

低脂、低卡、零蔗糖、零添加,益生菌、谷物、果仁、水果,茅台、芝麻酱、团扇、盲盒……

今夏冰激凌,争“健康”追“国潮”

生活发现

中国妇女报全媒体记者 项丹平

对很多人来说,夏天就是从第一支冰激凌开始的。5月29日,茅台推出了青梅煮酒、经典原味和香草3种口味的预包装“茅台冰激凌”,上线51分钟就售罄,首销逾4万杯;茅台冰激凌首发上市的话题还冲上了热搜。北京的“90后”李莉对中国妇女报全媒体记者开玩笑说:“喝不起茅台,吃个茅台冰激凌还是可以的。”

中国绿色食品协会绿色农业与食物营养专业委员会近日发布的《中国冰激凌/雪糕行业趋势报告》显示,我国冰激凌市场持续保持增长态势,2019年达1380亿元,2020年达1470亿元,2021年超过1600亿元,市场规模稳居全球第一。与此同时,冰激凌近年来也成为各品牌创新的“试验田”,从口味到原材料再到造型不断推陈出新,逐渐贴上了健康、愉悦、高品质生活方式等新标签。迎着初夏的热浪,今年的冰激凌市场又开始了新一轮的创新比赛。

茅台酒、芝麻酱、团扇、盲盒等纷纷“跨界”,今夏冰激凌主打“健康”“国风”牌

记者了解到,此次热销的“茅台冰激凌”由茅台集团与蒙牛集团“跨界”研发,均属于全乳脂冰激凌,添加了约1.6%—2%的53度飞天茅台酒,把茅台酒细腻的酱香味与细致乳香、醇厚奶油和冰爽口感融合在一起,这也是贵州茅台历史上仅有的以“茅台”命名的非酒类食品产品。

“无论口味、配料,还是造型,与众不同的冰激凌更容易吸引我购买尝鲜。”李莉对记者表示。记者近日走访发现不少老字号和传统品牌也纷纷推出一些紧跟国潮风的新口味。比如,北京稻香村新推出的京味儿二八酱冰激凌,把芝麻酱和花生酱融合的老北京传统味道变成了冰凉绵密的口感。在六必居天猫旗舰店,两款新上市的“黑蒜冰激凌”和“黑芝麻冰激凌”也成了许多人的新欢。江西新余推出了以渝水区水北镇特色美食水北豆腐为原料制成的水北豆腐冰激凌,“冻了是冰激凌,化了是豆腐脑”,兼具营养性和趣味性。伊利“须尽欢”推出的“3D团扇鲜牛奶冰激凌”,以古人纳凉解暑用的团扇为灵感,采用3D成型技术形成熊猫和鸟雀的立体雕花,棒签还做成词牌形状刻上经典诗词句,走起了“国韵”路线。雀巢“粤新意”冰激凌推出了融入广东醒狮艺术的流心炼奶醒狮棒,演绎千古浪漫故事“贵妃醉酒”的荔枝米酒桂花口味飞鱼脆皮、融合港式奶茶和浓郁咖啡双重滋味的冻鸳鸯奶茶味飞鱼脆皮等,其国潮风的包装设计也颇为“吸睛”。

此外,记者还发现,有些雪糕品牌玩起了盲盒概念,很受欢迎。比如,全家、7-11等便利店的耐米雪糕“5+1盲盒”非常走俏,每个口味都有6种造型款式,如果运气好抽到“隐藏款”,还可兑换抽奖券兑换10支雪糕。“吃雪糕拆盲盒,怀着一种期待心理,又好吃又好玩。”李莉对记者说。

的确,如今的年轻人不仅喜欢吃冰激凌,还要吃出“花样”来。从口味上来看,相比于以前主要以牛奶、巧克力等经典口味为主,近几年冰激凌市场新增了许多新奇口味,榴莲、白桃、葡萄、荔枝、椰子、奶茶、海盐、粽子等跨领域成分纷纷进入原料,还有咸蛋黄口味、东北铁锅炖、长沙臭豆腐、山东葱爆牛等“奇葩口味”,实现了产品的“跨界”,激起了年轻人的浓厚兴趣。



但是,自从去年以来一些“怪味冰激凌”遭到广泛吐槽后,今年冰激凌市场开始转变“画风”,纷纷打起了“健康”牌,以低脂、低卡、零蔗糖、零添加、益生菌等为卖点。冰激凌纷纷与果仁、果干、烘焙、糯米、水果等元素融合,芋泥、生椰、杨枝甘露、红茶等甜品和饮品界爆品也开始进入雪糕界,一些品牌还将胶原蛋白、谷物、膳食纤维等健康元素加入雪糕。比如,光明推出的“谷风”系列雪糕,融入了藜麦、枸杞、灰枣、青稞、桑叶等养生食材;田牧上线了面向糖尿病患者、孕妇、控糖和运动人群的零蔗糖冰激凌;以燕麦、植物奶为基底的植物奶品牌Oatly,推出了“地球冰激凌”;伊利推出的“来点燕麦”冰激凌用牛奶搭配天然燕麦颗粒碰撞出美味与健康,其旗下高端品牌“须尽欢”则主打无人工色素、香精及防腐剂,并采用专利活菌;高端品牌钟薛高标榜0蔗糖、纯正牛乳、“不添加一滴水”,其配料表前列基本是牛奶、稀奶油等,不额外添加香精。

业内专家认为,冰激凌市场通过成分升级、口感改善来实现健康功效,不仅带来了新颖的口味和体验,也逐步建立起品牌或产品线的高品质印象,许多“网红”冰激凌还被赋予了文化内涵、社交属性、情感需求等附加值,更符合新世代的消费思维。

由口入心回归品质,“网红”冰激凌好吃才能长红

新奇口味花样翻新,造型款式精雕细琢,随着冷饮产品更新换代的加速,每年冰激凌新品迭代率超过50%,大批“网红”新品热度只能维持几个月。但无论如何变化,冷饮终究是食品,入口入胃才是它的根本,而从“网红”变成长红的关键,就在于产品能否由口入心。食品产业分析师朱丹蓬对记者表示,冰

激凌品牌在新造型、新口味、新概念上下功夫固然重要,但稳定的品牌风格、过硬的产品品质,仍然是赢得消费者的基本功。

最新发布的《中国冰激凌/雪糕行业趋势报告》指出,人们对于冰激凌的消费观念已升级转变,冰激凌不再是单纯的消暑解渴冷饮,而是成为社交分享、慰藉心灵和情绪的载体,产品也趋向健康化。同时,我国冰激凌市场也在打破消费周期和场景壁垒,成为类似甜品和奶茶等在娱乐和社交场景中的重要产品,逐渐在四季畅销。

中研普华产业研究院发布的《2022—2027年冰激凌行业市场深度调研及发展策略咨询报告》显示,我国冰激凌市场正以每年20%至30%的速度不断飙升。天眼查数据显示,我国目前有近4.5万家冰激凌企业,今年以来已新增1700余家。“中国冰激凌市场已进入百花齐放的局面,越来越多的创新型、升级型产品开始出现,对市场发展起到重要催化作用。但从人均年消费量来看,与西欧国家相比仍有较大上涨空间,中国冰激凌市场未来仍有巨大发展空间。”朱丹蓬说。

相关链接

DIY冰激凌的“健康替身”

天津医院营养师营养师 康瑞雪



冰激凌因为高糖、高热量,常常被营养专家嫌弃。其实冰激凌也有很多“健康替身”,比如冻酸奶、冻榴莲、冻芒果等。

冻酸奶:冻酸奶是将酸奶冷冻后得到的奶制品,还可以加入水果或坚果。酸奶富含优质蛋白质和钙,以及有利于肠道健康的益生菌。水果的加入,会带来一些维生素、矿物质和膳食纤维。而坚果可提供多种有益脂肪酸、矿物质、维生素E和B族维生素。因此,冻酸奶结合了酸奶、水果和坚果的营养健康功效和冰激凌的绵滑冰爽,适合绝大多数人群。

制作方法:将酸奶倒入碗中或

盘中,根据口味放入切好的水果丁(片)和坚果丁,盖上保鲜膜或盖子,放入冰箱冷冻层,冻至凝固即可。

冻水果:有些水果冷冻后也可以代替冰激凌,比如香蕉、榴莲、芒果和牛油果等。这种“冰激凌”原料只有水果,所以热量相对较低,营养密度较高。

制作方法:将水果切成硬币大小的块,放入容器中密封,再放入冰箱冷冻至少2个小时。取出后,用搅拌机将水果块打碎,装入冰激凌模具中,重新冻成固体,香蕉、榴莲、牛油果等含水量较少的水果能打出更浓郁的口感。也可直接将水果放入冰箱冻起来。需要提醒,即使是这些比较健康的自制“冰激凌”,也要控制吃的量和频率。

智活妙招



芒种,煮青梅酿梅子酒

《月令七十二候集解》中言道:“芒种,五月节。谓有芒之种谷可稼种矣。”芒种也是仲夏时节的正式开始,此时我国长江中下游地区开始进入多雨的黄梅时节。

芒种时节青梅成熟,青梅含有多种天然优质有机酸和丰富的矿物质,因此芒种节气有煮梅的习俗。还可将采摘的青梅晾干,把清洗过的青梅泡在米酒或黄酒里,再放上冰糖,泡上一个月即成青梅酒。(王文)

驱蚊草、捕蝇草等真能驱虫吗?

进入6月,一些如捕蝇草、猪笼草等有驱蚊捕虫“本领”的植物热销,商家表示这些植物不仅可以观赏,还能做到绿色“无毒”防蚊。植物界里真有这么神奇的天然防蚊“高手”吗?

广西药用植物园旅游公司科普专员谈翊表示,捕蝇草、捕虫堇、猪笼草等这类“陷阱”型植物,会通过蜜腺、香味或鲜亮颜色引诱昆虫进去它们的“牢笼”来进行捕食。但在正常情况下,像驱蚊草等驱蚊植物扩散到空气中的香味,远不足以对蚊虫起到驱散作用。而薄荷、迷迭香、柠檬桉树叶等具有较浓郁气味的植物,可对昆虫起到一定驱避作用,日常防虫还是需要依靠人为物理防护来完成。(胡珍)

球生菜营养价值不如罗马生菜和皱叶生菜

生菜口感爽脆,是很多人餐桌上的常客,按叶形可分为球生菜、罗马生菜和皱叶生菜,皱叶生菜按颜色又有紫叶、红叶、绿叶之分。

球生菜又称西生菜、圆生菜等,呈圆球、扁圆或圆锥形;罗马生菜就是常用来做蚝油生菜的那种长叶生菜;皱叶生菜又叫“罗马生菜”,整体很蓬松,叶子的颜色会更深一些。

从口感角度来看,球生菜更爽脆。从营养价值来说,球生菜最低,其维生素C含量仅为2.8毫克/100克,叶酸、胡萝卜素含量也微乎其微;而罗马生菜和皱叶生菜的营养价值更高。一般来说,生菜颜色越深,口感越苦涩,所含的植物化学物质含量越高。比如紫叶和红叶生菜中类黄酮和花青素的含量要高于绿叶生菜,这两种物质都具有一定抗氧化活性。

(国家蔬菜工程技术研究中心研究员何洪巨)

乐享美食

家里剩粽子吃出花样美味

端午刚过,不少家庭还剩下一些粽子没有吃完。一级厨师万良高建议,通过简单加工,可让家中剩粽子变得更好吃。

酥炸粽子:把粽子切成不规则小块,撒上白砂糖,均匀裹上面包糠。锅中倒入适量油,油温加热到160℃左右,放入准备好的粽子块,炸至表面酥黄即可捞出。这样粽子香酥软糯,香甜可口。

香蕉粽子:将粽子放进冰箱内稍冻一会儿后切成厚片,在平底锅内倒入少量油,放入切好的粽子片,将两面都煎至微黄,盛出后均匀撒上少量白糖或盐,即可食用。这样粽子焦香四溢,更能凸显其香甜。

粽子花生球:先将花生烤熟碾碎。粽子切块后稍微加热一下,使其变软然后揉成小球,均匀裹上花生碎。在烤箱烤盘内垫上铝箔纸,均匀把粽子花生球放入烤箱,烤箱预设180℃,10多分钟即可做出美味酥脆的粽子花生球。(李岩)

夏日防晒,宜穿深色棉质衣服

澜欣

炎炎夏日,防晒成为许多女性的重点。许多人误以为,深色衣服吸热快,白色衣服吸热慢,穿浅色衣服比较凉快。其实不然,穿深色棉质衣服才最防晒。

深色服装更凉爽。美国哈佛大学曾做过一项实验表明,夏季穿深色服装比穿白色服装更凉爽。因为黑色衣服比白色衣服吸热多,吸收的热量可在衣服内形成对流的动力,将皮肤表面的汗液和部分热量带走,人体自然就会感觉凉爽。当然,衣服应选宽松一些的,可以使“对流”加强。另外,在室内或阴天

时穿黑色衣服,此时阳光少,黑色反而会发挥其散热快的本领,快速排走皮肤表面的热量,让人感觉凉快不少。而红色光波较长,可大量吸收日光中的紫外线,如果长期在阳光下,穿红色衣服会更凉快。

棉质衣服防紫外线效果更好。衣服的防紫外线作用不仅取决于颜色,还跟衣服的材质有关。夏天人体出汗量大,化纤布料虽然比较轻薄,但吸水性、透气性差,皮肤很难通过汗液蒸发进行散热,汗液过多滞留会使皮肤分泌物腐败、发酵,加之合成纤维在生产过程中会混入单体氨、甲醇等化学成分,对皮肤刺激较大,容易诱发过敏和皮炎。而棉、麻、丝等天然纤

维则是夏天的首选,丝绸亲肤性好,更加轻薄,穿上通体凉快;棉质衣物吸汗,透气性好;亚麻材质孔隙大,透气性和吸水性好。此外,棉质衣服防晒值为15—40,浅色聚酯纤维衣服防晒值为7—10,浅色针织衣服防晒值为4—9。因此防紫外线,最好穿深色棉质衣服。

并非穿得越少越凉快。很多女性认为穿无袖、吊带衫会更凉爽,还有不少男士喜欢打赤膊。其实,不一定穿得越少就越能防暑,只有在皮肤温度高于环境温度时,皮肤才能传导散热,当气温接近或超过人的体温时,皮肤不但不能通过传导散热,还会从外界环境中吸收热量,反而更容易中暑。

乐享宝典

