

富硒米、有机米、免淘米、儿童米…… 品种众多难分辨 贵价高端米怎么选



“干饭人”一度走红,随着人们回归家庭厨房,更多干饭人变成做饭人,健康食材备受青睐,包括国民主食大米饭。

记者注意到,如今市场上的大米品种越来越多,富硒米、有机米、免淘米、胚芽米、儿童米等细分品种琳琅满目。健康、营养成为高端大米消费趋势,但几倍甚至十几倍的溢价,是物超所值,还是交了智商税?

营养专家表示,全谷物确实更有营养,但也不必过分迷信,粗细搭配、平衡膳食更重要。

价格贵几倍 高端大米不愁卖

大米在国民餐桌上必不可少,如今大家对大米的要求不仅仅是饱腹,还有品质、营养、健康、口感、加工方式等,与之相对应的是大米的消费升级。

在线上,一些中高端大米品牌登上“双11”天猫大米热销榜单,其间某款原芽大米全渠道销售总额突破800万元,其天猫旗舰店共售出超80万斤。有消费者留言,孩子喜欢,价格不是问题,但要能够保质、保真。

在线下商超,记者注意到永辉旗下口粮品牌田趣发力高端大米市场,上架留胚米。在ole精品超市,高端大米占据货架的C位。相比每斤不到5元的普通大米,中等价位大米售价每斤10元至20元,高端大米每斤高达20元至40元,个别产品售价超过每斤50元,比普通大米要贵出几倍甚至十几倍。在包装上,这些贵价大米多采用真空小包装、易拉罐装,保持新鲜度。

商超销售人员告诉记者,高端大米价格高但不愁卖,销量逐年上升。在货架前选购高端大米的消费者多为年轻及中年消费者,他们告诉记者,买高端大米主要给孩子吃,健康营

养,对孩子身体好。有消费者表示,高端大米有米香,口感更好,孩子愿意多吃一点。还有消费者说,吃饭以普通大米为主,煮粥会用高端米,熬出的米油更厚更稠,老人觉得更补身体。

CBNData数据显示,2018年至2020年,高端大米如胚芽米的消费规模在天猫上呈现爆炸式增长,其中2020年超六成市场份额来自“宝宝胚芽米”。相比成年人消费高价米,婴童吃胚芽米等高端米被更多人接受,家长们更愿意为孩子付出重金。

“贵”在哪里? 营养口感有差别

优良的品种、黄金的产地、新鲜的加工、生态的种植、适口的口感等都能成为高端大米的卖点。

这些特质是商家噱头还是物有所值?一农业大学研究生告诉记者,种子是大米口感的基础,研究显示,不同品种的水稻在颜色、光泽、气味、粘性、弹性、饭粒完整度、软硬度、成团性等各项指标上都有着较大的差距。其中,蛋白质含量越高,米饭的硬度越高,粘度越低,质地越松散;脂肪含量高则米饭

的粘聚性、柔软性、适口性等会提升。在产地上,一年一季的大米比一年两季的大米多生长100天左右,较长的生长周期可以积累更多养分,如可速溶的双链糖,让大米口感更甘甜。使用生物农药、种植紫云英作为绿肥等方式,也会影响水稻氮素累积量。

但在实际生活中,米饭品质还受蒸煮条件、储藏环境的影响。同种大米不同蒸煮条件则质构特性不同,同种大米不同温度、湿度储藏,所含蛋白质、淀粉等成分在呼吸作用下会发生变化,从而影响口感。可见,米饭好吃并非只依靠品种、产地等因素。

在加工方式上,记者从从事水稻生态种植的企业处了解到,稻谷经过加工成为糙米;继续加工留下80%及以上胚芽,成为留胚米、胚芽米;再经过碾磨,去掉胚芽,就是常见的精白米。一粒米,从田间到饭桌通常需要经历种植、收购、加工、储运、批发、零售、饭桌的多个环节,这一过程中,为了延长大米的保存期限,工业化生产加工会将胚芽去除,可能还使用防腐剂、皮膜剂等,否则含有较高营养、在一定条件下可发芽的胚芽暴露在空气中,大米会较快变质。

相比大批量、一次性加工,高端大米需要配合每月脱谷、真空包装和限时配送,消费者为此多花钱,同时也需要在“最佳赏味期”内食用大米。

勿过分迷信 粗细搭配更重要

多款高端大米宣称产品更有营养,含有更多的膳食纤维、维生素B族及微量元素,鼓励消费者健康、营养犒劳自己和家人。

广东省妇幼保健院营养科主任医师夏燕琼介绍,全粒米的结构包括谷皮、谷胚、糊粉层和胚乳,谷皮、谷胚、糊粉层所含的营养成分占比达到80%,胚乳所含营养成分占比约20%。其中,谷皮含有膳食纤维、B族维生素和矿物质等;谷胚含有不饱和脂肪、B族维生素和E、活性多糖;糊粉层含有蛋白质、不饱和脂肪、B族维生素等微量元素;胚乳含有淀粉、蛋白质、少量脂肪和矿物质。

在加工过程中,未经精细化加工或者虽经过碾磨、粉碎、压片等处理仍然保留了完整谷粒所具备的胚乳、谷皮、麸皮及其天然营养成分的谷物,即为全谷物;普通稻米经过加工处

理后成为精制谷物,多为胚乳部分。与精制谷物相比,全谷物保留了天然谷物的全部成分,可提供更多的维生素B族、矿物质、膳食纤维等营养成分及有益健康的植物化学物质。

夏燕琼说:“这些粗糙、未精制的谷物里有丰富的B族维生素、膳食纤维和各种矿物质,这些营养素与人体健康及免疫功能有关。”有研究结果显示,全谷物可降低2型糖尿病、心血管疾病、直肠癌等的发病风险。

从营养角度看,能够保留胚乳、谷胚、麸皮的大米营养价值较高,价格也水涨船高。夏燕琼建议,根据中国营养学会推荐,每天吃全谷物和杂豆类食物50g至150g,即相当于一天谷物摄入量的四分之一到三分之一,特殊群体如孕妈妈,最好在主食上每天保证全谷物的摄入,让全谷物占到主食的一半,至少是三分之一。但她表示,也无需过分迷信高端谷物、高价大米,精制谷物也有更好消化吸收的特质,更为重要的是粗细搭配、膳食平衡和健康烹饪。

据《新快报》、科普中国、《健康时报》

相关链接

吃米也要精致化

新鲜、轻食、营养价值“晋升”选米新标准

作为主食,大米一直都是国民的消费刚需。随着消费习惯改变、销售渠道拓展,越来越多的购米行为转向线上。尤其在2020年疫情过后,大米的线上消费群体进一步扩大,数据显示,天猫大米的销售增速已经超过了50%。

今年6月9日,第一财经商业数据中心(CBNData)联合天猫及五丰发布《2021天猫大米消费白皮书》(以下简称《白皮书》),洞察了线上大米市场发展现状、消费者购买行为特征,并分析了大米产品的消费新趋势。

消费群体差异化明显

在细分消费人群中,《白皮书》显示,女性的消费占比及增速远高于男性,是线上大

米消费的“动力引擎”;三口之家的购买人数占比和复购率均高于其他情况的家庭,是线上大米消费最核心的人群;而最近一年,精致一人食也成为市场新趋势。

从消费人群年龄结构来看,95后年轻群体虽不如80前群体消费金额高,但增速却“一骑绝尘”;从地域上看,一二线城市仍是消费主力,但三四线及以下城市下沉市场消费增速远超一二线城市,且占比有所提升,持续释放潜力。

天猫大米头部搜索词增长情况显示,消费者当下对于线上购米的核心关注点是新鲜、轻食、营养、品质、功能等,在这样的需求背景下,更加个性化的产品也应运而生。

年轻人更青睐新鲜米

大米可以分为陈米与新鲜米两类,新鲜米又包括新米、鲜米、现碾米三种,其新鲜度、食味值、营养价值是递增的。收割日期和碾轧日期更新鲜的新鲜米越来越受到消费者的欢迎,市场规模逐年扩大。

性别维度上,女性消费者对新鲜米更加偏爱;年龄维度上,相比年长的80前、80后,85后更加青睐新鲜米。

由于高新鲜度的产品特性,新鲜米消耗快、周期短。不过,相较于普通大米一半的复购率,新鲜米仅有不到三成的消费者在同年会持续购买,复购人数比例仅在较短时期(一个月内)稍高,复购率方面可提升空间较大。

糙米受轻食消费者欢迎

管住嘴迈开腿,自我管理意识占领高地,口腹之欲也只能“靠边站”,“轻食”升级,从主食开始。由于高纤、低脂、饱腹感强的特性,糙米成为轻食消费者的青睐对象。过去三年,天猫糙米的消费增长保持高于大米的消费增长。

此外,普通大米的消费群体中,也有越来越多的消费者开始额外购买糙米。《白皮书》显示,女性、年轻人、一线城市消费者是糙米的爱好人群。整体来看,他们偏爱三色混合类型的糙米。

进一步细分人群,更偏好购买糙米的90、95后,在购买糙米时的关注点也有所不同。90后逐渐步入家庭阶段,更关注大米的低糖功效等;而95后中

大部分人初入职场,开始独居生活,他们更在意大米是否能即食。但不论个性化需求如何,减脂才是糙米爱好者的核心消费动力。

控血糖大米身价不菲

大米的口味和营养价值吸引着消费者,但吃完米饭饭后血糖上升的风险又让高血糖、怀孕、肥胖等人群望而却步,控血糖大米应运而生。

对比普通大米而言,控血糖大米的价格拥有更高的升级空间。《白皮书》显示,消费者愿为控糖大米而选择50元以上的“高价”大米。从整体的人群结构来看,控血糖大米更吸引男性群体,而乐于尝鲜的年轻人及一线城市人群也对其颇有兴趣。 本报综合