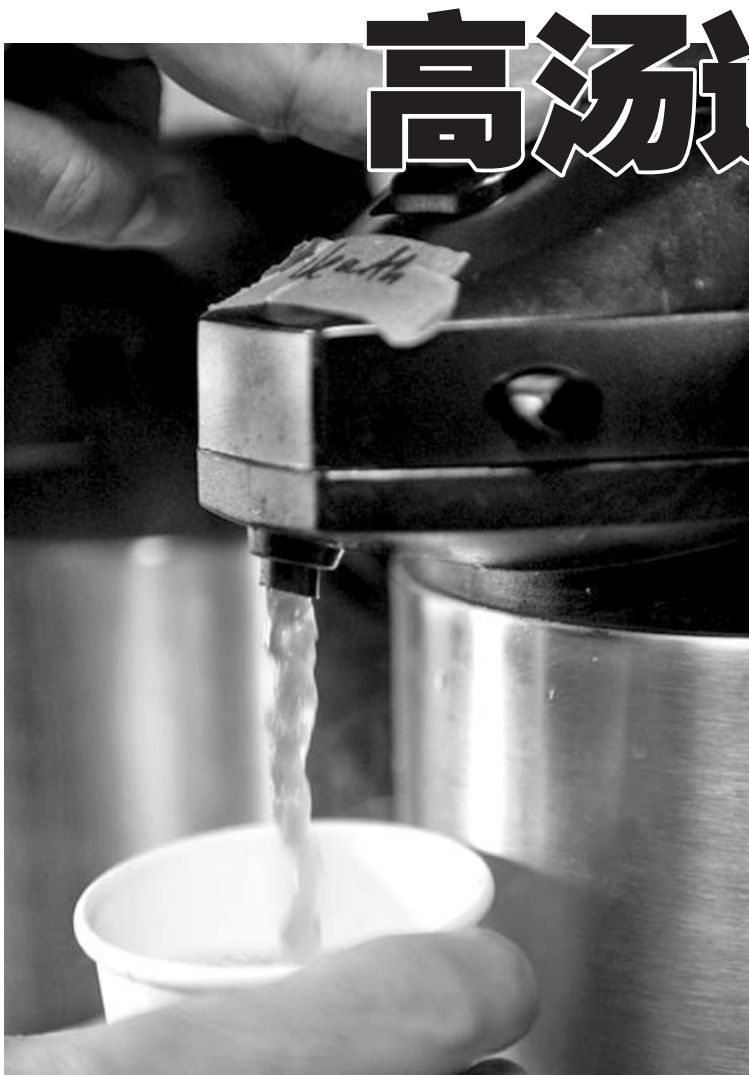




高汤这么玩着喝

传统的中国高汤,在国外有了新的“玩法”,也使得国内很多消费者重新关注高汤的各种“饮用攻略”及其营养价值。

有些国家已经在使用植物原料提取高汤粉,而中国的相关研究还停留在动物性原料生产高汤粉的阶段。 □ 本报记者 张丽娜

又白又浓未必是高汤

很多消费者的印象中,白而浓厚的汤才是高汤,也才是有营养的汤。事实果真如此吗?

北京吕营餐饮街某餐厅厨师赵先生告诉记者,高汤不能仅以颜色来判断。以鲁菜为例,鲁菜的高汤就分奶汤和清汤两种。奶汤是用老母鸡、老母鸭、鸽子、猪骨等为主要材料制作而成,味道醇厚;清汤是在奶汤的基础上经过多次“清哨”工序加工而成,特点是汤清澈见底,味道鲜美。

赵先生说,高汤的做法很多,有荤有素,主要有鸡高汤、猪高汤、牛高汤、鱼高汤、蔬菜高汤等。一般来说,高汤是用老母鸡、鸡骨、鸽子、猪骨、瑶柱、冰糖、白胡椒粒、桂圆肉、生姜等为主要材料熬制而成的清汤。

难道精心熬制的又白又浓的汤没有营养吗?赵先生说,有人曾做过一个实验:拿一个空瓶,倒半瓶水,再滴点油进去,然后用力晃动,就会得到比鲫鱼汤还白的“汤汁”了。这里面的奥秘就是油脂乳化了,所以,白白的鱼汤里面其实并没有什么营养,只有油脂、水以及调味料。

记者还了解到,有些号称是牛骨熬炼、整鸡炖制的纯正肉汤,其实都是使用类似牛肉精等包含大量食品添加剂的复合调味料加入开水制成。

记者在调查中发现,一整瓶1千克的飘香剂或一大包号称猪骨熬制的肉骨粉,售价才30元到40元,一包肉骨粉就能做成几百甚至上千锅的火锅或高汤。算下来,每锅使用成本只有几毛钱。

像喝星巴克一样喝高汤

寒冷的冬日,路人手捧的大纸杯里,装的不仅可能是咖啡,还有可能是大骨汤。

记者近日获悉,美国纽约某餐厅出售的和咖啡一样装在纸杯里的大骨清汤,居然掀起一股时尚消费热潮。用火鸡、牛大骨、鸡鸭等熬制的牛肉汤、有机鸡汤和招牌健康高汤,最小杯的售价约合人民币25元,和国内的星巴克差不多,还有约80元的“全家桶”,可以带回家与家人分享。

“高汤风”甚至还刮到了英国。据了解,伦敦的美食家甚至制作了“煲你的骨”帆布包,很多爱“耍酷”的时尚达



人都背上了这款“高汤衍生包”。

传统的中国烹饪手法,在国外有了新的“玩法”,也使得国内很多消费者重新关注高汤的各种“饮用攻略”及其营养价值。

消费前沿

首个消费品“三同”服务平台上线

不出家门也可享受出口商品品质

11月10日,全国首个消费品“同线同标同质”公共服务平台在江苏正式上线,首批获得认证的产品来自莱克电气、荣登地板、太湖雪丝绸等12家日用消费品企业。

据悉,消费品“三同”公共服务平台由江苏检验检疫局研发,集“三同”企业评定审核、“三同”产品申报验证、消费端质量查询、国际标准差异对比、消费者质量状况反馈等功能于一体。在检验检疫部门的科学监管下,实现对“三同”产品的有效溯源管理,确保内外销产品标准一致。

据介绍,该平台最大的特点是实现了消费者快速查询功能,只需通过手机扫描产品包装上的二维码,或在网站输入产品批号,就可以马上查询到产品和企业信息。

每逢过节,经常会看到国民出国疯狂购物的报道,而高价从国外买回来的“优质”产品中,不少“中国制造”的字样令人啼笑皆非。为何国民要到外国买中国制造的商品?究其原因,就在于国内企业出口产品的质量普遍高于内销产品。基于此,“三同”产品应运而生。所谓的“三同”是指出口企业在同一条生产线上,按照相同的标准生产出口和内销产品,从而使供应国

内市场和供应国际市场的产品达到相同的质量水准。让中国人不出国门就能享受到出口商品的品质。

江苏中鑫德赛木业有限公司负责人说,该公司生产的荣登CARB系列地板采用的是美国加州CARB P2标准,此标准要求产品的甲醛释放含量≤0.05ppm,属于国际顶级要求。推行“三同”,不仅让普通消费者能更方便购买各类优质出口产品、推动供给侧结构性改革,促进消费标准提升,而且有效地带动了消费品生产行业整体提质增效升级。今年1月至10月试点“三同”以来,其地板产品在国内的销售额已达8000万元,比2015年增加43%。其中,“三同”荣登CARB系列实现了飞跃,销售额从2013年的100多万元增长到目前的1000多万元。

今年5月,国家认监委认定了全国首批内外销“同线同标同质”食品企业,国家质检总局首先在出口食品企业启动内外销“三同”工程。包括国家重点龙头企业企业的青岛福生食品公司等通过认定。然而,生鲜、冷冻产品的物流配送一直是困扰相关产品营销企业的一大难题。为解决这一



难题,同时恪守“同线同标同质”的“三同”标准,专门从事“三同”产品营销的电商品牌也应运而生。以九十七度网络商城为例,采取线上、线下双轨营销模式,确保网上营销产品的安全质量,联合政府部门和国家权威质量检测机构,建立完整的质量管理体系标准,将管理体系严格运用到产前、产中、产后各个环节,确保了产品质量的规范化、标准化、优质化。目前,该商城已先后与国内知名水产、蔬菜、粮油食品加工企业和茶叶等安全品牌生产商达成战略合作协议,借助媒体的信息传播优势,通过经济便捷的渠道,实现产品和服务的全面快速传递,使百姓足不出户享受到“从田间地头、生产车间直接到家”的高性价比的优质产品和服务。(本报综合)

物流配送提速 数据能力提升 今年“双11”凸显品质消费趋势

各大电商最新成交数据显示,今年“双11”,畅销商品品牌集中度进一步提升,凸显了消费市场品质化、品牌化的趋势。

成交规模方面,今年“双11”不断刷新去年的纪录,展示出我国消费能力和经济潜力。截至11日12时,京东商城交易额同比增长78%;截至11日24时,天猫“双11”交易额突破1200亿元;截至11月11日8时34

分,汽车电商“汽车之家”订单总量突破10万辆,交易金额达145.82亿元。消费者的态度更加理性,显示出对品质和服务的偏好。京东数据显示,热销商品中,品牌集中度进一步增强,国产品牌崛起,销量增速高于国际品牌,凭借技术创新、制造和服务优势,中国制造正在崛起。汽车之家数据显示,“好产品+好服务”成为消费者下单的关键吸引力。

辽宁锦州食品销售公示风险等级

本报讯(记者 孟祥山)截至日前,辽宁省锦州市食品药品监督管理局已把全市16664户食品销售者进行了等级划分,分为ABCD四个等级,A级是最安全的食品,D级是风险最高的食品。食品风险等级划分后,锦州市食品药品监督管理局制作了公示板,

并将公示板挂在食品销售者的商铺或门店外,将食品销售者风险等级、日常监督检查结果、从业人员健康证明、监管部门及地址、具体监管责任人、投诉举报电话、食品安全应急处置流程等内容进行集中公示,使广大消费者参与监督。

黑龙江开展整治“旅游网站违规失信”专项行动

本报讯(记者 李修江)近日,黑龙江省委网信办、黑龙江省旅游委联合开展“旅游网站严重违法失信”专项整治工作。重点整治综合旅游网站、旅行社网站、旅游在线预订服务网站、旅游景点网站等提供旅游服务的各类网站,含

网站旅游频道、旅游网站APP、微博、微信公众号。届时,经黑龙江省委网信办、黑龙江省旅游委认定存在违法违规和严重违法失信行为的旅游网站、旅游企业,将依法采取责令整改、罚款、关闭网站、注销经营许可、撤销备案等处罚措施。

第四届四川农业合作发展大会成都召开

本报讯(记者 罗颖 □袁春华 聂吉平)以“全面开放合作,促进全面小康”为主题的第四届四川农业合作发展大会近日在成都召开,会上签订农业投资促进项目314个,合同金额1022.9亿元。

本届大会举办了脱贫攻坚“千企千村”对接签约活动,对接现场集中签约投资促进项目7个,合同金额10.5亿

元;采购贸易项目6个,合同协议金额1.8亿元;就业促进协议7个,协议吸纳就业3464人,有力助推建档立卡贫困村实施产业精准扶贫。大会还举行了农业投资促进和农产品采购贸易项目集中签约仪式。其中,现场签约的农业投资促进项目21个,合同金额171亿元,农产品采购贸易项目22个,合同协议金额31.5亿元。

新疆投资245亿元煤制天然气示范项目获准

本报讯(记者 罗和顺)记者从新疆发展和改革委员会获悉,国家发展和改革委员会近日核准新疆苏新能源40亿立方米年煤制天然气示范项目,标志着该项目已具备开工建设条件。该项目位于新疆喀

城地区和布克赛尔蒙古自治县,总投资245.29亿元。项目拟利用当地煤炭资源,采用碎煤加压气化、粉煤加压气化、甲烷化等技术,年产40亿立方米合成天然气和焦油、中油、石脑油、硫磺等产品。

常温牛奶为何混进超市冷柜?

商家涉嫌诱导消费

近日,来自澳大利亚多批次进口低温巴氏奶因为多次检出大肠杆菌等致病菌超标,被国家认证认可监督管理委员会暂停了问题企业在华注册资格,同时对所有澳大利亚输华巴氏低温奶企业全面加强监管。进口巴氏奶再次引起消费者的广泛关注。

记者走访多家超市发现,一些包装上注明“常温储存”的进口牛奶却出现在了冷藏柜中,这一看似细微的货品陈列方式是商家无意而为,还是另有门道?

巴氏奶,即通过巴氏低温杀菌方式处理的牛奶,保质期短,需冷藏。这种杀菌方式能够最大限度地保留牛奶中的营养成分和新鲜风味,且因为是冷藏的,不需要添加防腐剂,真正新鲜营养又安全,因而颇受消费者青睐。常温牛奶为高温杀菌处理牛奶,无需冷藏,常温储存即可,且保质期长达3到6个月。但是因为超高温处理,牛奶的一些不耐热营养成分会遭到破坏。

相比之下,巴氏奶的价格更高,但出于新鲜、营养成分保留更丰富等原因,消费者仍愿意出高价购买巴氏奶,若再加上“进口牛奶”的标识,则更添一层“光环”。

在一家大型超市,市民田女士正在冷柜前选购进口牛奶,安佳、德亚、欧德堡等多种不同盒装进口牛奶均与本土的三元、蒙牛等袋装、瓶装巴氏奶放在一起销售,经记者提醒之后田女士才发现,手中的新西兰原装进口某品牌牛奶在包装盒左侧小字写着“超高温处理”,并不是她想要的“巴氏奶”,且在保质期内根本无需冷藏。

不止是田女士选中的这一款新西兰某品牌牛奶,记者发现,该超市放在冷柜中的将近十种进口牛奶都是高温杀菌奶,而并非消费者以为的巴氏奶,“我知道巴士奶必须要冷藏,所以选购进口巴氏奶就是看它是不是放在冷柜,还真没仔细看过标签。”田女士表示。

记者还发现,同样是巴氏奶,本土巴氏奶保质期大都在10天之内,进口巴氏奶保质期有的是国产同类产品保质期的二到四倍。

以超市常见的国产盒装巴氏奶为例,三元的极致有机鲜牛奶保质期为7天,另一款北京延庆区生产的归原有机鲜奶的保质期也是7天,但在标注了“巴氏杀菌乳”的进口牛奶产品中,新西兰进口KOHAN原裝巴氏杀菌全脂纯鲜奶保质期是15天,澳大利亚进口a2鲜牛奶的保质期是21天,还有一款同是澳大利亚进口的保利全脂鲜牛奶保质

期则达到了40天。在某电商平台,澳大利亚进口a2鲜牛奶的销售页面下,有消费者评论写到,“我在澳大利亚喝过这个品牌的鲜奶,保质期也就是六七天,没有这么长的”。

对于“常温奶”出现在冷藏柜中的情况,农垦乳业联盟专家组组长、乳业分析师宋亮分析,如果不是超市无意放错,那很有可能是有意诱导消费者:“进口牛奶”字样经常会在包装上被放大,而‘高温杀菌技术’的字样在包装上常位于不显眼的角落,加上是在冷藏柜,消费者会误以为自己买的是新鲜的巴氏奶。”

“产品进入到超市等零售商之后,冷藏区和非冷藏区的上架费是不一样的,由于零售商需要承担一定的冷藏费用和 risk,因此费用会比非冷藏区高出30%到50%。”宋亮告诉记者,“进口巴氏奶的价格普遍较高,是普通牛奶的两到三倍,而且巴氏奶更好卖,消费者更愿意购买,对于零售商来说,这里面就存在着较大的利润空间。”

与超高温杀菌的常温奶相比,巴氏杀菌奶保质期特别短。在调查中,记者发现,本土生产的低温巴氏奶的保质期通常在7天左右,而进口巴氏奶则好几倍。

为何同样是巴氏奶,进口产品的保质期能比国产的长出数倍?宋亮分析,目前少数企业会采用膜过滤技术,即过滤芽孢、体细胞数,减少落菌数,再配合新包装,有可能将保质期延长到20天,但也有企业可能使用了超巴氏的UP技术。“在超高温130℃以上瞬间杀菌,然后迅速进行冷却,保质期可达20到30天,但是这一技术就是高温灭菌了,与巴氏奶72℃-75℃低温灭菌是完全不同的工艺,产品中的活性营养物质也有所不同,只能被称为‘伪巴氏’。”

正规进口牛奶想要进入中国市场,需要经过很多环节,而巴氏奶的保质期较短,又需要冷链运输,“从进口的程序和运输难度来看,真正的进口巴氏奶其实很难快速进入到国内市场。”宋亮说。

面对超市琳琅满目的进口牛奶,消费者该如何选择呢?

宋亮给出了三点建议:一是看包装上的杀菌方式和储存方式。第二是看存放地点,一般来说,巴氏奶需要存放在冷藏柜里。第三则是看清配料表,可以区别所买的是生牛乳为主要原料做的牛奶,还是奶粉还原技术做的复原乳,或者是添加了其他成分的调制乳,或只是牛奶蛋白含量仅为三成的含乳饮料”。(《北京青年报》)