目录

补充措施适用产品范围常见问题 2
营养成分表（NIP）常见问题 6
Nutri-Grade 标志常见问题 8
广告禁令常见问题 12
售卖现制饮料的受影响机构有关宽免的常见问题 16

补充措施适用产品范围常见问题

A. 哪些产品被视为 Nutri-Grade 饮料？

表 1 包含了一些经常被查询的产品以及它们是否属于 Nutri-Grade 饮料的范围。请注意，这只是基于目前市场上最常见产品的一般性准则，并不是一份详尽的清单。有关特定产品的准则，请联络保健促进局（Nutri-Grade@hpb.gov.sg）。

表 1：常见查询产品及分类

类别	子类别/范例	产品是否被认定为 Nutri-Grade 饮料 （是/否；原因）
	预包装	
果汁和果汁饮料（包括果酒或浓缩液）	• 100%果汁 • 浓缩果汁	是； • 用作饮料饮用
汽水	• 可乐味饮料 • 水果味汽水	是； • 用作饮料饮用
运动饮料和能量饮料	• 液体和粉状（即在饮用前需要重新溶解调制）运动饮料	是； • 用作饮料饮用
水	• 普通饮用水 • 调味水 • 气泡水	是； • 用作饮料饮用
亚洲饮品	• 菊花茶 • 薏米水	是； • 用作饮料饮用
奶制品和非奶类替代品	• 液体牛奶和奶粉（全脂、低脂、脱脂），奶粉饮用前需要重新溶解调制 • 豆浆 • 坚果牛奶和其他非奶类替代品（例如杏仁奶、米浆） • 乳酸菌饮料和酸奶饮料	是； • 用作饮料饮用（例如，作为饮料销售、作为套餐的一部分销售）
	• 淡奶 • 加糖炼乳 • 牛油 • 奶油 • 芝士 • 酸奶	否； • 不作为饮料饮用

	• 乳清 • 酥油/印度酥油	
茶、咖啡、可可及类似产品	• 速溶或可溶的咖啡或茶（即饮用前需要重新溶解调制） • 即饮咖啡或茶 • 茶袋 • 茶叶，用水冲泡后可作为饮料销售和饮用 • 咖啡粉，用水冲泡后可作为饮料出售或饮用（例如 kopi-o-kosong 咖啡袋，含有咖啡粉并用于咖啡机的胶囊） • 草药茶 • 可可饮料	是； • 用作饮料饮用
	• 咖啡豆/咖啡粉和茶（例如茶叶和叶芽），拟作为烹饪、烘焙或其他用途的原料出售和使用（例如装在麻袋中出售，用于一般用途） • 可可豆、可可粒、可可酱、可可块、可可片、可可粉、可可精华	否； • 不作为饮料饮用
谷类制品	• 速溶谷类饮料（即饮用前需要重新溶解调制） • 即饮谷类饮料	是； • 用作饮料饮用
	• 早餐谷粮、燕麦、muesli 等 • 谷物棒	否； • 不作为饮料饮用
糖/甜味剂	• 所有类型的糖（白糖、红糖、冰糖、糖粉等） • 蜂蜜 • 糖蜜 • 葡萄糖浆	否； • 不作为饮料饮用——这些是配料

肉精	• 鸡精 • 鱼精	否； • 不作为饮料饮用——类似于汤料或汤类
燕窝产品	• 用作饮料销售和饮用的液体燕窝产品（包括浓缩液）	是； • 用作饮料饮用
	• 固体燕窝	否； • 不作为饮料饮用
可作为代餐的饮料	• 部分代餐（例如营养奶昔）	是； • 不在上文第 8(d)段规定的排除范围内，因此是 Nutri-Grade 饮料
	• 全代餐（例如手术后所需的饮食）	否； • 在第 8(d)段规定的排除范围内，因此不是 NutriGrade 饮料
从预包装饮料分装的饮料	• 在餐饮机构从散装或零售包装分装的饮料，不添加其他饮料或成分（例如以散装或零售包装供应给餐饮机构的罐装饮料，在现场分装至单独的杯子或瓶子中）	是； • 用作饮料饮用 • 被认为是预包装，而非现制饮料
现制[2023 年 12 月新增] （还包括任何上述现有的 Nutri-Grade 饮料，但以现制形式）		
在餐饮机构现场制作的可立即饮用的现制饮料	• 现场制作的薏米水或冰柠檬茶，倒入单独的杯子，并在销售前密封 • 使用粉末/浓缩液准备的现制饮品，并在重新调制后在餐饮机构提供给消费者（例如 3 合 1 咖啡粉调制的热咖啡） • 在中央餐饮机构制备，并由同一食品经营商配送至其他场所销售的饮品（例如在草药饮品中心制备并配送至其他零售店作为休闲饮品销售的草药饮品）	是； • 作为现制 Nutri-Grade 饮料饮用

	• 在餐饮机构内现制、包装后，可由消费者带走或配送至消费者的现制饮品（例如泡泡茶、咖啡/茶、豆奶）	
由允许定制的自动饮料机制作的现制饮品	• 支持定制的咖啡机/茶机，允许消费者在机上选择使用的糖或牛奶或奶精的量 • 鲜榨果汁与机器中储存的新鲜水果 • 可在机器上定制的珍珠奶茶	是； • 作为现制 Nutri-Grade 饮料饮用

B. 哪些产品符合“较大婴幼儿配方奶粉”，并可豁免被视为“Nutri-Grade 饮料”？

- 较大婴幼儿配方奶粉是供 6 个月或以上婴儿或幼儿（幼儿是指 12 个月以上到 3 岁（36 个月）的孩童）断奶时食用的液体食品。
- 例如，供 12 至 36 个月大的儿童食用的产品不被视为是“Nutri-Grade 饮料”。
- 但是，供36个月以上的儿童食用的产品将不被视为是“较大婴幼儿配方奶粉”，因此将被视为是“Nutri-Grade 饮料”[假定它不符合第 184A 条中所述的任何其它标准]。包括：
  - 供 12 个月以上的儿童食用的产品（无年龄上限）[1]；和
  - 供 1 至 10 岁儿童食用的产品。

[1]根据《食品条例》第 252 条的规定，用于 6 个月或以上婴儿的较大婴幼儿配方奶粉仍被视为婴儿配方奶粉。

营养成分表（NIP）常见问题

A. NIP 上必须标明哪些营养成分？

- 对于现制饮料、允许定制的自动饮料机提供的饮料以及现制 Nutri-Grade 饮料（包括允许定制的自动饮料机提供的那些），NIP 中必须标明强制性营养成分的热量值和含量（即蛋白质、脂肪、饱和脂肪、碳水化合物、总糖量）。
- 对于销售宣传材料上列出的配料或允许定制的自动饮料机提供的配料，仅需要以实物或电子记录的形式向希望了解某一种机构饮料加配料后的总糖含量，以及同一种饮料不加配料时的总糖含量的人提供相关信息（请参阅样例 K）。
- 此外，可在自愿的基础上，在必须标明的营养信息表中添加补充营养成分的含量（例如乳糖和/或半乳糖）。

B. 是否所有 Nutri-Grade 饮料（包括现制 Nutri-Grade 饮料）均需贴有 NIP 标签？

自 2022 年 12 月 30 日起，零售的预包装 Nutri-Grade 饮料必须贴有 NIP 标签。自 2023 年 12 月起，这一规定将扩展至拟于指定非零售场所销售的预包装 Nutri-Grade 饮料。现制饮料（包括从允许定制的自动饮料机提供的饮料）还需确保通过实物或电子记录提供与其产品的糖和饱和脂肪含量相关的信息（即无需在杯子上贴上 NIP 标签）。

C. 什么时候必须列出补充营养成分？

- 只有当有这些营养成分的营养声明时，才需要在 NIP 上列出这些补充营养成分（请参阅*食品条例*第 8A 条）。
- 请注意，Nutri-Grade 标志上的等级和含糖量比例必须由 NIP 上的信息来决定。
  - 为了在计算饮料的含糖量时扣除乳糖和/或半乳糖含量，以确定 Nutri-Grade 标志中的等级和含糖量比例，NIP 上必须标明这些营养成分的含量。如果 NIP 中未标明乳糖和半乳糖的含量，则视为零。

D. 总脂肪包括胆固醇吗？

不包括。

E. 总碳水化合物包括膳食纤维吗？

不包括。

F. 阿洛酮糖（allulose）和异麦芽酮糖（isomaltulose）这些“新型糖”被视为糖吗？

- 从化学角度来看，这些新型糖属于单糖或双糖的定义范围。因此，它们被视为糖，必须计入 NIP 上 Nutri-Grade 饮料的总糖含量，并用于分级。
- 尽管如此，这些新型糖仍可作为重新配制或产品创新过程的一部分，以降低食品和饮料中的卡路里含量。由于新型糖的卡路里通常较低，Nutri-Grade 饮料和其他含有新型糖的产品只要符合《新加坡营养标签手册》中的相关标准，即可在其包装上标明“低卡路里”或“低热量”。

G. 就化学分析获取营养价值而言，每种产品需分析多少个样品？

责任方负责确定其产品的变异性及提供准确营养数据所需的适当样品数量。有关其他分析方法，请参阅第 3.3 节第 37 段。

H. 实验室的报告必须是最近的吗？

制造厂家、本地进口商和分销商有责任确保实验室报告和其它证明文件的有效性，并能够提供市场销售产品的准确的营养成分数据。

Nutri-Grade 标志常见问题

A.非零售餐饮机构（例如医院）可能聘请外部零售餐饮机构销售食品。在这种情况下，谁应该负责遵守标签要求？

- 提供 Nutri-Grade 饮料宣传销售菜单或材料的人员（即提供指导创建列表和/或材料的信息的人员）应确保此类材料符合相关措施（于 2023 年 12 月生效）。例如：
  - 医院在其场所内经营各种零售餐饮机构，这些零售餐饮机构使用与其销售宣传相关的材料（例如菜单）销售饮料。
    - 零售餐饮机构必须确保这些材料中列出的饮料符合标签要求。
  - 一家医院组织一次活动，并聘请餐饮承办商在活动期间提供食物。餐饮承办商在活动前向医院提供菜单，供其选择食物和饮料选项。所提供的食品带有餐饮承办商的单独标牌。
    - 餐饮承办商必须确保在活动前发送到医院的菜单和单独标牌符合标签要求。
  - 医院为患者提供餐饮服务，并为患者提供菜单供其选择膳食。
    - 医院必须确保菜单符合标签要求。

B.对于在线出售的 Nutri-Grade 饮料，每份 Nutri-Grade 饮料销售宣传的在线材料都必须附有 Nutri-Grade 标志吗？

- 是。对于在线出售的 Nutri-Grade 饮料，Nutri-Grade 标志必须附在 Nutri-Grade 饮料图片或文字列表旁，或与之直接相关的位置。

C.所有 C 级或 D 级 Nutri-Grade 饮料是否均需在其销售宣传材料上贴上 Nutri-Grade 标志？

- 是。包括：
  - 预包装和现制 Nutri-Grade 饮料，以及支持和不支持定制的自动饮料机提供的饮料；
  - 标准品和时令品；
  - 在同一材料中重复提及同一饮料；
  - 套餐中提到的饮料；和
    普通饮料项目（例如“罐装饮料”）——分级和标签将基于该普通项目下提供的最不健康的饮料（等级最差和含糖量最高的饮料）。

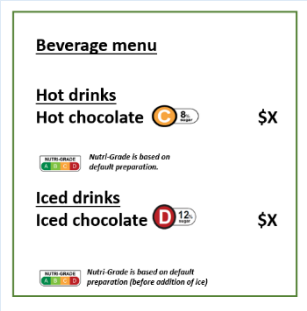
D.一些 Nutri-Grade 饮料销售宣传材料（例如菜单）将同一饮料的热饮和冰饮混为一种饮料。如果同一饮料的热饮和冰饮等级不同，我该如何应用 Nutri-Grade 标志？

请参阅以下常见场景和应用。

<u>场景：</u>

1）同一饮料的热饮和冰饮在菜单上列为*不同饮料项目*。由于配方不同，热饮“C”级，而冰饮为“D”级。

- 材料上列出的每种 C 级或 D 级饮料均需贴有 Nutri-Grade 标记。
- Nutri-Grade 标记基于每种饮料的参考变体。



- 描述分级依据的声明应提及参考变体。由于它们被列为不同饮料项目，因此每种饮料的参考变体是其默认制备方法。
- 由于热饮和冰饮配方不同，热饮的说明可以是“Nutri-Grade 基于默认制备方法”，而冰饮的说明可以是“Nutri-Grade 基于默认制备方法（加冰之前）”。

2）同一饮料的热饮和冰饮在菜单上列为*单一饮料项目*。

- 材料上列出的每种 C 级或 D 级饮料均需贴有 Nutri-Grade 标记。
- 在这种情况下，由于热饮和冰饮均被列为单一饮料项目，因此该饮料的 Nutri-Grade 标志应基于**等级较低的参考变体**，即冰饮——“D”级。
- 描述分级依据的声明应提及参考变体。例如，如果所列饮料项目的参考变体是冰饮，则饮料声明可以是“Nutri-Grade 基于默认制备方法（加冰之前）”。

E.对于现制饮料，假设其等级为 C 或 D 并且必须贴上标签，我是否必须在有关分级依据的声明中始终包含“热饮”或“冰饮”？

不需要，声明中不必标明“热”或“冰”，只要描述 Nutri-Grade 标志所基于的定制饮料即可（例如 Nutri-Grade 基于 100%糖，Nutri-Grade 基于全脂牛奶或 Nutri-Grade 基于默认的制备方法）。

然而，如果“热”或“冰”在菜单上组合为单一列出的饮料项目，且制备方法存在差异，从而导致等级不同的，则 Nutri-Grade 标记和声明应基于等级较低的参考变体（请参阅上述问题 D 中的场景 2）。如有多种等级较低的定制制备方法，则将以每 100 毫升含糖量百分比最高的定制制备方法为基础。

F.对于现制的含冰 Nutri-Grade 饮料，分级和标签时是否应将冰考虑在内？

对于现制加冰饮料（例如添加冰块的咖啡），冰块*不包含*在 Nutri-Grade 饮料的分级中。基于加冰稀释前的饮料配方进行升级，将使所有 Nutri-Grade 饮料的分级保持一致，并保持整个行业的公平竞争环境。这也将刺激行业重新配制更浓缩的基础饮料配方，无论随后在饮料制备过程中添加的冰量是否会稀释。

对于混合冰饮料（例如，混合冰沙），在配制过程中加入冰，而不是单独添加到饮料中，冰是形成饮料的主要介质，只添加少量其他液体。 我们发现，一旦冰混合进去，由于实际限制，便无法去除。因此，分级可考虑冰。

G.对于现制饮料，如果销售宣传材料中列出的饮料具有不同参考变体，则有关分级依据的声明应如何措辞？

- 如果材料列出具有不同参考变体的饮料组合，
  - 每种饮料类型的标签依据必须在材料上至少标示一次

- 声明应明确其所指饮料。有关此类声明的示例，请参阅第 4 节图 4 或应用准则。
- 如果不同类型的饮料列在各别的页面/面板上，则关于该特定页面/面板上的分级基础的声明可以专门指该页面/面板上的饮料类型。例如，如果使用默认制备方法的饮料列在其独自的板上，则分级依据的声明可以指默认制备方法。
- 或者，可在材料各页面上重复完整的声明（涵盖材料上列出的所有类型的饮料）。

- 例如：
  - 如果珍珠奶茶菜单中有一些必须定制的饮料和一些默认制备的饮料，则声明可以注明：

"Nutri-Grade 基于 100%糖。
对于无法定制糖度的饮料，Nutri-Grade 基于默认制备方法。"

H.我的现制饮料大小规格不同。为进行分级/标签，我应该分析哪种规格？我是否必须在销售宣传材料中注明这一点，作为有关分级基础的声明的一部分？

由于同一饮料的不同规格的分级（即每 100 毫升的糖含量和饱和脂肪含量）相同，因此只需分析 1 种饮料规格（材料上列出的所有可能规格）。菜单上列出的饮料应始终根据一种规格进行分级（例如，始终基于小杯、普通杯或大杯，以便将差异性降至最低）。声明中无需注明所使用的饮料规格。

I.我应如何在提供定制选项的在线订购平台上对我的饮料进行分级和标示？

如果饮料等级为"C"或"D"，则每份 Nutri-Grade 饮料列表（在订购平台的在线菜单上）均必须附有 Nutri-Grade 标志。

a. 如果一种饮料仅提供一个列表，则列表中显示的 Nutri-Grade 标志应基于饮料的默认制备方法。如果无默认的制备方法，则显示的 Nutri-Grade 标志应基于等级最差的饮料的定制制备方法。如果等级最低的饮料的制备方法不止一种，则按照等级最低且每 100 毫升含糖量百分比最高的制备方法进行分级。

b. 如果饮料与单独列出的各定制选项一同显示，则 Nutri-Grade 标志应显示在每个分级为"C"或"D"的列出选项旁边或与之直接相关的位置，例如，对于列出的不同南洋咖啡选项，每个"C"级或"D"级选项均必须标有该标志。

如果在线订购平台不支持 Nutri-Grade 标志显示在每个定制选项旁边或与之直接相关的位置，则行业可以（i）考虑以其他方式单独列出这些不同的南洋咖啡选项，以便为每个选项显示 Nutri-Grade 标记，同时考虑到平台的具体技术性能和限制，或者（ii）可以根据等级最差的定制在列表中显示一个 Nutri-Grade 标志（因为客户必须选择定制选项且无默认制备方法）。

J.我的在线平台不允许我显示配料含糖量声明标志。我能否在列出的配料旁边以文本形式注明？

我们认识到在线和应用程序平台内数字菜单上列出的配料限制，因此可以接受配料含糖量声明的替代文本变体，只要反映配料含糖量声明标记的关键组成部分（即配

料中的含糖量增量，以每 100 克配料的百分比来反映）。举例说明请参见“图形应用指南”。

广告禁令常见问题

A. 来自外国媒体的广告（例如海外广播节目，海外刊物、海外公司的社交媒体广告）是否受此限制？

广告限制适用于在新加坡发布、促使发布或参与发布广告的行为。例如这包括发布地点在新加坡的社交媒体广告。

B. 以下内容是否受广告限制的监管？

表 3 包含了一些常见的与广告限制及其分类有关的咨询类型。

表 3：广告常见查询类型及其分类

广告	分类	备注
网红/名人在社交媒体上发布的帖子	视情况而定	• 个人因商业利益而在社交媒体上发表的帖子，如果含有“D”级 Nutri-Grade 饮料，则受广告限制的监管。 • 但是，个人并非因商业利益而发布的帖子，则不受广告限制的监管。
植入式广告	视情况而定	• 在任何类型的媒体上（例如电视节目、电影、网上视频）有意或赞助性地植入“D”级 Nutri-Grade 饮料被视为是一种广告形式，受广告限制的监管。 • 附带的产品植入广告将根据具体情况进行评估。如果它们符合“直接或间接促进食品销售”，则很可能构成广告。建议广告商和媒体业主谨慎行事。
公司网站/媒体上的产品展示	视情况而定	• 公司自有网站上的产品列表/目录，如果包含所售产品的事实信息，但并未推广某产品，则不受广告限制的监管。 • 但是，如果使用类似的目录向消费者推销产品（例如群发邮件），则该目录将被视为是广告，应受到广告限制的监管。 • 此外，公司自有网站/媒体上引起对某些产品过度关注的功能（例如横幅、标注、弹出窗口） 将被视为广告，并受到广告限制的监管。

公司场所游览或参观	视情况而定	• 场所周围游览或参观不受广告限制的监管。 • 然而，如游览和参观时以促销产品为目的而向消费者进行的推介及价格促销广告中含有“D”级 Nutri-Grade 饮料，则可能受到广告限制的监管。

C. 谁有责任遵守广告要求？

- *食品条例*规定，任何人不得发布、安排发布或参与发布，任何用于或明显用于，直接或间接促销“D”级 Nutri-Grade 饮料的广告。
- 我们强烈鼓励社交媒体平台的业主支持遵守这些广告要求及义务，包括但不限于确保在其平台上宣传 Nutri-Grade 饮料的人员了解这些广告义务，并与有关当局合作，删除不符合要求的内容。

D. 作为现场直播节目或区域广播节目一部分的广告是否受到广告限制的监管？

- 是的，如果广告促销“D”级 Nutri-Grade 饮料。

E. 如何区分哪些材料是 Nutri-Grade 饮料的销售宣传信息（规定“C”或“D”级饮料贴上标签）以及哪些材料是广告（规定禁止发布“D”级饮料的广告）？

- 在补充措施中，“广告”是指（a）不属于“Nutri-Grade 饮料销售宣传材料”范围和（b）促进饮料销售的所有材料。

表 3：常见场所中 Nutri-Grade 饮料销售宣传材料和广告的区别

场所	饮料销售宣传材料 *等级为“C”和“D”的饮料强制贴上标志*	广告 *“D”级饮料广告禁令*
实体餐饮机构	包含饮料名称和/或图片的材料，可在实体餐饮机构的租赁/租用/购买的区域内找到，并可被准买家或消费者看到	包含饮料名称和/或图片的材料*，可在实体餐饮结构的租赁/租用/购买的区域外找到 • 例如，入口外海报
餐饮机构的在线销售地点	包含饮料名称和/或图片的材料，可在特定餐饮机构进行饮料销售的在线销售地点内找到	包含饮料名称和/或图片的材料，可在特定餐饮机构进行饮料销售的在线销售地点外找到 • 例如，食品配送应用程序主页上的数字横幅可以整合商家之间的订单
杂品商店	NIL *注：根据《食品条例（第 2 号修正案）》，自 2022 年 12 月 30 日起生效，C 级或 D 级饮料的包装必须贴有 Nutri-Grade 标志*	包含饮料（产品包装本身除外）名称和/或图片的材料，可在超市/杂货店/便利店或其他主要销售各种食品、小家居用品、盥洗用品和其他小型消费品的其他机构（无论名称如何）找到

		例如，货架标签、跳跳卡
杂品商店的在线销售地点	NIL *注：根据《食品条例（第 2 号修正案）》，自 2022 年 12 月 30 日起生效，于在线销售地点，Nutri-Grade 标志的图像必须显示在 C 级或 D 级饮料的在线图片或文本列表旁边或与其直接相关的位置。请参阅下面的灰色框。*	包含饮料名称和/或图片的材料，可在特定杂货店进行饮料销售的在线销售地点外找到（请参阅上述术语） 例如，电商应用程序主页上整合商家之间订单的数字横幅
其他	包含饮料名称和/或图片的材料，用于展示零售和非零售餐饮机构所提供的产品	在所有媒体平台（包括广播、影院、印品、户外、地面、在线、移动设备）上包含饮料名称和/或图片的其他材料* 例如，向信箱派发的传单、直接邮寄的邮件、公交车站广告

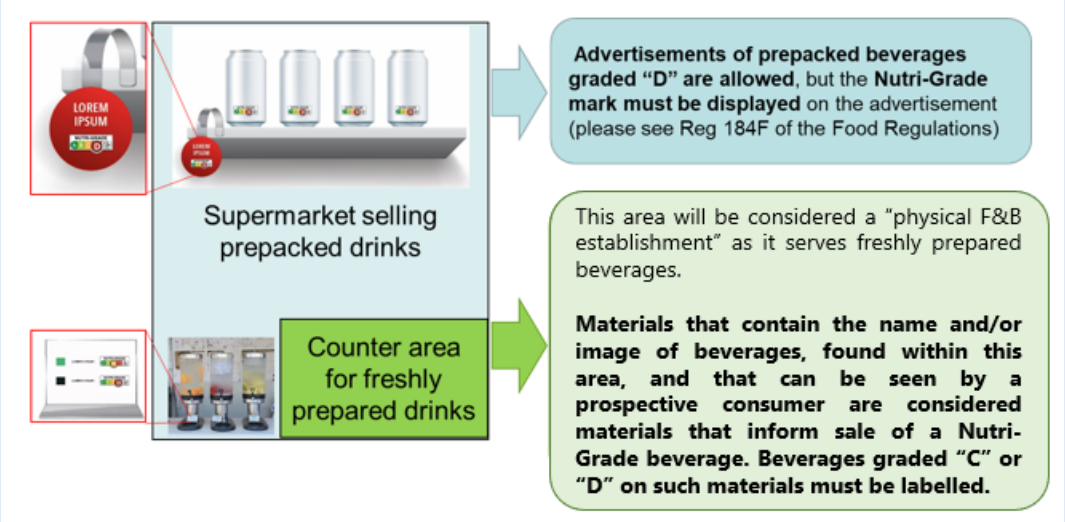
***前提是这些材料促进饮料销售*

F.餐饮机构能否在自己的媒体（例如网站、社交媒体页面、移动应用程序）上展示 D 级现制饮料？

- 如果“自有媒体”不是在线销售地点，则可以，餐饮机构可以说明饮料的名称和价格，包括 D 级饮料。
- 但是，这些内容不应促销 D 级饮料，例如通过使用引起对 D 级饮料过度关注的内容或功能。示例（禁止）包括：
  - 横幅
  - 部分产品列表
  - 弹出窗口/大纲
- 如果“自有媒体”是在线销售地点，其中包含饮料名称和/或图片的材料将被视为 Nutri-Grade 饮料销售宣传材料，且 C 级或 D 级饮料必须贴有 Nutri-Grade 标志。

G.我经营着一家超市，里面有一小部分是现制饮料，目前宣传的是“D”级的预包装和现制饮料。所有这些广告都禁止吗？

请参阅以下示例和要求说明。



售卖现制饮料的受影响机构有关宽免的常见问题

A.如何确定非零售机构的收入和地点数量？

对于非零售机构，收入将根据拥有非零售餐饮机构的实体的总体年收入（按财政年度）确定，而不仅仅是提供零售食品业务服务所获得的收入。

地点数量将根据销售饮料的实体的餐饮机构数量确定，不包括任何仅用于初级食品生产（例如储存、包装）的场所。