

轻食,简单方便的轻盈

◎ 刘青

可以说在过去的十年里,人们的日常饮食里,“轻食”逐渐成熟并发展壮大,并且与身心轻盈的变化紧密地“绑定”起来,这其中充满了大家对健康生活的无限向往和探索欲。在追寻这一份轻盈的过程中,从传统烹饪到科技赋能,如何打动新一代年轻人的味蕾?

“轻盈饮食”俨然已成为一个口号,每当气温升高时就呼之欲出。对于“轻食”这位彻头彻尾的外来客,人们印象中的食物是轻烹饪、少油少盐、营养均衡的地中海饮食。如果深究其雏形,要追溯到17世纪法国贵族的下午茶里的小食,面包中夹着培根、鸡蛋,再刷上果酱,类似于三明治的食物——食材简单、方便食用又能果腹。当这种食物形态漂洋过海,经历一场环球时空之旅后,它在欧美和亚洲等国家的饮食体系中完成了多重变身,从最早单纯轻量化的食物,演变成为一种让身体轻盈、无负担的健康饮食,并成为一种俘获身体和芳心的健康生活方式。



一种营养丰富的主食沙拉正在改写中国的轻食图景。其实早在2013年,就有不少拥有海外生活经验的年轻人们带着“轻食”概念回到国内,开始推崇沙拉代餐的方式。在曾经的西方饮食体系中,沙拉向来是前菜和配菜的角色担当,彼时摇身一变,被当作主食享用,一餐就能满足食客的口腹之欲。不同的食材搭配方式让主食沙拉拥有了丰富的组合形态,新鲜的应季蔬果、高蛋白低脂的肉类海鲜、高品质的谷物、低热量的酱汁……于是,营养、低卡、不油腻成为主食沙拉的神话基础,迅速掀起了一股轻食新浪潮。不管老牌健康餐厅新元素、品牌Wagas的迅速回应,还是好色派沙拉、甜心摇滚沙拉、米有沙拉、大开沙界、摩卡站、TRIBE、油梨树等连锁品牌的兴起和蜂拥而至,在短时间内获得了预期中的市场认可,2015年~2018年,至少有10亿元的资本涌入了轻食市场。

在最早一批簇拥者中,拥有西方生活经历和健身习惯的人们一马当先,但能将主食沙拉作为每日菜单的人还是少数。2018年~2020年,纵观轻食产业,主食沙拉的复购率像是坐上了一个摇摆的时针,尝鲜者不断,但整体基数徘徊不前。在BBC纪录片《食得最健康》中,制作团队走访世界50多个国家,习以为常的饮食和健康问题之间存在不小的鸿沟,轻食用不同的魔法尝试着一点点抹平。但食物犹如艺术一般,需要跨越文化、地域和时间。在风靡的主食沙拉热潮中,一直尝试与早已习惯中餐的饮食习惯进行融合。不仅要让这种西式饮食形态符合中国人的饮食习惯和膳食结构,还要打破健康和美味相悖的魔咒,从口味上做到真正俘获食客的芳心。

东方的沙拉作为后起之秀,在顺应潮流的解构和重组中,也给人们留下了一些刻板印象。“轻食等于沙拉、不好吃、贵,是时候摆脱这些标签了。”FOODBOWL超级碗的创始人高松曾撰文写道。这个成立于2015年的健康轻食品牌起初以线上销售为主,为上班族提供健康的快捷午餐。2016年,它在北京财富购物中心开了第一家线下店,一直在“好吃”和“健康”之间寻找平衡点。

伴随着“快速慢食”全球餐饮新浪潮席卷而来,在许多餐厅里,可以窥见这个理念的实际演绎。当天早晨配送到店的当季食材新鲜现做,被盛放在开放式的选餐区。到店客人依次从碳水化合物、蛋白质、植物纤维、配料、饮品的分区中挑选适合自己味蕾的心头好,DIY出一份自己认为好吃的超级碗。每种菜晶旁边都标注了热量和营养列表,让一餐中摄入的热量可视化。用餐速度依旧快,但用餐要慢慢来,这也成为购买健康轻食最典型的消费场景。

其实在中国人的饮食画像中,没有以生冷食物为主菜的习惯。为了让习惯温热食品的中国式肠胃接受这份健康餐,许多品牌把热食和沙拉结合起来,在少油少盐的基础上,肉类和海鲜都进行热炒或炖煮,而非叶菜类的食材,例如孢子甘蓝、圣女果、西葫芦、节瓜和辣椒等也通过热烤出餐。

在东方,米和面是典型的主食,碳水化合物总具有抚慰人心的力量。在人们以往的饮食习惯中,蛋白质的摄入量严重偏低,而碳水的摄入量明显偏高。怎么打破中国胃对于碳水化合物的过度依赖呢?时隔六年更新的《中国居民膳食指南(2022)》将原采的“谷类为主”调整为“合理搭配”,更加强调全谷在膳食构成中的重要性。每天摄入谷类食物200~300克,其中包含全谷物和杂豆类50~150克,薯类50~150克,鱼、禽、蛋类和瘦肉摄入量平均每天为120~200克。轻食概念的厨房犹如一个大型的数字库,健康轻食在这里拥有了一套全新的语言,所有菜品的出现都经过了符合中国胃的精确“计算法则”。米饭和面食依旧是主食的构成基底,每一份碳水控制在180克左右,由黄米、红米、糙米和糯米按比例组合而成的谷物饭的热量约为208.8千卡,意式蔬菜烩饭的热量为203.4千卡,而墨鱼面的热量为468千卡。

2022年美团外卖《轻食消费大数据报告》显示,2022年国内轻食市场规模将突破1000亿元,在5年



为了保证人类的健康膳食比例和对食物满足感,同时追求可持续发展,人们关于寻找替代蛋白的探索一直未曾停止。科学家、主厨和企业家开始挖掘植物背后的秘密,既可以保证蛋白质的摄入,又可以尽量少地使用土地和水资源。

似肉非肉的“植物肉”首先进入市场。2020年夏天Noma餐厅以藜麦和丹贝为主料做起了素汉堡,以大豆等纯植物原料发酵而成的豆制品,高蛋白、更低脂,一经推出就大受欢迎。还有很多大厨坚定地不涉足仿肉,而以蔬菜为主、动物产品为辅料。前段时间,一直坚持“无肉烹饪”的法国米其林大厨Alain Ducasse在巴黎开了素食汉堡限时概念店Burgal,名字意为“汉堡”与“植物”的组合,其中的馅料山西葫芦、小扁豆、洋葱、藜麦、胡萝卜和欧洲防风草等蔬菜制成,且一直坚定不做仿肉。

内逐步占到餐饮总收入的10%左右。麦当劳中国发布轻食系列“轻盈夏巴特系列”,肯德基推出KPRO轻食子品牌;FOOD-BOWL推出健康饮食“营养更丰富的超级食材、均衡饮食结构”。事实证明,轻食之所以成为一种润物细无声流行的生活方式,是因为其与健康相关,倡导有责任心的轻生活。国内轻食健康餐正蓄力待发,也许某一个它就是未来行业内的那头独角兽。

Netflix

的纪录片《奶牛阴谋:永远不能说的秘密》用既尖锐又不失诙谐的方式给出了许多震撼的数字:从2014年起,如果不再使用天然气、石油和任何燃料,到2050年,仅仅考虑饲养牲畜的因素,温室气体排放还是会超过5650吨。虽然影片引发了许多非素食主义者的争议,但其背后的环保意识不容忽视。人类一直都是杂食者,不管食肉还是食素,都是每个人做出的选择。《中国居民膳食指南(2022)》依旧强调鱼、禽、肉、蛋等动物性食物的适量摄入,推荐每天鱼、禽、肉、蛋摄入量共计120~200克,其中建议鸡蛋为50克(约1颗)。



相比“从根吃到

叶”烹饪理念在全球百花齐放,“喝遍植物全身”的饮品概念在国内一枝独秀。以燕麦奶起家的小麦欧耶提出该理念后,决定横向深耕植物蛋白产品,背后是联合创始人徐诗涵所带领的研发团队。早在荷兰瓦格宁根大学读书期间,徐诗涵就完成了关于植物基饮品最初的技术积累。这里有着“食品界硅谷”之称,是全球食品的先鋒实验场,很多习以为常的食材在这里不断被解构和重组。

过去十年间,植物蛋白饮品是国内增长最快的饮品品类,从咖啡伴侣、早餐到轻食,涌现出豆奶、米奶、藜麦奶、燕麦奶、杏仁奶、腰果奶、榛子奶、椰奶和新晋选手土豆奶等一众植物蛋白饮料新势力。在国内通过与星巴克的合作,让众多咖啡爱好者首先认识到燕麦奶这种代乳制品,满足了乳糖不耐症人群和素食者的饮食需求。

能量代餐和营养进阶成为植物奶突围的两个新方向。面对动物奶的先天营养优势,植物奶中添加各种维生素和微量元素以弥补不足,也是一大趋势。许多科研人员正在对草本植物和木本植物的营养和能量进行研究,只是可能会花费多一点儿时间和技巧,但对于品牌团队和食客而言,也许有更多可追逐的迷人之处。

