



码上看报



码上订报

蔬菜为何纷纷水果化? 水果化蔬菜前景如何?

水果玉米、水果萝卜、水果黄瓜、水果冬瓜……近年来,市面上的蔬菜纷纷投向了水果市场的怀抱。不难发现,在消费者所购买的蔬菜品类中,凡是之前加了“水果”做定语修饰的蔬菜品种,其价格也是“扶摇直上”,令人直呼被“刺”。

蔬菜为何纷纷水果化?水果化蔬菜是否已经乘风而起?在对美食亘古不变的追求下,其是否会成为食物界的新风口?



水果化蔬菜为何频现市场?

北京北农三益黄瓜生态育种科技中心法人蔡洙湖表示,水果一般是指新鲜、多汁、可食用的果实,三餐之外的辅助性食物,也少有蔬菜化水果;蔬菜多指粮食之外可食用的草本植物,是三餐必备食物。

把蔬菜与水果联系起来,并称为水果型的提法,最早可追溯到上世纪八十年代后期。彼时,北京农业大学园艺系黄瓜育种课题组朱其杰教授首先提出这一概念,源于当时新育出的外观无刺、油亮光滑、甜脆爽口、更适合于鲜食的黄瓜品种。为转变当时人们对黄瓜“顶花带刺”普遍认知和炒食为主的传统习惯,提出“好吃、好看、好洗”、更适合鲜食为主要特征的水果型黄瓜概念。

水果化蔬菜多指用于鲜食果实为主的蔬菜,如黄瓜、番茄、辣椒

等。由于新、优、特适合鲜食品种的不断涌现,水果化也在多种作物中开始出现,如水果甘蓝等。

近年来,蔬菜大军吹响了向水果界进军的号角,消费市场中,水果化蔬菜也在市场不断地变化中拥有了属于自身的一亩三分地。从默默无闻到司空见惯,一路走来,水果化蔬菜身上究竟有何魅力?

从种植端来看,水果化蔬菜的售价相较于普通蔬菜定价更高,本身具有很高的商业价值,商业价值的提升使得种植者也有了更高的积极性和参与度。此外,让蔬菜水果化也是企业和种植户发展农业经济、增加农民收入的重要举措。

从消费端来看,与同类蔬菜相比,水果化蔬菜中部分营养含量的提高也迎合了当下“食品功能化”

的风潮,更抓住了在日益浓厚的保健意识的社会氛围下大众的心理需求。以“甜萝卜2号”水果型萝卜品种为例,其维生素C的含量比苹果、橘子还高,有着“维他命萝卜”之称,已成为深受消费者喜爱的保健类蔬菜。

此外,消费的升级也带动了水果化蔬菜的需求,北京市农林科学院蔬菜研究所研究员温常龙表示,水果化蔬菜往往与高品质、高消费挂钩。伴随着国人消费方式的转变,作为蔬菜衍生物的水果化蔬菜历经“改头换面”,在全新的包装或是营销方式的影响下已在消费者心中树立了“高端”“高质量”“健康”等形象。基于此,广大消费者也心甘情愿为其掏出钱包,水果化蔬菜也因此迅速成为市场上较为畅销的产品。

水果化蔬菜是否会成为 日后“餐桌上的新常态”?

在消费者日益多变、越来越寻求差异化的口味需求中,水果化蔬菜是如同未水果化之前一般在餐桌“长青”,或是沦为当前的“快消品”,这一问题或许值得探讨。

蔡洙湖认为,水果化蔬菜作为百姓饮食生活的补充,必将成为一种新常态。当今常见的西兰花、生菜、荷兰豆等蔬菜,在上世纪八九十年代还只是在北京等现代化大都市偶有售卖,其特供涉外宾馆、西餐厅的特采就是最好的例证。而如今,它们已经在菜市场上随处可见。“我相信,水果化蔬菜也会像西兰花和荷兰豆一般,从稀有变得平常。”

同时,水果化蔬菜也拥有着广阔的前景。随着品质优良的水果化蔬菜新品种不断推陈出新,百姓的

饮食生活也会更丰富。由北京北农三益黄瓜生态育种科技中心原创、即将面世的水果化零食型黄瓜——“樱桃黄瓜”,也期待在这大好形势下创造出更好的成绩。

“我们现在也在做一些能推动水果化蔬菜普及的事。”温常龙说。

通过试点种植的方式,种植户中会涌现出水果化蔬菜的带头人和领军者,在他们的影响下,水果化蔬菜的辐射范围也将从一部分人群逐渐扩散到普通消费者,以此带动水果化蔬菜的普及。

温常龙相信,随着水果化蔬菜市场规模的扩大,消费者的接受度会有所提高,种植户积极性也会相应得到提升。在此基础上,水果化蔬菜的价格势必也会下降。

供与需难题待解,水果化蔬菜如何突出重围?

尽管水果化蔬菜的发展已然欣欣向荣,但其仍有众多难题等待破解。

从供应端来讲,水果化蔬菜采收期较为集中、保存不易等是供给端需要面临的第一道关卡。品相和鲜度是水果化蔬菜在采摘、运输、售卖期间各个主体都看重的一大特质,能够直接对商品售卖价格产生影响,然而,水果类蔬菜脆嫩的口感一部分就是来自于其较普通蔬菜更薄、更易受损的外皮,因此,这也使得种植户在种植、采收、贮藏等过程中必须对其倍加“呵护”并耗费更多的时间和精力。

以水果玉米为例,在灌浆期进行采收是最佳的收货时间,采收期非常短,一旦晚收,其品相和口感都会大打折扣,其自身的经济价值也会迎来断崖式的跌落。

技术的普及也是一大难点。要想获得高产量和丰产,水果化蔬菜种植时必须对栽培环境和管理进行严格把控。因此,这也对种植者提出了一定技术水平的需求,如若没有适宜的技术和管理方式引

领种植者,水果化蔬菜的种植仍摆脱不了传统果蔬种植看天吃饭的窘境。

除此之外,水果化蔬菜短暂的时间窗口也值得人们关注。货架期是商品保值和增值的一大重要因素,水果化蔬菜采后商品化处理和储藏运输中的保鲜技术水平对商品的最终售卖有着巨大影响,数据显示,因上述原因,采后的损耗率高达20%至30%,每年造成的经济损失达2000亿元。而水果化蔬菜由于其外皮造成的难以保存,其采后损耗率或许会更高。

蔡洙湖也有着同样的忧虑,他指出,水果型蔬菜的供应目前仍以蔬菜供应链为主,市场尚未形成相应的定位及销售体系。培育这种宜菜宜果且品质要求高的新型蔬菜相应的专有供应链,非常有必要。

高昂的价格是消费端所面临的最现实的原因。以水果黄瓜为例,8月10日,记者在盒马鲜生App上搜索到的价格为9.9元/400克(折合约12.4元/500克),而

同一时段、同一平台上普通的带刺本地黄瓜售价为6.5元/500克,销售终端一斤水果黄瓜较普通黄瓜高了将近一倍的价格对普通消费者来说的确略显昂贵。

针对上述问题,温常龙给出了他的看法的意见。他指出,首先需要明确的是水果化蔬菜所面向的消费群体,然后再根据消费端的需求制定合适的包装策略,以此倒逼生产端品种和技术的更新换代。

供应链也是发展水果化蔬菜的一个重点。温常龙表示,商品在产业链上任何一个环节做到极致以后,就会拥有重新建造链条的条件和底气。水果化蔬菜的供应两端一端连着生产基地,另一端连接着餐桌,而这一联系的最大问题来自于冗杂、繁琐的中间环节。然而,水果化蔬菜自带的“高端”标签在一定程度上能打破中间环节的桎梏,高端产品的售卖由产地直供终端消费场所,才能为种植户牟取最大的利润空间,消费端也愿意为其买单,才会形成供应链的闭环。

链接

蔬菜“悄悄”变水果 价格马上就翻倍

水果甘蓝:水果甘蓝生食脆甜、可口,没有丝毫的芥辣味,而且水果甘蓝营养丰富,生吃、凉拌、清炒,想怎么吃就怎么吃,改变了人们对甘蓝这种大众蔬菜的固有印象。

水果辣椒:水果辣椒外形上,看起来好像和普通辣椒没什么区别,但它吃起来酸酸甜甜,还特别地脆,口感好。水果辣椒不仅口味和普通辣椒不一样,而且辣椒本身的营养价值也大有不同。首先是糖度比较高,可达11到12度,跟西瓜的糖度含量近似。此外,水果

辣椒维C含量比一般的辣椒要高很多。

水果冬瓜:水果冬瓜,个头比普通的青皮冬瓜小,每个重量只有一斤多,瓜皮呈绿色,还带有一层较硬的小绒毛。由于个头比较小,水果冬瓜存放的时间也比较久,价格比普通冬瓜贵一些。

水果茄子:水果茄子的栽培对环境要求比较高,因为水果茄子是直接采摘食用,所以不能打农药,不能乱施肥。水果茄子不仅营养价值高,而且口感也相当好,价格自然就高些。