

所用原料基本相同,价格高出几倍十几倍

# 高端调味品“高”在哪里

□本刊记者 宿可伟

俗话说,三分选料,七分调味。可见调味在家庭烹饪中的重要作用,价格高昂的高端调味品也因此走俏市场。记者走访发现,一些高端酱油、食醋、鸡精等使用的原料与普通产品差不多,但价格却是其他产品的数倍乃至十几倍。这些高端调味品到底高在哪里?消费者在支付了高价的同时,是否也买到了真正的“高端”?记者对此展开了调查。

## 高端调味品种类名目繁多

一瓶500毫升有机酱油近40元,一瓶500毫升果醋30多元,一袋250克鸡粉近20元。这些日常生活离不开的调味品也逐渐有了“贵族”。不少消费者感叹,一些高端调味品逐渐走进市场,价格动辄是普通产品的几倍,让人看得“心惊”。

记者在省城多家商场调查发现,市场上的调味品种类繁多,可谓琳琅满目。其中酱油种类多达几十种,仅李锦记一个品牌的酱油就有草菇酱油、双蒸酱油、锦珍酱油、精选酱油、蒸鱼酱油等十多种。其中价格相差也很大,最贵的有机酱油900毫升售价38.8元,而普通酱油最便宜的2升只售7.9元。

市场上的食醋名目也五花八门。“来福”牌醋就推出了葡萄多酚醋、银杏黄酮醋、富硒多酚醋等多个种类,售价都是500毫升25.8元。而“龍力”则打出了“双歧因子醋”,750毫升售价为28.9元,价格是山西老陈醋等传统醋的近十倍。

高端调味品果真“有料”吗?记者采访消费者时,他们当中大多数并不知道这些高端调味品好在哪里,有的表示购买只因好吃,有的则表示口感与普通酱油、醋区别不大,但感觉“便宜没好货”,肯定价格贵些的更安全、营养。

## 价格相差大,消费者很费解

5日下午,在英雄山路银座奥特莱斯店购买酱油的常女士,足足在货架前徘徊了十多分钟,还是没决定买哪一种。常女士表示,种类太多了,专门做红烧肉的、专门蒸鱼的、专门做炒饭的……“还不如拿一瓶最普通的呢,炒什么菜都能用,价格也便宜。”

记者查看了酱油的配料表,不管哪种都主要以水、黄豆、食用盐以及食品添加剂为原料,而有机酱油、草菇酱油等不同用途的酱油则添加了不同的配料。而高端果醋则比普通食醋多了果类、黑苦荞等配料,但其中含量多少并未标注。

五花八门的添加物、相差巨大的价格,不仅让消费者看不懂,就连超市的营业员也说不清。记者咨询一位超市营业员,她表示在选购酱油时,主要看等级。但现在出的高端产品名目比较多,就不仅仅限于一、二、三级了,也无法用国家标准来衡量。“至于哪种更好,也很难判定。应该是越贵越好吧。”

## 高端调味品多是价格策略产物

记者了解到,目前的高端调味品多数打出“功能”牌,自称添加了有益物质,但有关专家表示,目前国家标准对此尚无明确规定,消费者也很难从包装上辨别。

以酱油为例,有关专家表示,酱油



新华社图

的营养与风味主要取决于氨基酸氮含量的高低。一般来说,氨基酸氮越高,酱油的等级就越高,也就是说品质越好。目前市场上的酱油分为四级,品质最好的是特级酱油,其次是一级、二级、三级。价格高低也往往与等级相对应。但是,同级别的酱油营养成分相差不大,但在添加了特殊的配料后,生产成本确实会升高,因此价格也就上去了。

专家对此指出,随着市民生活水平的提高及生活节奏的加快,调味品细化成为必然趋势。部分厂家为了吸引消费者的眼球,在产品功能和概念上进行“包装”,添加了一些所谓的“高级”材料,就有了“噱头”,就成为高端产品了。

“有些调味品所谓的‘高端’,实际上只是炒作和价格策略,”专家表示,消费者还是应根据自己的需求选择,只要产品符合食品安全标准就可以放心选购。



## “食品品评团” 话题大讨论

上期话题:冷饮价格上涨,吃还是不吃?

品评团点评:

我觉得不吃最好,或者自己冻冰棒吃,不然又不知道把谁的皮鞋吃下去了。用冰糖、银耳、莲子(或者红枣)什么的在一起熬,半小时左右,好了以后冷藏,再放到冰箱去冷下,味道也不错。——左静宜

济南的夏天酷热难熬,吃上一支冷饮,清凉一下,当然最好。购买时认真查看生产日期和保质期,尽量购买正规厂家生产的冷饮,且选择出厂日期较近的产品,每次以150ML为宜。——林毅

我一般夏天只吃蒙牛、伊利等大企业的雪糕,而且吃的也很少。饮料从来不喝,只喝水。我觉得水是最好的,最健康的。——胡胡

今年的雪糕真的比去年贵了几毛钱,重量还少了很多。其实价格如果不变的话,量少些我们还能接受。——蒹葭听雨

本期话题

可口可乐被曝“含氯水”,你还敢喝吗?欢迎大家加入“食品品评团” QQ群:227122665参与讨论!

名企名牌

## 保障奶源品质三元发展高品质乳制品

有人说,牛奶是人类的保姆,怀揣着母性的柔和哺育,滋养着我们的体魄与心田,记录着我们迈向成熟的步伐,是人类依赖一生的食物。近60年来,凭借着勤勤恳恳的执着,坚守着“专注于奶源建设,保证为百姓提供一杯放心奶”的原则,三元给予我们一份平凡而真实的踏实。在乳品行业中,有“得奶源者得天下”之说。三元食品一直坚持持续投资牧场,不断改善奶牛养殖场和乳室,前移产品质量安全控制关口,真正打造乳品的“第一车间”。

三元副总经理吕淑芹说,“三元的奶牛在世界也处于领先水平,工作人员会根据奶牛的营养需要对饲料进行调整,只有奶牛好了,它产的奶才能好。因为要确保奶源品质,所以奶牛就必须优秀、健康,最好心情还不错。”三元将这种“好牛产好奶”的理念实际运用到了乳品产业链的首要环节,他们从国外进口了很多高品质公牛,“黑星”、“林肯”、“雷达”等,其中还不乏优秀的荷斯坦种公牛,这些系出名门的种公牛价值从几万元到几十万美元不等,他们担负着改良奶源的重任。据了解,一头优秀的种公牛一年之中改良的后代可以影响到半个北京市牛奶的品质。

好奶源是生产出好奶的前提,但为了生产出更优质的安全乳品,除了对原料奶多重严格检验外,三元还一直提倡现场检验方式,即在三元牛奶的生产管道中,利用取样阀,车间现场员工及质量监管人员对每批次产品都要取样,在完成相关的质量指标测定后喝下样品奶。只有自己先喝了,才能放心给消费者喝,这就是三元著名的“人体实验”。实际上,除了“人体实验”外,三元对于其他主要食品辅料、食品用添加剂及食品包装材料等的质量控制也很苛刻。比如三元引入供应商二方审核制度格外严格,由三元出资聘请的专业审核机构和相关行业专家一起组成认证小组,结合三元企业的自身情况,制定出一套完善的供应商审核标准,只有在原料质量及质量保证体系均达到公司要求时,才能获得供应商资格。

同时,三元打造了独有的“阳光监管安全体系”,从原料奶的验收、贮存、消毒、灌装到成品入库,乳品加工的每道工序都会取样检测。通过加强制度建设,进一步完善诚信管理体系,完善生产过程质量安全的控制制度,规范产品进库的管理,加强产品安全自查自纠。可以说,近60年来,三元一直践行的,就是中国乳品行业的未来蓝图。而作为北京城的老品牌,三元凭借着低调、诚信、务实的作风,凭借着积累的实在、稳固、长久的人缘,以不断满足消费者需要,振兴国内乳品行业为己任,为消费者提供着放心奶、优质奶。



# 大师味·感恩情

在我心里,最让我感动的一直是您——我的妈妈!

当我们啼哭于襁褓时,母爱是温暖的怀抱;呀呀学语时,母爱是耐心的教导;远行时,母爱是声声的呜咽;取得成绩时,母爱是激动的泪花;病卧在床时,母爱是布满血丝的双眼。母亲在哪儿,哪儿就是最快乐的地方,母爱的浸润让我们的每一天都充满爱,世界上最美好的语言也无法表达我们对母爱的爱。

母亲节这天,请父母到心仪的饭店吃一顿豪华大餐,用至臻美味表达对母亲的爱已经成为一种都市时尚。大厨们精心烹制的菜品为这个温馨的节日平添幸福的味道,也是在这一天,他们,却无法陪伴母亲身边。

母亲节来临之际,感动了大师的味达美品牌用心为大厨和他们的母亲搭建了感恩的平台,用属于厨师们自己的方

式把爱送给母亲。5月9日到11日,味达美品牌联袂各地星级主厨分别在烟台、青岛、济南等7个城市为他们的母亲献上14场感恩盛宴。感恩宴邀请日日操劳,因自己工作原因而无法在节假日陪伴母亲身边的大厨和母亲同聚一堂,用一道道亲手烹制的菜肴,表达对母亲的浓浓感恩情。与此同时,味达美也为后厨巾帼英雄们特别准备了母亲节大礼,把爱直接送达厨房一线。

此外,不能现场参加感恩宴的厨师朋友也无需遗憾,味达美还倾力打造短信平台互动活动为大厨传递对母亲的爱。凡收到味达美母亲节节日提醒的大厨可以通过短信平台参与活动,400份饱含深深爱意的味达美母亲节大礼将为您送到母亲手上。

5月10日至13日,母亲节感恩宴上大厨们为母亲倾情烹制的12道感恩金牌菜品将通过味达美新浪微博发布。想欣赏

一下大厨们为母亲倾心打造的感恩盛宴是什么样子吗?想跟大厨们学习菜品为母亲亲手烹制吗?想为自己的母亲也争取一份味达美大礼包吗?赶紧登录新浪微博关注“欣和味达美”,准备参加酒吧,更多精美菜品和精彩活动敬请期待!

味达美祝福天下所有的母亲,节日快乐!



shinho 欣和企业

## 济南灵岩寺摄影采风首战告捷

——雪花纯生·中国古建筑摄影大赛山东赛区首场外拍成功举行

灵岩寺,始建于东晋,距今已有1600多年的历史,拥有辟支塔等众多历史悠久、底蕴深厚的古代建筑。应广大摄影爱好者发现灵岩寺古建之美的要求,雪花纯生·中国古建筑摄影大赛山东赛区第一场外拍活动就选在这里,并成功举行。华润雪花啤酒邀请到夜色网主编、资深摄影师任军作为本次活动领队专家顾问,全程指导。

5日上午,参与人员到达外拍地点以后,首先参观了解了灵岩寺的历史渊源,然后资深摄影师任军从光影条件、建筑结构特色、文化内涵等角度对灵岩寺古建拍摄要点进行了讲解并回答了参与人员的提问,随后摄影爱好者们开始进行创作。随着相机“咔嚓”快门声,高耸入云的辟支塔、隋唐时期的般若殿等一座座灵岩寺古建筑被摄影师们用镜头所记录。

参加活动的影友马先生已有8年摄影经验,说起这次外拍难掩兴奋之情,他因工作需要长居印度,“报名时我还在国外,幸好五一期间要回国休假!正好赶上!”此次灵岩寺外拍活动,得到了广大摄影爱好者的广泛支持,短短几天时间已有一百余名摄影爱好者报名参加。“这次活动是一次难得的机会,既为我们摄影师提供了交流机会,也能吸引更多人关注古建筑,为古建筑的保护和传承做出了贡献。”参加活动的影友说。很多影友表示自己是第一次参加以古建为主题的外拍活动。

据了解,此次活动是雪花纯生·中国古建筑摄影大赛山东赛区外拍第一站,主办方还将陆续组织烟台蓬莱水城外拍、聊城光岳楼及曲阜孔府外拍,摄影爱

好者均可报名参加。

活动主办方华润雪花是中国啤酒行业第一个突破1000万吨并连续七年全国销量第一的啤酒品牌,其雪花纯生·中国古建筑摄影大赛已成功举办三届,并得到了中国摄影家协会、《大众摄影》杂志社、清华大学建筑学院等机构的大力支持,业已成为目前中国规模最大、最具影响力的古建筑摄影比赛。详情请关注雪花纯生·中国古建筑网www.archfans.com。

山东赛区作为全国大赛组成部分,除三场外拍活动之外,所有以古建筑为题材的摄影作品均可发送至指定邮箱参加山东赛区作品评选,赢取单反相机等奖品。本次活动全国奖项与山东赛区奖项互不冲突,可兼得。详情请关注夜色网论坛http://www.yeswww.cn。