

金字火腿推出的植物肉饼在天猫上预售



“人造肉”开卖 消费者如何看待?

“人造肉”无疑是2019年最热门的关键词之一。10月11日,知名品牌金字火腿推出人造肉植物肉饼,并在天猫上开始预售。消息一出,立马引起了众多消费者的关注。

“人造肉”究竟是一种什么样的肉?市场人士又是如何看待这一新品的?对此,记者进行了采访。

线上:不同品牌,“人造肉”价格差异不小

10月11日,国内知名的传统肉制品

上市企业金字火腿,在天猫旗舰店预售“人造肉”植物肉饼。记者通过其天猫店宣传页面看到,该款“人造肉”植物肉饼以非转基因大豆等植物蛋白制成,主要配料是大豆蛋白、植物油、各种调味料以及纤维素、阿拉伯胶、瓜尔胶等。

这款“人造肉”植物肉饼规格为2盒共4片,净含量440克,目前售价118元。店铺客服告诉记者,发货时间在10月下旬。同时在页面上还说明产品在研发上是和美国杜邦公司技术合作

研制而成,“肉质”嫩弹、入味、多汁,具有牛肉的质感和口感,且每100克肉饼中含有蛋白质11.7克,是一款更适合亚洲人的植物肉。可用于汉堡制作或者搭配蔬菜、水果沙拉食用。

根据店内的销量数据显示,上架两天后,已经有220多位消费者下单。此外,在“人造肉”上架的当天下午,金字火腿的股价也直接被拉成涨停。

随后,记者在天猫和淘宝平台上搜索“人造肉”,发现已经可以买到多个品牌的“人造肉”产品,例如Omnipork、Beyond Meat、Impossible Foods等均已发售。其中Omnipork“人造肉”每袋规格230克,售价41.25元。Beyond Meat已经预制作成了“人造肉”汉堡、意大利牛肉碎、香肠等多种形态,其中汉堡每盒227克规格,售价120元;意大利牛肉碎每袋283克,售价120元;香肠每盒400克,售价400元等。

业界:短期内接受其作为常用食材的可能性很小

在餐饮界,业内人士对“人造肉”是怎么看待的呢?前天下午,记者走访了市区几家使用肉类食材较多的餐饮店,询问了厨师或相关负责人,他们中的多数人都持观望态度。

在浙江宁波鄞州万达广场的一家

宁波菜餐厅,负责人柳先生表示不会考虑用“人造肉”代替正常的肉类。“先不说‘人造肉’现在比真正的牛肉都贵很多,就算便宜下来了我觉得在餐饮市场也不太有前途。就像宁波人吃的素鸡,有些餐厅能把素鸡的味道做得很美味,但也不会成为主流硬菜。”他表示,归根到底目前人类还不到需要“人造肉”养活的地步。素食主义者或许会喜欢,但作为一个正常消费者,没必要舍近求远去吃“人造肉”。

在十多年前就已经接触过“人造肉”的宁波西餐专业委员会会长侯颖哲告诉记者,不管是从专业烹饪制作的角度,还是从消费者的角度,“人造肉”的落地可能没有想象中这么简单快速。“因为它是合成品,不能算是常规的食材,即便添加再多的营养物质,用纤维增加口感,但终究无法和天然食材相比较。我个人认为‘人造肉’可能更多地停留在概念炒作的层面,但是实际操作食用,肯定不是理想的选择。要餐饮界接受‘人造肉’,可能需要一个很漫长的过程。”

也有些消费者表示,出于对现有食材的补充,营养全面的“人造肉”确实是不错的。在上市之初会引发一些消费者的猎奇心理,可能会有一波行情。(黎莉 史妮超)

在汉堡王、赛百味、肯德基相继宣布推出“人造肉”新品测试后,麦当劳近日也宣布推出“人造肉”汉堡,“人造肉”成为快餐连锁巨头们菜单上争夺的目标。随着快餐连锁巨头们的试水,“人造肉”逐渐走入日常餐桌,业内人士建议加强监管。

快餐连锁巨头将“人造肉”“日常化”

据了解,此次麦当劳推出的“人造肉”汉堡的供应商是被称为“人造肉第一股”的Beyond Meat公司。这款名为“P.L.T”的“人造肉”汉堡由“人造肉”肉饼以及西红柿、生菜等组成,从9月30日起在加拿大安大略省西南部的28家麦当劳餐厅销售,每个汉堡的含税售价为6.49加元,约合人民币34.92元,测试为期12周。

“我们一直在研究我们的(“人造肉”汉堡)菜谱配方,而现在我们准备好要聆听来自顾客的反馈了。”麦当劳方面在通报中表示,此次在加拿大28家门店测试,是因为消费者对“人造肉”产品兴趣的日益增长。公司将对此项测试的结果进行全面审查后,再把“人造肉”产品添加到全球各地门店的菜单上。这能帮助麦当劳全球市场更好地了解什么是最适合顾客的产品,在真实环境中测试“人造肉”汉堡的影响,包括对顾客需求和餐厅运营的影响。

在8月份,Beyond Meat公司还与肯德基合作,在美国亚特兰大一家肯德基餐厅测试“人造肉”炸鸡。汉堡王也从8月起在美国全面推广无肉汉堡,另外,美国的赛百味也计划在部分美国门店推出“人造肉”三明治。标准化生产的连锁快餐巨头的推波助澜,加快了“人造肉”日常化的速度。

在9月份淘宝造物节现场,记者品尝了Omnipork带来的“人造肉”产品,包括三明治、红烧狮子头等,从外观上看几乎跟普通肉制品差别不大,但是入口还是感到要比动物猪肉口感更软。Omnipork是Beyond Meat公司的亚洲经销商Green Monday旗下的首个自有“人造肉”产品,由香港食物科技公司Right Treat研发,主要原料为豌豆、非转基因大豆、冬菇和米,在香港有7个售卖点。

Omnipork的中文翻译是“新猪肉”,称得上“新猪肉”是因为其质感媲美手打真猪肉,容易处理而且百分百迎合东方人口味和饮食文化,无论是素食者抑或肉食者,都能创作出更环保的崭新美食。”Right Treat兼Green Monday创办人杨大伟表示。此外Omnipork预计将在近期上线天猫国际对外销售。

专家认为:加强“人造肉”监管

“我们发现喜爱‘人造肉’的消费者年龄在20-30岁之间,现在吃素食的年轻人越来越多,而且我们的‘人造肉’可以制作肉饼、小笼包等中式菜式。一些米其林餐馆和酒店已经在使用‘人造肉’作为原料之一,比如制作麻婆豆腐、咖喱肉末,有的菜式销售超过预期10倍。”Green Monday运营相关负责人告诉记者,由此“人造肉”的普惠程度也更高。

分析认为,预计“人造肉”市场将出现爆炸式增长,未来10年“人造肉”全球市场份额将增长到1400亿美元。杨大力认为,参考目前猪肉的市场规模,“人造肉”未来将是万亿级的市场。

对于快餐连锁巨头来说,“人造肉”也是其可持续发展的选择。麦当劳在去年10月的“麦麦全席”上宣布,从2018年底至2022年,麦当劳中国计划开设超过1800家绿色餐厅,而在2015年,麦当劳中国相继取消麦辣鸡腿堡、麦香鱼以及板烧鸡腿堡的包装盒,改为单层包装纸,减少了相关产品包装近80%的用纸量。肯德基也开始在餐厅使用可回收的餐篮,并在杭州开出首家KPOP绿色餐厅。

在中国植物性食品产业联盟主办的“中国‘人造肉’行业发展及政策研究座谈会”上,业内专家估计全球“人造肉”市场规模预计2019年将达到120亿美元,2025年将达到280亿美元。对于中国消费者而言,一份调查数据显示,74%的消费者愿意接受“人造肉”,为全球最高,这得益于中国有食用肉类替代品的传统饮食习惯。从产业角度来看,在美国,1公斤加工肉类的价格为7美元,而“人造肉”的价格为15美元,二者的价格差距在缩小。据记者了解,Omnipork在香港的价格是230.43港元。根据商务部公布的监测数据显示,9月16日至22日,中国36个大中市场的猪肉价格为每公斤36.39元,较前一周下降0.4%。杨大力表示,随着技术的进步与市场接受程度提高,“人造肉”的成本还会降低。

随着“人造肉”成本的预期下降和快餐连锁巨头的试水,“人造肉”开始真正变成餐桌上的食品。但目前,国内对“人造肉”的监管还处于相对模糊地带,业内提出要“人造肉”加强监管,以便相关政策、标准等早日出台。

相关阅读

“人造肉”叫法不科学 称谓需统一

在很多业内人士、权威专家、相关监管部门人士看来,“人造肉”的叫法并不科学,这种说法早期来自于媒体或者机构的解读,而后被广泛应用开来。

在业界,“人造肉”通常被称为“植物肉”或“植物蛋白肉”。

“人造肉”可细分为三个品种:传统素肉制品;植物肉,以植物组织蛋白(大豆、豌豆)为基础,从口感上更接近肉;细胞肉,以动物肝细胞为起点,通过干细胞分化,让动物肌肉组织生长,从而获取肉,是一种新的新的生长方式。

记者从权威人士处了解到,目前,我国所谓的“人造肉”,主要指的是植物肉和细胞肉。植物肉中,原材料比较容易获取,中国有大豆、豌豆的产业基地,工艺适中、成本可控;细胞肉,是一种新型的动物肉提取的技术方向,其可以省去很多动物养殖的中间环节,产出更高效,但目前相对成本较高,短期内难以进入市场,这一现象还更多出现在实验室,

目前是“人造肉”新型的科研方向。

中国植物性食品产业联盟秘书长薛岩在接受记者采访时表示:“目前肉制品面临的主要问题是产能不足,加工效率效率不高,而市场需求却异常庞大,植物肉和细胞肉就是在这样的环境下,出现的一种解决方案。”

植物肉的产业链包括上游原材料提取,中游深加工、工艺制造,下游以原料方式进行渠道销售及独立以“人造肉”销售等多个环节。目前,我国在上游原材料领域较有优势。中国是全球第一大豆消费大国,原材料成本相对较低,但在“人造肉”生产环节却面临一定的技术门槛,这也是目前行业面临的痛点。如何做出真正像肉的产品,增强中国市场的接受度,是很多进入这一领域的企业正在探讨的。

“人造肉”市场热度上升,也并非偶然。健康、回归传统消费理念、环保等因素推动人造肉市场需求增长。有数据

显示,2023年全球肉类替代食品规模有望达到64亿美元,市场规模有望达到140亿美元。

据了解,植物肉、细胞肉的应用,可以解决动物饲养过程中可能出现的检验检疫安全、激素、抗生素等问题,从而阻止部分可能出现的食品安全问题。同时,规模化养殖生猪等碳排放占据总量的45%,养殖生猪会带来严重的污染,植物肉则会相对安全、环保。

“从能效产出比上看,每产生1卡路里的热量的牛肉需要消耗40卡路里的热量,猪肉的能效产出比是25:1,而植物肉是2:1;从健康角度看,我们发现,50年前,中国人日均肉制品摄入量为20克,2018年这一数字是255克,然而在这几十年里,人类的慢性病快速上升且年轻化,与不健康饮食方式有极大关系。植物肉是对可能存在食品安全问题的肉类的替代品,也可能成为一种革命性产品。”薛岩告诉记者。

他认为:2040年之前,全球植物肉、细胞肉的产业化成本可以降低到消费程度,植物肉将有望替代三分之一传统肉。在大多数权威人士看来,虽然“人造肉”被是一个新的应用方向,但他们普遍认为“人造肉”的叫法,本身并不成立,表达也不准确,从命名上有待进一步规范。

一位产业协会人士透露,联盟协会与相关政府部门一直在交流,以明确植物肉的分类和命名,进一步规范这一行业;在监管方面,对新食品、新原料的审批进一步完善。“目前全球对植物肉产业链在监管上仍处于完善阶段,甚至在规范、立法上存在空缺。同时,行业仍存在核心技术需要进一步突破、产业和企业仍需规模化、成本仍居高企等问题。中国在这一行业处在前列,有责任去推动这一产业健康发展。未来这一行业将更加清晰规范,原料、流程、加工方式等环节也会更透明化。”

首次在国际空间站培育成功“人造肉”或可供宇航员食用

据外媒报道,近日,以色列食品公司阿列夫农场宣布,该公司在国际空间站上成功培育出人造牛肉,属世界首例。

当地时间10月9日,俄罗斯莫斯科,Bioprinting Solutions公司在新闻发布会上展示了3D生物打印技术,该技术旨在利用微重力环境下的磁场创造牛肉、兔子和鱼的组织。

据报道,由于饲养牛群会产生大量温室气体,越来越多的科研公司正研究以其他方式生产肉类。以色列食品公司阿列夫农场近日发布声明称,他们和俄罗斯的一家生物打印公司一道,在国际空间站的俄罗斯区区域,运用三维生物打印机制造了一小块牛扒。

该公司称,这是一项在最极端的环境下进行的前沿研究,有助于实现粮食的可持续发展,“不会加剧土地浪费、水浪费和污染。”

报道称,该实验由俄罗斯生物打印公司“3D Bioprinting Solutions”在9月底进行,利用阿列夫农场由从牛只身上采集的细胞,模拟了一个类似牛只体内的环境。这些细胞便会以指数增长,生出结缔组织,最终变成一块牛扒。

据悉,这项技术可为空间站中的宇航员生产肉类食品,但阿列夫农场公司承认,牛肉的味道还有待改善,预计这种人造牛肉将在3或4年内进入市场。

(中新)



河南省太康县开展系列活动庆祝“中国农民丰收节”

河南太康县“2019·中国农民丰收节”系列庆祝活动于9月17日至23日在太康县老家镇刘寨村举行。活动由中共太康县委、太康县人民政府主办,以“庆祝丰收、弘扬文化、振兴乡村”为宗旨,突出“大表彰、大展示、大展演、大比拼、大宣传”的特色,充分发挥农民主体作用,引导活动下沉乡村,调动社会各界力量,组织全民参与互动,为全县农民搭建风采展示的舞台、干事创业的平台。激发

农民的积极性、主动性、创造性,汇聚脱贫攻坚、全面建成小康社会、实施乡村振兴战略、加快推进农业农村现代化的磅礴力量。

太康县“2019·中国农民丰收节”通过组委会的精心策划、细致统筹,各乡镇认真组织,广大农民朋友踊跃参与,把本土农产品、乡土小吃、农民书画、传统体育、民俗演艺在这个节日里精彩呈现,充分彰显“丰收太康、幸福太康”这一主题。

点外卖成为“逛吃团”的旅游打卡新方式

刚刚过去的“十一”黄金周,不少人选择外出旅游,开启“逛吃逛吃”的假日模式。据文化和旅游部发布的数据显示,国庆假期仅前四日就有共5.42亿人次出游,国内旅游收入4526.3亿元,旅游消费再创历史新高。与以往不同的是,除打卡拍照之外,点外卖已经成为“逛吃团”们的旅游打卡新方式。

特色饭店排队太长不愿意等?夜宵吃太撑需要健胃消食片?景区饭店太贵不舍得吃?国庆出游遇到的这些问题,点一单外卖,都能化解。

据某在线外卖平台的数据显示,在国庆前三天,有超过百万名游客在全国

核心景区点外卖。在杭州,超过3760名游客在西湖断桥吃片儿川外卖,在酒店用外卖买药的订单同比增幅超6倍。国庆旅游点外卖已经成为新趋势。

新发布的《十一外卖消费大数据》显示,2019年国庆期间,全国外卖订单同比增长43%,其中旅行外卖订单同比增长47%。显然对于吃货们来说,旅行不过就是换个地方继续点外卖而已。与此同时,为了避免“每逢佳节胖三斤”的尴尬,越来越多人假期也不忘坚持“吃草”,轻食订单同比增长128.8%。

深圳成为国庆假期期间外卖订单量最高的城市,北京位列第二,广州、上

海、成都紧随其后,均为热门旅游城市。此外南京、杭州、武汉、重庆等旅游城市的外卖订单也都有大幅增长。肠粉、麻辣抄手、生煎、热干面、鸭血粉丝汤等代表地方特色的小吃,则是用户在旅游景点下单最多的菜品。

国庆出游点外卖成了一道景观,这一新的消费现象是多重因素影响的结果。首先,越来越多消费者养成了点外卖的消费习惯,他们在出游时选择点外卖,自然就不足为奇。另外,对游客来说,少数旅游景点存在的“宰客”等现象又让游客心有余悸,而点外卖一则价格明码标价,相对透明;二则

有“差评”等约束机制在,不怕商家进行消费欺诈。同时,在特色饭店排队耗时费力,游客也是出于经济、时间成本的考量。游客逛景区已经很累,坐等外卖小哥送餐上门,照样能吃到当地的特色美食。

对于许多游客在景区点外卖,一方面,景区管理方、相关部门要加强管理。比如,由此产生的外卖垃圾如何处理,有必要加强宣传教育,并形成相应约束机制,避免游客乱扔垃圾;另一方面,游客们更要自觉文明旅游。最后,促进旅游消费,整治旅游乱象,也需要加强治理力度,有必要借鉴外卖行业的经验,尊重消费者权益,重视游客的消费体验。

(宗文)

安徽肥西县6.4万人年底将住上新房

日前,安徽肥西县征迁安置房建设如火如荼,根据施工计划,今年年底前全县将有15个安置点项目竣工交付,届时提供住房近2万套,可满足6.4万人居住。

据了解,15个安置点分别为产城融合示范区安置点B地块、金星和园四期、凉亭苑三期B区、芮祠安置点三期、顺美家园二期、新型家园二期、新型家园一期三标、金寨南路安置点、滨河小区二期、官亭安置点C区、官亭安置点C区扩建、产城融合示范区安置点C地块、五四安置点、“六舒三”滨光安置点、三里安置点,涉及上派镇、花岗镇、三河镇、丰乐镇、高店乡以及肥西经开区等乡镇园区,总建筑面积约269万平方米。目前各项目主体工程已全部结束,计划年底前将

陆续回迁入住。

另外,正在加紧施工的安置点还有28个项目,总建筑面积620万平方米,建成后提供新房43877套,能满足14万人居住。其中,位于上派镇的灯塔家园二期项目,总建筑面积43.33万平方米,计划明年12月竣工移交,提供住宅3248套,1.1万人将住上新居。位于玉兰大道以北的紫蓬安置点二期项目,占地10.558公顷,总建筑面积30.6万平方米,主要建筑为26栋高层住宅楼,配套有沿街商铺、社区卫生服务站、社区治安联防站、社区邮电电信服务点等设施,并建机动车停车位1415个。计划2020年12月竣工分房,建成后提供住宅2473套,满足近8000人居住。(徐启玖)

随着技术的进步与市场接受程度提高,成本还会降低

“人造肉”离端上家庭餐桌还有多久?