

植物性替代产品开启食品新大门

编译 / 康凌宇



近日，荷兰食品集团 Fooditive 研制出一种名为 GoPeasy 的饮料。该饮料是一种以豌豆为原料的无乳饮料，不含添加糖和乳糖，脂肪含量低，口感自然纯净，味道类似牛奶，或将成为牛奶的替代品。此外，它富含很高的营养价值且解渴。

该饮料有三种口味：原汁牛奶味、清爽柠檬草莓味和香甜巧克力樱桃味。食品专家兼 Fooditive 创始人 Moayad Abushokhedim 称：“我们在产品研发中注意到，对于健康又美味的植物性产品，消费者的需求日益增长，我们的使命就是创造出可以替代牛奶的植物饮品，满足消费者的需求。”

在大健康环境之下，由植物制成的牛奶和肉类替代品越来越受到消费者欢迎。数据分析机构 Innova Market Insights 将“植物基跃进 (Plant-Forward)”视为今年的主要趋势之一，出现了植物基汉堡肉、植物基海鲜、植物奶酪等迎合市场的一系列植物性替代产品。

配方师们不断尝试扩大蛋白质的提取范围。除了豌豆之外，蚕豆也成为 2017 年至 2019 年间全球肉类和乳制品替代品中使用最多的蛋白质提取原材料。市场研究人员强调，植物蛋白类品牌正在蓬勃发展，“植物动力”等词语将会成为 2021 年度常用词。

今年，雀巢推出了一款名为 Wunda 的牛奶替代品，该产品以豌豆为原材料加工而成。Wunda 首先在法国、荷兰和葡萄牙推出，然后将在欧洲其他市场推出。

雀巢表示，要找到适合各种用途的植物性牛奶替代品具有很大挑战性。大多数基于谷物、坚果或豌豆的牛奶替代品都具有特殊的味道和特性，例如蛋白质含量低、与热饮难以融合或者起泡性差。

瑞典 Sproud 公司也推出了一种豌豆蛋白牛奶替代品，试图“挑战”传统杏仁奶产品。与传统杏仁乳制品相比，Sproud 添加的水更少，因此它的植物蛋白质含量更高。

Sproud 称，每份豌豆奶中的蛋白质含量是传统杏仁奶的五倍，是传统燕麦奶的三倍。Fooditive 公司 2021 年计划投资 650 万欧元（约人民币 5000 万元）用来开发植物性食品行业。

Innova Market Insights 把“以知取胜 (Transparency Triumphs)”作为 2021 年全球食品饮料行业十大趋势之首，即产品生产透明化。创新市场调研指出，60% 的消费者对于产品的生产来源非常感兴趣。■