

疫情影响下“全民皆厨”

半成品料理包大升级

菜品更多样口味更丰富

料理包最初进入普通消费者视线时并不光鲜,在媒体探店纯外卖店铺中被描述为低价购入、高价卖出、制作过程脏乱差的产品。近期受疫情影响,在“全民皆厨”的环境下,各式方便菜备受关注,随着生产不断规范,生鲜平台、品牌餐饮企业也纷纷推出升级的料理包产品,凭借方便快捷、选择多元成为餐厨小白的做饭首选。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

实测

价格差异大,但口味多是浓油赤酱

对于料理包,广州天河区市民李畅受“黑工坊”制作料理包新闻的影响,担心食材不新鲜、加工不卫生等食安问题,还认为料理包没有多少营养,长期食用不利于健康。

住在越秀区的90后范范则表示,排斥三无加工料理包,但并不排斥料理包本身。“下班后你是没有精力做饭的,料理包也很方便,倒进锅里热一热就可以吃了。”

入手料理包是否有坑?记者网购进行测评。其中,最低单价为6.8元的料理包,以十款口味为一组售卖,包括鱼香肉丝、咖喱鸡肉、梅菜扣肉、卤肉饭、酱香排骨等菜品,每款菜式含量200克,没有主食,也

没有真空包装,注明保质期12个月。烹饪方便,加入热水中泡5分钟即可。

较高单价的料理包如净重500克的酸菜鱼和750克小龙虾,采用真空包装,保质期12个月,单价分别为75元、120元。没有主食,需要下锅重新翻炒或使用微波炉加热。

记者尝试多款料理包,虽然价位不同,但在菜品调味上皆浓油赤酱,如豉汁排骨一类的粤菜菜式的调味也同样重口。特别在单价较低的料理包中,几乎一半是浓稠的酱汁;而且不同的菜式,在酱汁调味下口味大同小异,食用后也容易口干。

在口感和新鲜度上,不同价位的料理包皆表现一般。如酸菜鱼的鱼肉口感软绵,碎块较多,小龙虾尾并不Q弹,相比同等价位的外卖的而言,新鲜度和口感并无优势。

记者还发现,价位不同的料理包肉类数量和品质不同,但蔬菜同样处于“弱势”地位。仅有部分菜式中添加豌豆粒、胡萝卜丁、木耳丝或洋葱丝,但块头小且十分软烂。

此外,在安全卫生方面,测评所网购的料理包皆使用冷链配送,配有冰袋,收货时没有腐坏问题;在食用中也没有发现异物或者异味。

升级

食材更丰富,高配料理包口味更好

据餐饮白皮书数据统计,蒸烩煮、嘉乐、新美香等主流料理包品牌在2017年销售额合计已超20亿元。今年受疫情影响,半加工料理包也受到餐饮企业及生鲜平台的青睐,如海底捞推出“开饭了”半成品料理包,有12款菜品和4款汤品;广州酒家、云海肴、西贝等品牌餐饮企业也有方便菜、料理包产品

面世;盒马旗下的盒马工坊也推出了半成品菜包。

与以往的料理包相比,近期餐饮品牌和生鲜平台零售的料理包产品配置更高。在菜品上,除了传统的鱼香肉丝、咖喱鸡肉等,还有竹蔗马蹄水、宫保虾球、奶油芝士咸肉斜管面、西冷牛排、烟熏火腿菠萝披萨等食材更丰富,调味更

复杂的菜式可以选择;在配料上也不再将所有成分“一包炖”,而是食材分装。以某品牌意面料理包为例,提供了单独装的意面作为主食,在肉包外,配有5款调料包,包括橄榄油包、酱包、盐包、黑胡椒包、芝士包。由于烹调手法更加接近现做饭菜,这类料理包的口感也更为新鲜。

避雷

信息不全,社交平台购买料理包需谨慎

除了电商平台,餐饮企业有料理包出售,在抖音、小红书等社交平台上也有料理包的产品引流,多在微信中达成交易。有在社交平台上售卖料理包的负责人介绍,其产品和线下餐厅出品一样,由6位大厨把关研发,并有特别的保鲜技术,不加防腐剂保质期能达到270天,目前已经有佛跳墙、红烧海参、金汤花胶等菜品在售,单品售价不到

60元。但对于所售料理包食品生产许可证、生产厂家、是否线下餐厅加工制作等信息,该负责人表示不方便告知。

对此,广州主打海鲜菜品的餐厅负责人表示,特别的保鲜技术可能是真空包装。但线下餐厅转制作料理包并不容易,除了产品研发,还有原材料备货、生产排期、对接工厂资源等问题需要解决。

记者了解到,餐饮企业要想经营料

理包等预制菜产品,必须先获得食品生产许可证。疫情期间,北京市监管部门曾宣布餐饮服务单位在保证食品安全的前提下,允许在线上 and 线下销售本单位加工制作的半成品。但广东监管部门并未有类似的临时性措施公布,因此对于社交平台上食品名称、加工制作单位、加工时间等信息模糊的料理包也要谨慎购买。

行业

加多宝可继续使用“怕上火喝加多宝”广告语

新快报讯 据加多宝凉茶发布信息称,公司近日收到最高人民法院民事裁定书,裁定书认为“怕上火喝xxx”广告语由加多宝首先创设并持续使用。公告显示,在加多宝已将凉茶产品改用“加多宝”商标的情况下,加多宝将其创设并一直使用的“怕上火喝xxx”等广告句式改用在“加多宝凉茶”产品上进行宣传,使用的“怕上火喝加多宝”广告语,符合诚实信用原则和公认的商业道德。

这意味着经过多年的诉讼,加多宝可以继续使用“怕上火喝加多宝”的广告语。(陈思陶)

益海嘉里拟冲击“创业板”IPO

新快报讯 据深交所披露创业板改革并试点注册制的首批获受理32家企业信息,金龙鱼母公司益海嘉里拟冲击“创业板”IPO。

招股书显示,益海嘉里2017年、2018年和2019年的营业收入分别为1507.66亿元、1670.74亿元及1707.43亿元。2018年、2019年净利润分别为42.15亿元和,44.78亿元。

益海嘉里称,根据尼尔森数据,报告期内,公司在小包装食用植物油、包装面粉现代渠道、包装米现代渠道市场份额排名第一,在饲料原料、油脂科技行业市场占有率排名靠前。而从拟IPO金额来看,益海嘉里拟募资138.7亿元,远高于同批次其他32家公司。(陈思陶)

康师傅开始卖米饭

新快报讯 据英敏特数据显示,自热食品的市场份额从2018年的4.4%攀升至2019年的7.6%,疫情期间,方便速食成为风口,其中自热米饭品类备受关注,自热米饭的食用者中,69%的中国城市消费者将其作为午餐食用,莫小仙、白象等品牌不断上新自热米饭。

近日,康师傅也推出自热米饭康品私房,包括秘制香辣牛肉饭、私房红烧牛肉饭两种口味,目前活动价单价约25元,保质期为9个月。康师傅方便面是许多消费者的速食“启蒙”,在方便面品类之外推出自热米饭,也将进一步开拓消费场景。(陈思陶)