

哪有什么纯牛肉

揭开“原肉整切”的文字游戏

前不久,必胜客的调理牛排登上热搜。起因是,有消费者在社交媒体上反映必胜客线下门店售卖的牛排口感有些奇怪、与菜单图片差异较大。

据上海广播电视台报道,两家必胜客门店的店员对于牛排的原料给出了截然不同的回应,一家店店员坚称配料只有牛肉,而另一家店店员则表示,“是牛肉打碎后加其他料合成的”。

市场监管部门对上述两家门店展开检查后,执法人员确认,菜单上的5款牛排均为调理牛排,配料表中除牛肉外,还有大豆蛋白等原料及十多种食品添加剂。

什么是调理牛排?想买纯牛肉牛排,尤其不想买到碎肉合成牛排的消费者该怎么选?市面上售卖的牛排种类五花八门,原切牛排、整切牛排、原肉整切、整肉切片……概念极多,让消费者摸不着头脑。

有时候,消费者以为自己买的是纯牛肉牛排,实际上,该牛排拥有一长串的添加剂,甚至可能是由碎肉拼接而成。

“原肉整切”并非纯牛肉

笔者在电商平台上对“牛排”进行检索发现,跳出来的链接标题涉及多种牛排名称:原切牛排、整切牛排、原肉整切牛排、原肉牛排……

以天猫榜单牛排“热销榜”的第一名为例,这是“大希地旗舰店”的原肉整切牛排套餐链接。榜单显示,其已蝉联榜首6周,已售“10万+”。在天猫牛排“好评榜”“回购榜”上,该产品均为第1名。

在产品宣传页,大希地介绍,该牛排套餐是“原肉整切、不拼接”“整切牛排每片都是原部位肉整块切割”。

在该商品问答板块中,消费者最为关心的是“是原切还是合成?”。按照消费者通常的理解,“原切”指的是不含添加剂的纯牛肉,“合成”指的是由碎牛肉合成且含有添加剂的牛肉制品。

笔者询问客服,商品页面里介绍的“原肉整切”是否为消费者理解的“原切”牛肉时,对方表示,整切牛排是使用整块部位原肉,经腌制、切割后速冻包装,只是增加腌制入味和轻微塑形工艺。原切牛肉是指,不做任何添加,原始切割,几乎百分百保留优质牛肉的天然口感与外观。

大希地客服发来的“整切菲力牛排”产品的配料图片显示,其拥有复配保水剂、复配乳化剂、黄原胶等十几种添加剂。而黄原胶正是一种亲水胶体成分。

在另一家畅销牛排品牌小牛凯西旗舰店内,显示已售“7万+”及“3万+”的整切牛排套餐链接内,也有不少消费者询问“是真牛排还是合成牛排”。

小牛凯西的牛排产品同样宣称是“原肉整切”“整肉原料直切”“不拼接不合成”。小牛凯西客服发来的手工菲力牛排配料表显

示,排名前三位的是牛肉、水、大豆分离蛋白,其后也拥有十几种添加剂。笔者询问如何判断该产品不是合成肉时,客服表示,该产品是原肉整切微腌制,并发了检测报告。

安徽省食品行业协会副秘书长范吉亮表示,客服提供的该检测报告仅是卫生指标报告,并未对是否为合成肉进行检测。随后,笔者询问小牛凯西客服是否有合成肉的检测报告时,对方回复,“没有”。

“必胜客必胜优选旗舰店”内,一款已售“6万+”的必胜客整切调理西冷牛排的配料表包含牛肉、水、大豆蛋白,以及三聚磷酸钠、谷氨酰胺转氨酶等多种食品添加剂。谷氨酰胺转氨酶常被用作“分子粘合剂”,简称“TG酶”。

在该产品页面中,必胜客介绍该牛排是采用整块冷冻牛肉为原料,经过解冻、修割、调味、冷冻、整肉切片加工而成,符合国家标准及国内食品加工管理的要求。

笔者询问必胜客客服,产品是否是合成牛肉,以及是否有检测报告时,客服表示,“是整切调理牛排”,同时表示,检测报告不提供给个人。

在“豪客来旗舰店”内,客服也解释,真正的整切牛排是整片切下来,经过腌制入味。该客服发来的检测报告同样也是卫生指标方面的检测,未涉及合成肉检测。笔者询问有无合成肉检测报告,客服表示没有。豪客来是在线下拥有超过400家牛排门店的连锁品牌。

标准执行混乱

消费者要想“吃得明白”,需要厘清市面上众多的牛排概念。

国内一家肉制品加工企业负责人表示,一般而言,原切牛排是指牛特定部位整块切割,零添加,配料表中仅有牛肉的产品。整切



牛排是牛肉经腌制或者滚揉,添加水、调味料、保水剂等加工而成的产品。合成牛排则是碎肉的重组、拼接。多位业内人士均表示,真正的“原切牛排”除了牛肉本身,不能含有其他任何添加成分。

目前,牛排行业有QB/T5442这一推荐性标准,该标准界定了原切牛排与调理牛排。前者指的是以鲜、冻分割牛肉(带骨或不带骨)为原料,经修整、冷冻(或不冷冻)、切片(或不切片)、搭配(或不搭配)方便调料、包装等工艺制作的块状肉制品。这当中的“方便调料”指的是牛排以外单独包装的调味料等。后者是指以鲜、冻分割牛肉(带骨或不带骨)为原料,配以辅料调理加工,经修整、腌制、成型、冷冻(或不冷冻)、切片(或不切片)、搭配(或不搭配)方便调料、包装等工艺制作而成的块状调理肉制品。这是国内目前唯一一个对原切牛排和调理牛排做出定义、区分的标准。

而消费者常说的“整切牛排”“原肉整切”,其实是商家自创的词汇,并无标准依据。有关合成牛排,目前也没有相关标准。

上述牛排标准要求,若为调理牛排,则必须在醒目位置标注“调理”字样,且标签中不得出现“原切”相关表述。从大希地、小牛凯西、豪客来品牌旗舰店的消费者晒单图片来看,这些品牌的热销牛排产品,无论包装正面还是背面上,均未显著标注“调理”字样。

范吉亮指出了企业在执行标准时普遍存在的问题。从大希地、小牛凯西、豪客来的牛排产品包装上看,其执行的都是SB/T10379,这是国内速冻调制食品的推荐性标准。必胜客优选执行的是GB19295,这是国内速冻面米与调制食品的强制性标准。范吉亮表示,严格意义上讲,执行上述标准的产品,名称上不应直接称作“牛排”,而应标注为“调理牛肉制品”。而“牛排”的产品名称适用于QB/T5442这一牛排行业标准。

值得注意的是,上述牛排标准中明确规定,牛排的植物蛋白添加量≤3。范吉亮介绍,这一规定的目的就是防止厂家在牛肉中加入植物蛋白,增加牛肉重量。而在大希地、小牛凯西、豪客来的多款产品中,大豆蛋白排在配料表中的前

三位。

依照上述企业的宣传话术,如果他们的牛排是采用原肉整切,仅简单修膜去筋,轻微腌制,那等于在原切牛排的基础上又增加了多道工序,按理说,成本应该比原切牛排更高。但从电商平台上看,大希地的一片130g的牛排售价为12元左右,小牛凯西同等规格的牛排价格则为11元左右,而配料只有牛肉的其他品牌同等规格产品的售价多在25元左右。

上述肉制品加工企业负责人表示,这跟牛肉的出成率有关。原切牛排的出成率在90%~95%;而所谓的整切牛排,出成率可达100%~120%。从配料表来看,整切牛排进行了注水,添加大豆蛋白等成分。

合成牛排隐身问题

对于消费者而言,即便他们已经明确知道自己购买的并非是纯牛肉牛排,而是拥有多种添加剂的牛排,但他们无法进一步辨别是否为合成牛排。

与调理、腌制性牛排是从牛的某个部位整切并进行处理最大的不同是,合成牛排的原料为碎牛肉。

尽管大希地、小牛凯西、豪客来都在产品页面中着重强调产品不拼接、不合成、不含卡拉胶,但是其产品的配料表中仍然具有多个可以起到粘合作用的添加成分。不过,目前因为行业内没有关于合成牛排的细化标准,所以仅从这些添加剂,无法判断这些产品是否为合成牛排。

肉制品加工领域专家、安徽科技学院教授熊国远指出,仅凭“不含卡拉胶”无法判定该牛排是“非合成牛排”,因为目前重组肉在工艺上有物理拼接、凝化工艺等多种,不需要卡拉胶,通过淀粉、蛋白质、TG酶等也能生成凝胶,用于拼接。

范吉亮指出,当前的国家标准中,并没有针对“合成牛排”的明确定义,而现有牛排相关标准里,关于“调理牛排”的界定,同样没有涉及用于拼接碎肉的胶类、粘合类成分的相关说明。这就导致一个漏洞:即便生产厂家在牛肉中添加了粘合成成分用于拼接,也可以辩称添加该成分是为了优化口感,用于调味。

叶心冉

别让消费者举着放大镜吃饭

□左雨晴

新闻事件:上海市场监管部门日前检查发现,必胜客餐厅菜单上的5款牛排产品,在产品类别上均属于调理牛排,配料表中除牛肉外,还包含大豆蛋白等其他原料及十多种食品添加剂。

但如此关键的产品信息,必胜客仅在菜单角落用芝麻小字标注:“所用原料牛肉为整块牛肉,在国内用现代食品工艺进行切割并精心调理。”

从餐饮到数码,从金融到日消,“小字游戏”已成某些企业心照不宣的套路。

奶茶品牌以“纤体瓶”玩文字游戏,手机广告以“逆光之王”为设计目标“留后路”,理财宣传高收益却暗藏“预测”二字,借贷标榜“零利息”却附加层层限制……

这些看似“聪明”的营销手法,不仅是对消费者知情权的漠视,更是企业自身对社会责任逃避。

针对“小字免责”套路,监管部门已经开始行动。市场监管总局新近发布《广告引证内容执法指南(征求意见稿)》,就明确提出,引证广告中含有商品的性能、功能、用途、规格、有效期限、优惠条件等内容的,不得利用减小字号、改变字体或者使用与背景相近颜色文字等可能使消费者难以辨明的方式进行补充说明,对商品的性能、功能、用途、规格、有效期限、优惠条件等作出限缩或者不符合常理常识的解释。

企业应当认识到,在信息愈发透明的时代,任何试图以“小聪明”规避责任的行为,终将难逃公众审视与法律约束。消费者不该成为举着放大镜购物的“侦探”,市场也不应纵容“劣币驱逐良币”的扭曲现象。

营销可以创新,但诚信不能缩水;广告可以设计,但责任不能隐身。莫再让芝麻小字,遮住企业应有的担当。