

武汉老字号纷纷打出“樱花牌” 樱花味糕点里真有樱花吗？

“樱花绿豆糕里有樱花吗？”

6月13日，昙华林的一家“老字号”里，外地游客曹亚丽手中拿着一盒粉色花瓣状的绿豆糕排队等待付款。

对于曹亚丽的这个问题，营业员不置可否。

刚刚过去的端午节，“汪玉霞”“扬子江”等一批武汉老字号，纷纷推出了樱花味的粉色糕点。

林林总总的樱花糕点，是打樱花牌，还是真有樱花？为此，记者走进武汉扬子江食品工业园有限公司（以下简称“扬子江食品”）一探究竟。

粉色绿豆糕里真有樱花

13日，记者走进扬子江食品的车间内，只见粉色的面糊正被机器滴进模具，逐渐成形为一朵朵“花瓣”，再随着流水线一步步成为包装精美的樱花味绿豆糕。

“我们的绿豆糕里真有樱花！”扬子江食品副总经理徐祥松从冰柜里拿出一包糖渍樱花，撕开包装后，让记者现场品尝，“这就是腌制过的‘关山樱花花瓣’，被添加在各类樱花味糕点里”。

2022年，国家卫生健康委食品安全标准与监测评估司发布公告，首次批准“关山樱花”这一品种可作为普通食品的原料。此前，樱花被禁止在食品中添加使用。

关山樱花，俗称“红缨”，是蔷薇科李亚科樱属关山樱的花，花期在3月底或4月初，花叶同开。

除了观赏价值，关山樱花在日本、韩国及我国台湾地区具有多年食用历史。我国于20世纪90年代开始引进种植关山樱，且在山东、浙江、江苏等省具有民间食用历史。例如盐渍、焙烤、蒸煮、制茶、泡酒等均是人们喜爱的食用方式。

“公告发布后，我们才知道樱花还可以吃。”扬子江食品技术总监周辉说，这之后，他们开始紧锣密鼓进行产品研发，并到全国各地寻找原料厂家。

周辉说，去年，公司推出了含有“真关山樱花”的樱花饼，效果不错，之后又推出樱花绿豆糕、樱花

松塔仔、樱花曲奇饼干等共6款产品，市场反响不错。

无独有偶，记者走访发现，同属“武汉老字号”的汪玉霞糕点，在一款樱花糕点礼盒配料表里也标示了关山樱花。

据了解，国内一些樱花原材料厂家往往在每年4月中旬使用网兜收集凋落的樱花，经过挑选、清洗等工序后，将樱花制成盐渍关山樱花花朵、糖渍关山樱花花朵、盐渍关山樱花花瓣等众多原材料，再销售给食品厂。

“买来原材料后，我们按照一定配方加入食品。就拿樱花味绿豆糕来说，它的制作流程跟传统绿豆糕区别不大，只不过加入樱花以后，绿豆粉、白砂糖等原材料的配比变了。每块樱花味绿豆糕里，樱花含量占2%左右。”周辉说。

周辉坦言，尽管被誉为赏樱之城，武汉本地目前并没有关山樱花的原材料供应商。

樱花味到底是什么味？

奶香味？糖果味？清香味？樱花味到底是一种什么味？为此，记者采访了不少市民，他们大多表示：说不清楚，难以形容。

“你感受到的所谓‘樱花味’，其实都是想象出来的‘假樱花味’。”食品研发工程师高博文指出，市面上大多所谓的樱花味食品，大多靠食用香精调制，但由于樱花味淡到难以描述，所以“樱花味”的研发缺乏模仿对象，“研发人员只能依靠自己的想



添加了关山樱花的粉色绿豆糕。 记者郝天娇 摄

象力，尽可能地让这种口味唤起更多人与樱花相关的联系”。

“我们采购的主要是腌渍后的关山樱花花瓣。”周辉介绍，经过腌渍，花瓣和叶片腺体里的芳香物质得以充分激发，从而散发出新鲜时候所没有的香气。但整体而言，腌渍的樱花味道也不浓郁。不过，腌渍、沏茶、风干的花瓣会得到一种复古的粉色，提升视觉效果。

除了好看，樱花还有什么食用功效吗？周辉告诉记者，关山樱花具有较好的抗氧化功效，将其制作成功能性饮料或制剂有利于日常的饮食补充。

以樱花为原材料所衍生出的美食产业链，给武汉旅游发展带来了巨大的机遇。记者在小红书上搜索“樱花美食”，武汉地区的相关餐饮推荐，位居热度榜前列。

“这次吃了樱花冰豆花、樱花冰淇淋……我们在网上看到好多美食攻略，特意跑到武汉来玩。”端午假期，大三学生张思琦和她的闺蜜在武汉感受到不少“樱花味”，相约明年“赏樱季”再来。

记者郝天娇

“体验感”叠加“更优惠”

线下实体店也加入“年中大促”

武汉晚报讯（记者龙彬）“6·18”本是电商为大促而造的购物节，但如今线下商业体也纷纷加入“年中大促”。为更好吸引消费者，商场和品牌实体店在体验感和活动力度上都下了不少功夫，“所见即所得”的线下消费有望保持良好增势。

“6·18”临近，记者走访了武汉天地、武汉万象城、京东MALL、苏宁易购Pro等商场及家电卖场，发现无论是从体验感还是从活动力度上而言，线下消费都有其不可替代的独特优势。

在武汉万象城一家女装店内，独自来逛街的赵女士试穿后看中了一条长裙，该品牌实体店正在做“6·18”的活动，该店销售人员表示：“有积分、看得到实物，我们这里很多款比网上卖得还便宜。”就拿赵女士看中的那条裙子来说，销售人员用手机在某平台上的品牌官方旗舰店内搜出了同款，叠加各种优惠一计算，在店内购买同款裙子比网上还要便宜300多元，赵女士当即下单。

体验式消费、场景式消费对于家电卖场来说，显得更加重要。记者在武汉京东MALL卖场内看到，各种各样的体验区、场景展示区让消费者能够沉浸式体验产品和服务。音频体验、唱吧体验、VR体验……家庭游戏体验区坐满了人，不少家长带着孩子试玩手柄游戏，店员表示：“人多的时候需要排队预约，只能试玩15分钟。”卖场工作人员



商场内家庭游戏体验区坐满了人。

介绍，像扫地机器人、洗地机这样的新型智能家电，消费者更加依赖一对一的当面讲解和试用，“只有当面试了，知道怎么清洗和维护，很多顾客才能放心购买”。

6月14日新开业的中南苏宁易购Pro店主打的就是“一站置家”式的新场景、新体验，新增了超1000平方米的专门空间复刻真实的阳台、厨房、客厅等样板间和体验空间。苏宁易购相关负责人表示，家电产品本身具有一定复杂性，消费者通过线下的交互更容易简单地获取产品信息。

比市区“低8度” 去清凉寨享清凉

随着武汉的气温攀升，市区气温高达35℃，市民玩水避暑热情高涨。上周末，记者驱车来到武汉黄陂区北部的清凉寨景区，在山水密林中，享受登山水瀑的清凉之意。

每年夏季，清凉寨景区素有比市区“低8度”之称，一直是市民游客的热门避暑目的地。上周日，清凉寨最低仅有22℃。记者在现场看到，前往清凉寨景区的道路上车流不断，景区门口停车场鄂A车辆占八成以上。

“一进入清凉寨景区，那股清凉就扑面而来，感觉整个人都清爽了起来。”清凉寨景区总面积约10平方公里，海拔最高处800余米，它是武汉市海拔最高、面积最大、游道最多的原始生态旅游区。一进入清凉寨景区，便能感受到明显的气温差异，绿树成荫、微风拂面，带来阵阵清凉，仿佛是大自然赋予的“空调”，源源不断地释放着清新氧气和丝丝凉意。景区内的通天湖如同一面镜子，倒映着周围的山峦和绿树，宁静而美丽。

换上一双草鞋，手抓铁链，脚踩岩壁，登百米攀水瀑布。山泉水沿石壁倾泻而下没过脚踝，飞泻而下的水花如烟如雾，为炎炎夏日带来清凉。“山泉水特别清凉，让人一下子就忘记了夏日的炎热。”游客张先生带着儿子一同攀瀑而上，不仅清凉还锻炼了孩子的意志力。

游客乘画舫游湖，将手放入水中，倍感清凉。登上山顶处，高空飞索、玻璃漂流、悬崖秋千、玻璃栈桥等景点处都有游客在排队等候。“这里很适合家庭出游，大人小朋友都能找到自己喜欢的。”余女士是武汉人，一家八口来清凉寨度周末，她直言“比市区凉快太多”。

随着气温的持续升高，预计盛夏将近时，前往清凉寨景区避暑的市民还将不断增加。

文/侯钰倩 方崇阳