

TCVN

TIÊU CHUẨN QUỐC GIA

TCVN 5908 : 2009

Xuất bản lần 2

KẸO

Candy

HÀ NỘI – 2009

Lời nói đầu

TCVN 5908 : 2009 thay thế TCVN 5908 : 1995;

TCVN 5908 : 2009 do Ban kỹ thuật tiêu chuẩn quốc gia TCVN/TC/F18 Đường, sản phẩm đường và mật ong biên soạn, Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng đề nghị, Bộ Khoa học và Công nghệ công bố.

ẹo

andy

Phạm vi áp dụng

êu chuẩn này áp dụng cho các loại kẹo cứng có nhân, kẹo mềm và kẹo dẻo.

Tài liệu viện dẫn

ic tài liệu viện dẫn sau rất cần thiết cho việc áp dụng tiêu chuẩn này. Đối với các tài liệu viện dẫn ghi m công bố thì áp dụng phiên bản được nêu. Đối với các tài liệu viện dẫn không ghi năm công bố thì dụng phiên bản mới nhất, bao gồm cả các sửa đổi, bổ sung (nếu có).

VN 4067 : 1985, Kẹo – Phương pháp lấy mẫu.

VN 4068 : 1985, Kẹo – Phương pháp xác định khối lượng tịnh, kích thước, các chỉ tiêu cảm quan và ối lượng nhân của sản phẩm.

VN 4069 : 2009, Kẹo – Xác định độ ẩm.

VN 4071 : 2009, Kẹo – Xác định tro không tan trong axit clohydric.

VN 4074 : 2009, Kẹo – Xác định hàm lượng đường tổng số.

VN 4075 : 2009, Kẹo – Xác định hàm lượng đường khử.

VN 7087 : 2008 (CODEX STAN 1-2005), Ghi nhãn thực phẩm bao gói sẵn.

VN 7968 : 2008 (CODEX STAN 212-1999 With amendment 1-2001), Đường.

3 Yêu cầu

3.1 Nguyên liệu

- đường: phù hợp với TCVN 7968 : 2008 (CODEX STAN 212-1999 With amendment 1-2001);
- các nguyên liệu khác như sữa bột, bột mì, bột cacao, dầu thực vật v.v...: đáp ứng các yêu cầu để dùng làm thực phẩm theo các tiêu chuẩn tương ứng.

3.2 Chỉ tiêu cảm quan, được quy định trong Bảng 1

Bảng 1 – Chỉ tiêu cảm quan

Tên chỉ tiêu	Yêu cầu		
	Kẹo cứng có nhân	Kẹo mềm	Kẹo dẻo
1. Hình dạng bên ngoài	Viên kẹo có hình nguyên vẹn, không bị biến dạng, nhân không bị chảy ra ngoài vỏ kẹo; trong cùng một gói, kích thước các viên kẹo tương đối đồng đều	Viên kẹo có hình nguyên vẹn không bị biến dạng; trong cùng một gói, kích thước các viên kẹo tương đối đồng đều	Viên kẹo có hình nguyên vẹn không bị biến dạng, trên mỗi viên kẹo được tẩm đều bột áo; trong cùng một gói kích thước các viên kẹo tương đối đồng đều
2. Màu sắc	Vỏ: trong, đặc trưng cho sản phẩm. Nhân: đặc trưng cho sản phẩm	Đặc trưng cho sản phẩm	Đặc trưng cho sản phẩm
3. Mùi vị	Đặc trưng cho sản phẩm	Đặc trưng cho sản phẩm	Đặc trưng cho sản phẩm
4. Trạng thái	Vỏ: cứng, giòn Nhân: đặc, sánh	Mềm, mịn	Dẻo, mềm, hơi dai
5. Tạp chất lạ	Không được có	Không được có	Không được có

3.3 Chỉ tiêu lý – hoá, được quy định trong Bảng 2

Bảng 2 – Chỉ tiêu lý – hoá

Tên chỉ tiêu	Mức		
	Kẹo cứng có nhân	Kẹo mềm	Kẹo dẻo
1. Độ ẩm, phần trăm khối lượng ^{a)}	2,0 đến 3,0	6,5 đến 8,0	10 đến 12
2. Hàm lượng đường khử, phần trăm khối lượng, tính theo glucoza	Vỏ: 15 đến 18 Nhân: 25 đến 30	18 đến 25	35 đến 45
3. Hàm lượng đường tổng số, phần trăm khối lượng, tính theo sacaroza, không nhỏ hơn	40	40	40
4. Hàm lượng tro không tan trong dung dịch axit clohydric 10 %, phần trăm khối lượng, không lớn hơn	0,10	0,10	0,10

^{a)} Đối với kẹo cứng có nhân, chỉ xác định độ ẩm ở vỏ.

3.4 Chất nhiễm bẩn

Giới hạn tối đa các chất nhiễm bẩn như kim loại nặng, độc tố nấm mốc: theo quy định hiện hành.

3.5 Chỉ tiêu vi sinh vật

Theo quy định hiện hành.

3.6 Phụ gia thực phẩm

Sử dụng các loại phụ gia thực phẩm và các mức theo quy định hiện hành.

4 Phương pháp thử

4.1 Lấy mẫu, theo TCVN 4067 : 1985.

4.2 Xác định khối lượng tịnh, kích thước, các chỉ tiêu cảm quan và khối lượng nhân của sản phẩm, theo TCVN 4068 : 1985.

4.3 Xác định độ ẩm, theo TCVN 4069 : 2009.

4.4 Xác định hàm lượng đường khử, theo TCVN 4075 : 2009.

4.5 Xác định hàm lượng đường tổng số, theo TCVN 4074 : 2009.

4.6 Xác định hàm lượng tro không tan trong axit clohydric 10 %, theo TCVN 4071 : 2009.

5 Ghi nhãn, bao gói, bảo quản và vận chuyển

5.1 Ghi nhãn

Ghi nhãn sản phẩm theo quy định hiện hành và TCVN 7087 : 2008 (CODEX STAN 1-2005).

5.2 Bao gói

Kẹo được đóng gói trong bao bì chuyên dùng cho thực phẩm.

5.3 Bảo quản

Kẹo được bảo quản ở nơi khô, mát, tránh ánh sáng mặt trời, đảm bảo chất lượng của sản phẩm.

5.4 Vận chuyển

Kẹo được vận chuyển bằng các phương tiện khô, không có mùi lạ làm ảnh hưởng đến sản phẩm.