

卤味:



卤菜改刀十分讲究,丝要切细,片要切薄。 陈铃清 摄

一口卤味传承近百年

卤味制作技艺在中国已有几千年的历史,据相关史料记载,西汉时由于井盐的大量开采和使用,“尚滋味,好辛香”的卤味饮食初步形成。唐朝时文人墨客喜好把酒吟诗,饮酒自然少不了下酒佐料,因而进一步促进了卤味的发展和传播。到了明代,人们开始注重食疗养身,很多香料和药材被作为卤菜的调料,卤味制作日益普及。上世纪80年代以后,从事卤菜技术的专业人士不断涌现,卤味品种更加丰富,并逐渐形成了不同的地域风味。

“漳州卤味不同于川式卤味的五香麻辣,更接近潮汕卤味的咸香醇厚,而又比潮汕卤味更加浓郁。”郑沈钟一家在老城区经营卤味生意已有几十年,漳州人对卤菜的口味喜好他了如指掌。

上世纪30年代,卤味在漳州地区开始流行起来。郑沈钟的外公庄水生凭借着早年从潮汕等地学到的制卤手艺,开始在市区太古桥一带开店做卤味生意,并且小有名气。1956年公私合营后,庄水生被安排到广发牛肉店工作,掌管店中卤味经营。同年,14岁的郑水根来到店里当学徒,专门跟着庄水生学习卤味制作,由于勤奋好学,

一道卤水 百变卤味

卤,是漳州人非常喜爱的一种烹饪方式,不少食材一经卤制便可提味增鲜。卤菜,不仅是餐桌上的常见菜肴,更是市民小酌的绝佳配菜。街头巷尾的老字号卤味馆,更是许多人记忆中的漳州老味道。去年,漳州卤味传统制卤技艺被列入第八批市级非物质文化遗产名录。



品种多样的卤菜

陈铃清 摄

制卤技艺日益精进,受到了庄水生的赏识,后来还成了庄水生的女婿。1981年,学有所成的郑水根开始在北京路这一商贸繁华地段开店,专门经营卤味生意。从此以后,郑水根卤味馆的卤香味就一直飘荡在这条街道上,成了漳州卤味老字号店,其制作出售的卤菜深受百姓喜爱。

一锅陈年卤水是秘方

每天中午11点开始,郑水根卤味馆内斩刀与砧板“砰砰砰”的碰撞声便不绝于耳。橱窗里摆放着各种香味扑鼻、色泽红亮的卤料,令人食指大动。中午时分,来店吃卤料饭的食客络绎不绝,打包卤料回家的市民更是数不胜数。

“我们家在这一带开店40年,客源很稳定,现在平均每天可以卖300至400斤左右的卤料。晚上11点左右,卤料就基本售罄了。”郑沈钟从小便在

家里的卤味馆帮忙,在父亲郑水根的耳濡目染下,自然而然地继承了祖辈传下来的制卤手艺。

据郑沈钟介绍,他们家的卤味之所以味道一绝、无以复制,其奥秘就在于一锅熬制了上百年的陈年卤水。“这锅百年老汤就是我们店制作卤料的母汤,做卤味一行的都知道,卤水越老做出来的卤料就越顺滑越香浓。”而这锅母汤正是郑沈钟的外公庄水生早年从潮汕带回漳州的。后来,三代人又根据漳州本地食客的口味喜好多次对母汤进行了改良。

近百年间,这锅老卤水从未断过火,无论春夏秋冬,一天到晚总是“咕咚咕咚”地翻滚着、冒着热气,郑沈钟将其视为珍宝,每天都要亲自调料和加水。

一匠匠心成就传世美味

卤水是卤味店的立身之本,料包是卤水的精髓所在。一份卤味之所以能味浓香软、回味悠长,靠的是八角、

桂皮等几十种香料、药材,经久熬制,浓缩成的卤水。郑沈钟手里就掌握着一份传承了上百年的卤味秘方。

“我们家对香料和药材的挑选一直很严格,每一种配料都有对应的产地,不同产地出产的配料味道也有所区别。”除了优选的香料和药材之外,郑沈钟还会精确称重,严格控制各种材料的配比。

在配料下锅之前,郑沈钟还习惯将它们放入铁锅中炒制五六分钟,让材料的香气释放更充分。

在卤味食材的处理上,郑沈钟始终坚守“新鲜”二字。“从我外公那一辈起,我们家绝不卖隔夜卤料。食材都是新鲜的,采购员每天早晨5点就要开始采购,最大限度保证食材的新鲜和干净。”

除此之外,郑沈钟还不断丰富和扩展卤料品种。现如今,店里有卤猪蹄、卤猪尾巴、卤猪耳朵、卤猪舌头、卤套大肠、卤猪心、卤鸡爪、卤牛肉、卤豆腐等近40种卤品,当真是“一锅卤水成就百变卤味”。郑沈钟介绍道:“漳州人爱吃大肠,这种卤套大肠是漳州特有的一种卤料,其他地方是吃不到的。”

刚出锅的卤菜有点绵软,晾凉后就会变得瓷实有嚼头,郑沈钟对配料讲究,卤菜改刀也不例外。丝要切细,片要切薄,大小划一,连摆盘都一丝不苟。猪耳朵肥大切细条,根根都有白脆软骨,嚼上去香而有劲;卤套大肠切成圈一圈,入口劲道;牛肉扎实,切成大片,吃的时候才能充分感受到肉香……

另外,店内的自制酸菜萝卜小菜也是一绝,咸香的秘制卤味搭配上清爽解腻的可口小菜,再来上一口冰爽的啤酒,这便是夏天里最自在的享受了。

■本报记者 陈铃清



百年老汤卤出传世美味 陈铃清 摄

猪肉价格已连降22周 还会降吗?

农业农村部对全国500个集贸市场监测数据显示,6月份第四周,全国猪肉价格为24.60元/公斤,较1月份第三周下跌29.62元/公斤,累计跌幅达54.6%。相较于去年同期的41.57元/公斤,猪肉价格已近腰斩。近来,漳州的猪肉市场如何?跟随记者一起去看看。

市民菜篮子变“轻”了

漳州市场的猪肉售价如何呢?近日,记者走访了市区的沃尔玛、大润发、中闽百汇等商超及多家菜市场。

“带皮后腿肉每斤16元,瘦肉每斤20元,五花肉每斤20元。近来,各种猪肉价均有不同程度的下降,大多比最贵的时候每斤便宜了10多元。比如排骨最贵的时候每斤约47元,现在便宜了约14元;瘦肉最贵的时候每斤37元,现在便宜了17元。猪肉便宜了,买的人多了不少。”市区瑞京超级市场一摊主告诉记者。

在市区大润发(漳州店)的肉类区,7月7日的五花肉每斤12.6元,后腿肉每斤7.9元,有许多消费者正在挑选。

记者还走访市区延通市场、北桥市场、东岳市场、新西市场等多家菜市场,瘦肉每斤约22元,排骨每斤约35元,带皮后腿肉每斤约15元。北桥市场一摊位前,正在买肉的李女士说道:“今年以来,猪肉价降了很多,每个月菜钱可以省下不少。”

猪肉价格已连降22周

据农业农村部对全国500个县集贸市场和采集点监测,6月份第四周,全国生猪均价13.76元/公斤,同比下降57.0%。若从1月份第三周的36.01元/公斤算起,累计跌幅达62%。根据市农业农村局的生猪价格监测,猪价在2020年2月达到42元/公斤,达到最高值,2021年6月份猪价约为15元/公斤,下跌了27元/公斤,跌幅约64.3%。虽然猪肉价格仍在下行通道,但生猪价格在7月略有上涨,涨至17元/公斤。

上半年,生猪价格持续走低,带动猪肉价格持续下行。7月7日,记者查看了“漳州菜篮子”的各市场平均价格曲线图发现,从今年2月份开始,猪肉价格持续回落,已连跌22周多。每斤的猪瘦肉从33元左右降至21元左右,五花肉从31元左右降至20元左右,带皮后腿肉从26元左右降至14元左右。

对此,业内人士分析,猪肉价格持续回落,受多种因素影响,包括猪肉供给增加、猪肉消费进入淡季等。

猪肉还降价吗?

猪肉价格已经连降22周,还会再降吗?中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员朱增勇认为,当前的猪肉价格可以说已经见底了,接下来会有所反弹。随着6月份养殖企业集中出栏了一批大猪或者标准猪,7月份,大猪的存栏比重会有所下降,出栏增幅也会趋缓。另一方面,7—9月,猪肉消费整体处于这种回升的状态,7月份猪肉价格总体将会呈现震荡的季节性回升。

我市猪肉供应情况如何呢?记者从市农业农村局了解到,初步调查,今年1—6月,全市生猪存栏约140万头,出栏约115万头,同比分别增长约40%和36%,已完成省、市政府下达的年度存栏任务。漳州市农业农村局畜牧站负责人告诉记者,近年来,我市出台了用地用林、疫病防控、环境评价、贷款贴息、保险全覆盖等一系列政策措施,推动生猪养殖总量稳定增长,生猪产业水平和发展质量明显提升,猪肉供应保障能力持续增强。

目前,我市培育发展漳州正邦、傲农、海新、温氏等一批生猪养殖大集团,大力推广“专业化种猪场+专业化养猪场”“两点式”养殖模式,解决中小养殖场不敢养、不会养、不想养等难题。目前海新等一批养殖集团在漳州有生猪存栏近40万头,母猪存栏5万多头,联结(加盟)农户275户。

■本报记者 林露文/图



消费者正在挑选猪肉

非遗美食 地道“漳州味”

跨界混搭成“网红” 冰淇淋身价大涨

炎炎夏日,不少人调侃“靠空调续命”。对于爱吃冰品的“吃货”来说,又到了可以正大光明享受冰淇淋的季节了。

如今的冰淇淋,不仅口味夸张,还凹造型、拼颜值,甚至走起了跨界路线,以吸引消费者的眼球。一些冰淇淋逐渐成为“网红”,不时活跃在微信朋友圈等,让不少游客的“到此一游”以“冰淇淋打卡”来体现。

消费者同时发现,花样变多的同时,冰淇淋身价也跟着涨了,十几元一支的冰淇淋比比皆是。

冰淇淋身价渐涨

随着经济的飞速发展,居民消费能力不断提升,5毛一根冰棍的时代已经远去。如今的冰淇淋身价高了,单价多在3元以上,不少逼近10元,甚至有冰淇淋款10元一支。

在大润发(漳州店)的大冰柜里,高颜值、特色口味冰淇淋不少,身价自然不低。如和路雪的千层雪雪杯北海道轻牛乳芝士风味冰淇淋,单杯装13.9元;光明优倍鲜奶冰淇淋,单杯装11.9元;伊利巧乐兹绮炫水蜜桃味巧克力脆层冰淇淋,五支装43.8元……“现在的冰淇淋越来越贵了。”小吴在冰柜前徘徊,和路雪的千层雪雪杯北海道轻牛乳芝士风味冰淇淋令她心动不已,但价签上的数字又让她下不了决心。

线上平台更不乏“贵族”冰淇淋的身影。7月7日上午,记者在阿特拉斯耸耸肩天猫旗舰店里看到,十支装冰淇淋券后价128~180元;良品铺子天猫旗舰店的新品良品茶歇冰淇淋,8杯装139元,6支装98元;钟薛高天猫旗舰店里,单支雪糕基本都10元起步。

记者发现,新南丰、见福等便利店的冰柜里,平价冰淇淋

较多,单支多在5元以内,以巧克力、香芋等传统口味为主。

业内人士表示,“贵族”冰淇淋身影越来越多,一方面是“网红”冰淇淋品牌的诞生,让营销上的花费转嫁至产品本身;另一方面,原材料价格上涨、运输成本的增加等,让冰淇淋成本越来越高。

有料有颜还有故事

传统的冰淇淋就是牛奶打底,香草等提味。如今,咸蛋黄、苦咖啡、芥末海苔等口味奇特的冰淇淋,包装抢眼、名称个性的“博眼球”冰淇淋,加了故事的景区文创冰淇淋等越来越多,不少人出于猎奇心理而选择购买,促成这些冰淇淋的走红。

在沃尔玛漳州印象汇店、大润发(漳州店)、新华都(红星美凯龙店)等,记者看到不少特色冰淇淋。有一款“吃了个‘芥末’”“一口走向人生巅峰”的冰淇淋吸引了记者的眼球,仔细一看,是伊利推出的芥末海苔口味冰淇淋。尝试过这个冰淇淋的陈小姐说,甜、咸、鲜与呛的组合,再加上脆皮,让人“很上头”。伊利旗下的品牌甄稀也推出了啤梨、杨梅、海盐牛油果、榛果黑巧克力、白桃乌龙等多种口味冰淇淋。雀巢也不甘示弱,既推出巧克力脆皮香蕉雪糕,也有“莫吉托口味+心形可爱外表”的莫吉托味巧克力脆皮雪糕;还有李大橘黑糖麻糬口味冰淇淋,俘获了不少人的心。

此外,还有多个品牌傍上“奶茶”。奈雪的茶与可爱多推出宝藏奶茶口味冰淇淋,口味复刻了奈雪的茶超人气黑糖珍珠宝藏茶;沃尔玛推出红宝石

珍珠奶茶雪糕;德华也推出黑糖珍珠奶茶口味雪糕。

有网友调侃:“如同奶茶越做越像八宝粥,冰淇淋也越来越把自己当盘菜了。”冰淇淋的口味越发多样,外形也更加“放飞自我”。

最火爆的冰淇淋无疑是跨界“出圈”的景区文创冰淇淋,陕西唐仕女娃娃头、羽林军、兵马俑造型冰淇淋;杭州许仙白娘子断桥相会、西湖梁祝化蝶冰淇淋;敦煌研究院月牙湾、莫高窟、九层楼冰淇淋……据不完全统计,全国已有桂林象山、四川三星堆、北京玉渊潭等全国约50个景点或文化主题公园推出了文创冰淇淋。这些文创冰淇淋几乎成了各地景区的标配,不少人举着冰淇淋与景点合影,成了“到此一游”的标准“打卡”动作。

低脂无蔗糖成卖点

据天猫官方新品平台天猫小黑盒与阿里妈妈联合发布的《线上冰品消费趋势报告》,去年线上冰淇淋市场中低脂产品销量同比增长131%,无糖产品增长128%。网友们表示,“贵族”冰淇淋除了打文创牌讲故事,还打出了健康牌,低脂零蔗糖的冰淇淋产品越来越多。

在大润发(漳州店)的冰淇淋柜,记者看见和路雪的以“轻·0蔗糖”为卖点的“轻优”系列广告牌,销售人员告诉记者,这款冰淇淋很受欢迎。

在线上平台,打健康牌



夏日的冰淇淋柜人气旺

的冰淇淋产品数不胜数。如可米酷推出以“蔗糖没了,可好吃了”为口号的无蔗糖冰淇淋,采用麦芽糖醇液等新型代糖作为甜味来源。零度金鹅推出“吃不胖de‘杯子蛋糕’”雪糕,有浓醇绵软的提拉米苏口味、香甜浓郁的芝士草莓口味、层层有料的芒果椰奶口味等,都是以麦芽糖醇等作为甜味来源。八喜推出以“降低热量,好吃少负担”为口号的轻卡系列冰淇淋,以脱脂牛奶和椰浆为主要原料,降低冰淇淋的脂肪含量。

平时有健身习惯的白领小张告诉记者:“嘴馋的时候,我会购买低卡低脂的冰淇淋吃,感觉更健康。”

■本报记者 林露文/图



莫高窟雪糕



玫瑰顶花冰淇淋



钟薛高雪糕

林露文供图

冰品不宜多吃

一些冰淇淋虽然打着健康牌,号称无蔗糖低脂,但并不意味着可以敞开了吃。

业内人士介绍,有研究表明,甜味剂摄入过多可能会降低胰岛素的敏感性,结果导致人在吃其他食物时血糖更容易升高,反而增加肥胖风险。即使没有蔗糖产生的热量,冰淇淋里面也还有淡奶油、代可可脂等,或者红豆、芋头等淀粉类成分,这些也都会带来不少热量。

不管冰淇淋等冰品有多好吃,最好都能做到适可而止。经常性的冷刺激可能造成胃黏膜血管收缩,胃液分泌减少,导致食欲下降和消化不良。尤其是老人、孩子和孕妇,以及患有慢性肠胃疾病的,更应该少吃一些,以免引发不适。 ■本报记者 林露文 整理