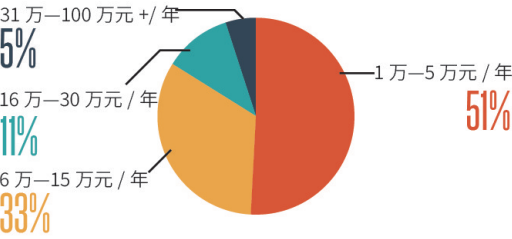
品也能拥有完整溯源信息,避免数字化成为高端商品专属权益;商超平台主动优化展示逻辑,引导消费者优先查看安全信息,弱化营销干扰。

从看不懂纸质标签,到一键查清全链信息,食品数字标签的普及,本质是普通消费者话语权的升级。过去大众选购食品只能依靠品牌信任、商家宣传与有限的包装信息,如今手握完整的查询工具,真正实现自主辨别、精

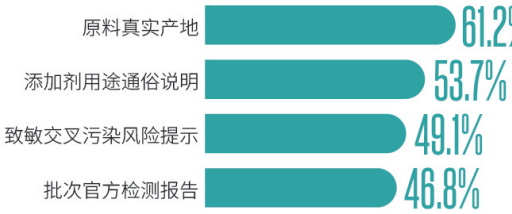
准避坑。

民生无小事。商超货架的琳琅商品背后,从来不只美味与价格,更关乎千万家庭的饮食安全与生活安心。小小的二维码,承载的是民生透明化的进步。随着制度持续完善、漏洞逐步补齐、大众认知不断升级,数字标签将助力消解全民餐桌焦虑,让每一次日常采购,都看得见真相、买得到安心。

客单价区间分布



消费者最希望补充的标签信息 TOP4 (多选)



消费者主要扫码风险

- 1 营销信息绑架:**
部分商品扫码优先弹出广告,核心食品安全信息被折叠隐藏
- 2 线上信息可篡改:**
数字页面可后台修改内容,暂无全面强制存证、快照锁定机制
- 3 虚假二维码难甄别:**
无官方统一核验入口,普通消费者无法分辨伪造溯源码

食品数字标签核心民生价值

- 1 晦涩信息通俗化:**
解读添加剂功能与合规范围,消解大众饮食恐慌、规避营销误导
- 2 隐形风险显性化:**
公示生产线交叉致敏风险,解决儿童、过敏人群核心选购难题
- 3 溯源信息完整化:**
核验原料产地、报关凭证、冷链记录,破除网红食品虚假宣传套路
- 4 检测信息批次化:**
单批次检测报告可查,填补通用标准无法覆盖单品风险的漏洞

2025年全国消费者食品数字标签认知调研(多选)



2026 年粤港澳大湾区消费者数字标签认知调研 (多选)



行业长期发展趋势

- 1 监管端**
细化页面规范、强制信息置顶、落地快照存证、搭建公众官方核验入口
- 2 行业端**
普及普惠轻量化模板,杜绝数字化标签成为高端食品专属权益
- 3 平台端**
弱化营销弹窗干扰,强化食品安全信息展示优先级
- 4 消费端**
大众认知持续升级,从被动选购转向主动核验、精准避坑

数据来源

国家食品安全风险评估中心《数字标签公众认知与使用行为初步调研(2026)》、中国物品编码中心《食品数字编码与标识产业发展白皮书(2026)》、中国消费者协会《全国消费者食品标签认知情况调查报告(2025)》、中国连锁经营协会《商超渠道数字标签落地现状调研报告(2026)》、广东省市场监督管理局《广东省预包装食品数字标签试点推进情况(2026年二季度)》、华南农业大学经济管理学院《粤港澳大湾区消费者对食品数字标签的接受度调研2026》、博研咨询《中国食品安全溯源解决方案行业市场现状调查及投资机会研判报告2026》、企查查、欧盟委员会、日本消费者厅



(请点击“数据”频道)