

夜宵怎么吃才更健康



人们在黑龙江省齐齐哈尔烤肉美食节现场畅饮。
新华社记者丁赫 摄



云南昭通市昭阳区一家烧烤店内拍摄的正在上酱料的小肉串。(资料图片)
新华社记者陈欣波 摄

吃夜宵是餐饮业重要的消费场景之一,夜宵怎么吃才更健康?经营者和消费者应该注意哪些事项?

首先,筑牢食品安全底线。夜宵最具代表性的两类食物,一个是凉菜,一个是烧烤,都是食源性疾病的高发品种。

高温高湿,微生物很容易繁殖,尤其是熟肉制品、豆制品风险较高。凉菜最好现吃现做,或者放在冷藏设施中,且要注意避免交叉污染。如果卤肉、豆干、豆腐丝等表面发黏,建议不要食用。

烧烤容易出问题的大多是肉类和水产,尤其是生蚝、毛蚶等贝类。它们属于滤食性动物,容易富集水中的致病微生物,比如副溶血性弧菌,诺如病毒等,导致急性胃肠炎。消费者不要贪图鲜嫩口感,一定要烤熟烤透再吃。

近几年南方沿海地区的特色“生腌”迅速走

红,但生食水产有较大风险。腌制料包括白酒并不能确保杀灭致病微生物,特别是不能用淡水水产做“生腌”,存在寄生虫感染风险。

其次,夜间餐饮消费还应兼顾营养健康。最好是能有规划地安排夜宵。比如晚上约好去吃夜宵,可以考虑在午餐和晚餐时适当吃得清淡一点。吃夜宵时也要适度自控,不要暴饮暴食。

最后,挑选夜宵要提前做功课,最好先到店里看一看整体环境卫生状况。享受美食的同时也不要忘记杜绝餐饮浪费,如果是多人结伴同行,可以每种美食只买一份进行分享。这样既可以品尝多种风味,还可以避免因口味不习惯造成浪费。

作者钟凯为科信食品与健康信息交流中心主任,林丽鹂整理

人民网(来源:人民日报)

受访专家
中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授 朱毅

环球时报健康客户端记者 田雨汀

今年,一种被称为“树水”的饮料——白桦树汁,突然在电商平台火了。商家推销时将其打上“液体黄金”“应酬人士必备”等标签,也有数据显示其销售额一度超越可口可乐等饮料,成为“月度饮料类目销售榜第一”。

“环球时报健康客户端”记者查阅相关资料发现,白桦树汁也叫桦树液,是从白桦树中提取出来的一种无色或微带淡黄色的透明液体。在电商平台上,有不少店铺显示月销量超过10万,评论区有“有木质清香”“喝起来感觉很健康”“冲着功效买,准备长期喝”等字眼。记者咨询一家店铺客服,想了解其成分及功效,得到的回复是“白桦树汁蕴含果糖、氨基酸、微生物、矿物质、生物素等人体所需的60多种营养成分,热量和含糖量极低;能够止咳、治痰喘咳嗽等。”

白桦树汁真的有这么好吗?中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅介绍,桦树汁在俄罗斯等许多国家都有售卖,在国内目前还属于一种小众饮品。因其口感、质地等与水相似,且热量很低,作为日常饮用水的替代品,白桦树汁可以胜任。“桦树汁最大的效用就是补充水分,喝水本身就有健康,从这个角度来看,喝桦树汁可以鼓励不喜欢喝水的人多喝水。”朱毅说,找到适宜的喝水方式,带着对健康的期待喝水,最终喝足、喝够水,也不失为一种好处,但缺点是桦树汁的价格比包装饮用水贵不少。

不过,若为了追求保健功效而喝白桦树汁,可能无法达到预期的效果。根据一篇发表在《农产品加工》杂志的综述,桦树汁中维生素B1含量在0.004~0.007毫克/升,维生素B2含量在0.095~0.105毫克/升,维生素C含量在0.25~5.00毫克/升,维生素E含量在0.001~0.005毫克/升。朱毅强调,桦树汁中维生素含量较低,其他各种营养素的含量也并不突出,商家如果过分宣传、夸大其功效,就有炒作的嫌疑。

朱毅表示,白桦树汁作为一种食品,最重要的是原料安全可靠、品质有保障,能让消费者放心、快乐地品尝。最后她提醒,桦树汁属凉性,建议肠胃弱的人群不要饮用刚从冰箱里取出来的桦树汁,升温到37℃~40℃,对肠胃友好,还别有风味。

生命时报官方网站(来源:环球时报健康客户端)

最近爆火的『白桦树汁』,真的能养生吗?

今夏,年轻人偏爱中式养生水

红豆薏米水、桂圆水、陈皮水、红枣枸杞水……今年夏天,各类中式茶饮占据了大小商超的货架,成为品牌竞相争夺的新赛道,也成为许多年轻人的新选择。

“伏天太闷太热,就想喝点清凉的,也让嘴里有点滋味,红豆薏米水甜度适中口感也不错,听说还能祛湿,7月买的饮料差不多一半都是它。”家住江苏常州的余彦说。她注意到,这个夏天,大到连锁商场,小到家庭经营的小卖部,这类中式茶饮在货架上悄然占据了一席之地。

“我去年冬天第一次见到还有卖红豆水的,当时就想起小时候妈妈经常煮给我喝的清甜红豆汤,决定买一瓶尝尝。”在天津上大学的胡依说,“去年这样的产品只看到一个品牌的,摆在靠边位置,今年入夏那会儿发现货架上一排都是,花样也变多了。”

笔者走访大小商超、浏览电商页面,发现这类中式茶饮主打传统中式养生概念,大都为即饮饮料,配料中包含中式汤水的常见成分如红豆、薏米、枸杞、红枣、绿豆等,无糖或低糖的居多,并以清凉的口感和健康的理念赢得大量消费者,也被市场广泛称为“中式养生水”。

前瞻产业研究院发布的《2024年中国中式养生水行业发展趋势洞察报告》显示,2023年中国中式养生水市场规模达到了4.5亿元,同比增长超过350%。预计未来5年内,中式养生水市场的复合增速将超过88%。在迅猛发展的势头中,越来越多品牌也争相角逐新赛道,市场机构统计显示,去年有5个品牌入局中式养生水领域,今年前5个月就有10个品牌接连进入,逐渐在即饮饮料市场中形成一个不容小觑的细分领域。

中式养生水缘何能在火爆的即饮饮料市场崭露头角?

湖南大学工商管理学院副教授彭璐璐认为这背后有多层面原因。“首先,健康中国建设大力推进,大健康产业潜力巨大。许多品牌在此趋势下积极布局,通过品牌和产品创新开创新消费赛道,并利用社交媒体营销带动消费风潮。”彭璐璐说,随着消费者对传统中医理念的认知度和接受度提升,饮料行业从零添加、减糖等“减法”思维向促健康、助养生等“加法”思维转变,逐步涌现出一批基于“药食同源”等中医理念、主打中式养生的饮料产品。萃取提炼和食品贮存等工艺与技术的不断提升,也为即饮饮料更纯粹的配料表提供了底气。

“同时,消费者尤其是年轻人对健康类产品有了更高需求,中式养生水就在这样的背景下得以迅速发展。”彭璐璐说,很多年轻消费者既想要健康,又大多没有时间精力自己在家熬养生汤,便捷易得是刚需。一瓶中式养生水带有“文化”与“养生”两大标签,满足了消费者“既要又要”的需求。

作为一种体验型消费品,消费者自身并不容易在短时间内判断产品是否真的能带来养生效果,但从品牌联想来看,中式、养生常与自然、真诚、纯正等概念密切相关。彭璐璐认为,入局的商家应以品质优先,真正以守护和提升消费者健康为宗旨,而不仅仅是在概念上制造噱头。“随着消费者健康观念日益提升、消费升级持续驱动,未来中式养生水市场可观。”彭璐璐说。

从重视配方到“中式养生”,可以看出,这阵健康之风在饮料行业“刮”得更盛了。

王艺晓 李婕
人民网(来源:人民日报海外版)