

解放双手的智能炒菜机 你想要试一下吗?

虽然北京冬奥会已圆满落幕,但冬奥会上精彩纷呈的家电黑科技却给人留下了难忘的印象。冬奥会智慧餐厅就是其中一大亮点,菜肴的烹饪全程由120台烹饪机器人独立完成,在保证质量的前提下大大提高了效率,让运动员们吃饭无需等待。在烹饪机器人火出圈的同时,智能炒菜机(亦被称作智能料理机)也跟着这波热潮,再次进入人们的视野,那么,智能炒菜机是“懒人”福音吗?如果想入手,有哪些好的选择呢?跟记者一起来看看吧。

智能炒菜机“代劳”越多 价格越贵

下厨做饭对于很多年轻人来说是生活中的一大痛点,忙碌的工作节奏,闷热的厨房环境及缭绕的油烟困扰,让人很难再投入更多的精力、时间和兴趣在厨房烹饪中。智能炒菜机的应运而生,让厨房烹饪也可以变得简单又轻松。

近日,记者走访沃尔玛商超,国美

电器等了解到,智能炒菜机的价格差异大,便宜的几百元,贵的价格破万元,智能化程度也差异明显。500元左右的炒菜机功能较为单一;价位上千元的炒菜机有些集炒烤蒸闷于一体,有些与破壁料理机结合,有些主打用自清洁模式解决洗刷机器的烦恼,还有的宣传无油烟;而价格过万元的高端智能炒菜机的宣传集中于厨电功能“N合1”,购买一台即同时拥有了发酵箱、绞肉机、切丝机、电蒸锅、咖啡机等,不仅可以依靠内置的菜单实现煮汤、煸炒、蒸菜、碎冰、烘焙等烹饪方式,更可在形态上切换为食物料理机,完成切丝、切片、打肉、揉面等操作,从切菜到洗刷,最大限度地解放“懒人”双手。

据悉,智能炒菜机可以实现精准称重、智能烹饪、食谱管理等多种智能功能,因其安全易用的使用体验受到现代“懒人”的期待。记者随机采访了几位市民,他们对智能炒菜机的评价不一,正面评价主要集中在“没有油烟飞溅”“适合上班族”“适合厨房小白”等方面。负面评价则集中在“有钱买这个,不如下馆子”“炒不熟”“出菜速度慢”等方面。

“区别于西式料理,中餐十分注重对火候的掌控,热油烹煮几乎是中式菜肴必不可少的步骤,这对炒菜机的功率要求就比较高了。目前,市面上的家用炒菜机功率普遍在1000W左右,功率

较小,可能会影响烹饪效果,甚至出现夹生的情况。”业内人士陈先生表示,功率越高的产品普遍也越贵,价格不够“高端”的炒菜机连洗菜、切菜、摘菜、配料、调味乃至最后清洗工具还得自己动手,现代“懒人”无法被完全满足。

这两款产品样品综合评价最优

能翻炒、煎炸、蒸煮甚至内置“智能引导式食谱”的智能炒菜机(智能料理机)实用性如何?

近日,南京市消费者协会发布20款智能料理机比较试验结果,样品销售单价从799元到12180元不等。评测项目主要包括:粘锅性、翻炒均匀性、油烟控制效果、易清洁性、外壳温升、热效率、待机功率、电磁辐射、功能检查等。结果显示,独奏 SOL/STA(A7)、美的(TD03010ECN)样品综合评价最优,售价分别为999元和3690元;其次为爸爸小炒(bz02)、haotaitai 好太太(CF-2002),售价分别为1638元和3499元;而售价最高的TOKIT(TLLJP01ACM)由于不易清洁、油烟控制效果中等、待机功率高等,样品综合评价处于中等位置。

20款智能料理机的烹饪性能差异显著。其中,田螺云厨(K1605)、添可(TD03010ECN)、theSuns三食黄小厨(CF5)、TOKIT(TLLJP01ACM)等8款样品的翻炒均匀性达到了95%以上,有5款样品低于70%。饭来(FL-

M1301)、ACA(AAK-K60)、美的(PY18-X2)、KERN家能(KE-7001)、添可(TD03010ECN)等9款样品油烟量较少,剩余11款样品产生的油烟量大于0.5g,远超T/CAS 332-2019《家用炒菜机智能水平评价技术规范》中对于产生油烟量的限定。

20款样品全部具备自定义烹饪功能,即用户可以自行设置烹饪的时间、温度、火力档位等参数。独奏 SOL/STA(A7)、美的(PY18-X2)、九阳(J7S)等17款机型具备智能烹饪和烹饪助理功能,能够根据食谱或者加入的食材量自动调整工作参数,一键完成烹饪,且可以通过语音、图文等形式帮助用户完成烹饪。仅爸爸小炒(bz02)、九阳(J7S)、haotaitai好太太(CF-2002)等10款机型具有食谱管理功能,剩余的样品无法根据用户自身的喜好在设备或者软件上添加、删除食谱。

消费者购买智能炒菜机(智能料理机),很大一部分原因是为了解放双手。因此产品的清洁性能成了消费者选购过程中比较关注的部分。结果显示,采用不粘涂层的内胆黏附情况明显好于不锈钢材质的内胆,独奏 SOL/STA(A7)、美的(PY18-X2)等7款机型在粘锅性试验后没有残渣附着;ACA(AAK-K60)、赛米控(GT7H3K)等5个样品能够有效快捷地对烹饪部件进行清洗。 ■本报记者 林露

预制菜成餐桌新选择 可以替代厨师吗?

”

姜母鸭、酸汤肥牛、佛跳墙、松茸鲍汁捞……在预制菜的帮助下,用户只需增添几步简单的加工程序就可以便捷地享用美食,轻松将各种“硬菜”端上餐桌,人人皆可体验星级厨师端出大餐的同款快乐。



消费者正在挑选预制菜

本报记者 林露 摄

品种多样的预制菜受中青年人群欢迎

家住新华西路附近的市民黄女士是一个上班族,今年开始偶尔购买椰子鸡、金汤肥牛等预制菜。“买这个首先是因为价格合理,其次是方便,省时,不像自己做菜,要去市场买菜、洗菜、切菜、炒菜那么麻烦。”黄女士说,预制菜都是切好的,同时配有酱料,简单烹饪就可食用,而且还能根据人数选择分量,相对外卖来说又比较卫生、划算,也不会出现像某些外卖的实物与图片不符的情况。

近日,记者在走访市区沃尔玛、大润发等大型商超时看到,预制菜种类繁多,售价从十几元到一百多元不等。在沃尔玛超市(漳州印象汇店),货架上摆着多种预制菜,姜母鸭、红烧猪蹄、佛跳墙、松茸鲍汁捞、寿喜锅、部队火锅……一道道“硬菜”等着被消费者带回家。据悉,预制菜有四种常见食用方法,分别为开袋即食、水煮加热、微波炉加热、小火翻炒,一般在15分钟内就能被端

上桌享用。上述商超的工作人员表示,平常购买预制菜的年轻人较多,最近来尝鲜的中年人也多了起来。

据艾媒咨询数据显示,预制菜消费者中,22至40岁的消费者占比达81.3%,其中31至40岁消费者占比为46.4%。这表明,中青年人群是预制菜的主要受众。业内人士表示,随着人们工作生活的步伐日益加快,预制菜在普通餐饮消费中具有较大的市场前景。

预制菜替代厨师的可能性小

中华八大菜系,博大精深,许多美味的食材加工有难度,烹饪工序复杂,难以普及。而随着现代技术的发展,这些难题被一道道解决,再复杂的菜品也能走入百姓家,例如酸菜鱼的酸鲜,佛跳墙的浓醇,几乎所有的菜品都变成了固定的数据和参数,能够被轻松复制。消费者只要按照食用方法一步步操作,在十几分钟内就能轻松吃上大餐。

由于新冠肺炎疫情的影响与懒人经济的升温,预制菜消费习惯得以加快

普及,该行业也迎来爆发式增长。据《2021年中国连锁餐饮行业报告》的数据显示,目前我国预制菜行业市场规模约为2100亿元,到2025年行业规模有望增长至6000亿元左右。

那么,近两年预制菜的快速发展,真的会如传言说的那样,“导致餐饮革命”或者使“厨师群体陷入危机”吗?业内人士告诉记者,短期内可能性很小。

“预制菜的好吃、便捷,让厨艺‘小白’也能做出餐馆里的味道。餐饮的本质是好吃,核心是厨艺。做预制菜产品,第一个环节就是厨师去开发,此后才能用工业思维进一步工艺化和标准化研发,最后才能进行批量化生产。”业内人士张先生表示,目前预制菜只是处于起步阶段,在菜品保鲜、口味复原上还需进一步提升。

从消费者的心理接受度上来说,传统餐饮模式目前还不能被工业化的预制菜所替代。市民姚女士称:“与大厨做的饭菜相比,感觉预制菜虽实现了快捷方便,但还是损失了不少风味。”

■本报记者 林露

消费提醒>>>

谨慎选择商家 留意产品标签

随着生活节奏加快,预制菜逐渐成为市场的新热点。而近日,江苏省消保委发布的《预制菜消费调查报告》显示,不少预制菜品存在质量参差不齐、标识不详细、种类单一、物流配送不及时等多方面问题。

业内人士提醒,消费者在享受预制菜带来的美味体验与方便快捷的同时,要在以下几个方面多加留意。

第一,谨慎选择商家。选购预制菜时,消费者应当选择正规品牌和商家的产品,关注商家的相关资质。在选择产品时还应当考虑受众口碑,应当结合自身口味和餐饮习惯,选择符合自己口味的商家,并且依据用餐人数,合理选择产品套餐。

第二,留意产品标签。购买之前应当格外注意套餐的菜品种类、主要用料、分量多少、生产时间、保存条件、保质期、提货方式、提货期限、制作方法要求等重要信息,避免冲动消费造成浪费。

第三,提货及时预约。消费者应保留好提货凭证,在选择线下提货时,应当按照商家要求,提前预约,避免到现场发现无货可提。选择快递运输时,消费者应当及时和商家确认产品运输方式,如是否可以保证冷链运输等。

第四,收货注意查验。在收到预制菜品时,消费者应当及时查看产品情况,看看菜品种类和分量是否和标注一致、菜品质量有无问题,如果发现问题的应当及时采取拍照、录制视频等方式留存证据,并与商家协商解决。消费者还应当注意产品的保质期和储存条件,必要时冷冻储存。

■本报记者 林露



采价日期:2月28日9:00-11:00

计量单位:元/500克

品名	新华都	大润发	沃尔玛	延通市场	北桥市场	东岳市场
绿豆	5.58	7.80	6.98	6.00	8.00	7.00
猪精瘦肉	12.5	15.00	15.9	18.00	18.00	19.00
带皮后腿肉	5.98	11.90	8.8	13.00	13.00	13.00
排骨	23.8	25.95	27.8	32.00	32.00	32.00
牛腱子肉	48.8	65.80	/	54.00	53.00	53.00
牛腩	46.8	52.80	/	50.00	48.00	50.00
白条鸡	9.98	11.60	/	13.00	12.00	13.00
鸡场蛋	4.78	5.45	7.5	6.50	6.00	6.00
鸭蛋	6.11	5.95	8.9	7.00	7.00	6.50
冻带鱼	19.98	23.80	/	21.00	23.00	20.00
草鱼	11.98	12.80	8.8	11.00	10.00	10.00
白鲢鱼	19.98	19.80	/	13.00	14.00	13.00
芹菜	5.98	7.38	7.98	5.00	5.00	5.50
黄瓜	4.58	4.98	4.38	5.00	5.00	5.00
萝卜	0.88	1.98	1.08	2.50	2.50	2.00
茄子	4.98	4.98	4.98	4.00	5.00	5.00
大白菜	1.98	2.28	1.38	3.50	3.00	2.00
上海青	3.98	3.68	4.58	4.00	4.00	4.00
空心菜	8.98	11.68	5.98	8.00	6.00	6.00
西红柿	5.98	8.18	6.38	5.00	5.00	5.50
胡萝卜	1.58	2.68	1.88	3.00	3.00	3.00
花菜	2.98	5.28	5.98	4.00	3.00	3.00
油菜	4.98	5.28	4.98	5.00	4.00	4.00
富士苹果	4.98	5.98	7.98	7.00	6.50	6.50
鸭梨	3.58	5.98	3.98	5.00	5.00	4.50

(漳州市发改委提供)

备注:以上信息仅供参考。更多市场行情请登录“漳州菜篮子” <http://www.zzclz.com>

网约车抽成透明化

平台将面临司机留存大考

2月24日,交通运输部举行2月份例行新闻发布会,交通运输部运输服务司副司长王绣春表示,将“实施交通运输新业态平台企业抽成‘阳光行动’”作为2022年更贴近民生实事之一。

王绣春表示,近年来交通运输新业态从业人员劳动强度大、工作时长、职业归属感不强、权益保障不到位等问题日益突出。而平台抽成事关从业人员的劳动报酬,与从业人员切身利益密切相关。

一家网约车平台高层介绍:“从去年开始,公司便开始开展抽成阳光化工作,从供需来看,目前司机端仍偏紧。因此在公开抽成比例后,如何做好司机端的留存是个大课题。”

各家网约车平台进展不同

据悉,1月27日,交通运输部新业态协同监管部际联席会议召开2022年第一次全体会议,开展交通运输新业态平台企业抽成“阳光行动”,以维护消费者和从业人员的合法权益。多家网约车平台公司积极响应,推进平台抽成公开工作。

各家网约车平台公司面临的问题和进展大不相同。比如,滴滴出行因需要对每笔订单的真实有效性进行核实,厘清司乘对费用的质疑(取消、绕路等),所以目前只能在隔天中午12点才可显示前一天的抽成占比。

如祺出行则只展示乘客应付、驾驶员实际应收的信息,并没有显示抽成比例,而基础信息服务费则直接在实际应收中扣除。

但对比之下,也不乏执行较好的平台。比如,曹操出行清晰列示乘客支付、驾驶员收入、驾驶员收入占比、平台抽成占比等信息,同时,将基础信息服务费包含在订单收入中;T3出行则展示乘客应付及驾驶员收入等信息,其中驾驶员收入包括订单收入、订单奖励和基础信息费,而订单收入不包括基础信息费;美团出行则显示司机前一天及近七天收入及收入占比情况,以及每单乘客实付、驾驶员收入及驾驶员收入占比信息。

从上述平台公司进展来看,存在名词较多、规则不同、展示内容不同的情况。名词较多包括:乘客支付、乘客应付、乘客实付、基础信息费、基础信息服务费、实际应收、劳动报酬、入账金额等;规则不同则是,有的以平台抽成比例显示,有的以驾驶员收入占比显示,还有的以扣除补贴

(或奖金)计算,未扣除补贴(或奖金)计算,展示不同则包括未展示平台抽成比例,信息分类不同。

监管方向和尺度在哪里?

据交通运输部2月24日新闻发布会内容显示,在网约车方面,“阳光行动”将督促主要网约车平台公司向社会公开计价规则,合理设定平台抽成比例上限,同时在驾驶员端实时显示每单抽成比例。

“实时显示是其中关键,也就是说,每单完成后,在司机端实时公开乘客应付金额、司机应收金额和平台抽成比例,以及乘客实际支付金额、司机实际收到金额等。”一位网约车平台内部人士表示:“据我所知,有些平台不会实时显示,只是在消息里推送,司机需要刻意去查找。”

据悉,监管对于抽成上限和比例、拼车订单、甚至网约车聚合平台及顺风车平台均提出了具体要求。

比如,“抽成比例=(乘客应支付金额-司机应收金额)/乘客应支付金额×100%。为避免混淆,司机端只应显示一个抽成比例,不应再显示其他计算方式得到的抽成比例,或以公开司机收入占比等方式代替公开抽成比例。”

在抽成上限方面,“原则上,各平台公司应在全国范围内统一明确抽成上限,在司机端显著位置告知司机,并主动向社会公开。网约车聚合平台及顺风车平台应参照基本原则,在本平台司机端公开本平台在司机应收金额中收取的抽成、信息服务费等金额及相应比例。”

而在实际支付金额和应收金额方面,“乘客应付金额是平台公司奖励、补贴(优惠等)累加后,乘客为该笔订单实际支付金额。司机应收金额与平台公司奖励、补贴(优惠、处罚等)累加后,司机完成该笔订单实际收到的金额。”

“有些平台为了获客,会给乘客发放优惠券,这里面还存在杀熟行为,比如有些老用户的优惠券反而没有新客户多。”上述网约车平台内部人士表示。

相关业内人士表示:“交通运输部的思路就是每家都公开,让司机自己来选择。这非常考验平台的管理和服务能力。”

“为了留住司机,业内潜规则是给注册时间较早、单量较高的司机进行更多的派单倾斜。但这并不是长久之计,还是要从业务层面去深入梳理才能应对已经到来的‘阳光化’。”上述网约车平台内部人士透露。(据证券日报)

4种网售产品质量国家监督抽查情况显示

液晶显示器等不合格发现率有所上升

近日,市场监管总局发布2021年平衡车、液晶显示器、电源适配器、食具消毒柜4种网售产品质量国家监督抽查情况,涉及17家电子商务平台。本次共抽查了247家企业生产的278批次产品,其中54批次产品涉嫌无证无照、无厂名厂址、假冒等,已交由企业所在地市场监管部门处理;对199家企业生产的224批次产品进行了检验,检出29批次产品不合格,不合格发现率为12.9%。

在平衡车方面,本次抽查了6个省(市)49家企业生产的53批次产品,其中16批次涉嫌无厂名厂址。本次抽查重点对最高设计车速、超速保护、低电量保护、充电锁止、防飞转保护、布线要求等8个项目进行了检验。检验的37

批次产品中,发现4批次产品不合格,不合格发现率为10.8%。

在液晶显示器方面,本次抽查了13个省(市)的46家企业生产的50批次产品,其中21批次涉嫌无证无照。本次抽查重点对接地导体及其连接的电阻、电气绝缘、导体的端接、发热要求、接触电流和保护导体电流、抗电强度等17个项目进行了检验。检验的29批次产品中,发现5批次产品不合格,不合格发现率为17.2%。

在电源适配器方面,本次抽查了7个省(市)的94家企业生产的116批次电源适配器产品,其中13批次涉嫌无证无照、2批次涉嫌假冒。本次抽查重点对电源接口、电击和能量危险的防

护、接地导体及其连接的电阻、电气绝缘、导体的端接、机械强度、直插式设备、发热要求等28个项目进行了检验。检验的101批次产品中,发现11批次产品不合格,不合格发现率为10.9%。

在食具消毒柜方面,本次抽查了6个省(市)58家企业生产的59批次食具消毒柜产品,其中2批次涉嫌假冒。本次抽查重点对输入功率和电流、对触及带电部件的防护、发热、工作温度下的泄漏电流和电气强度、耐潮湿、稳定性和机械危险等17个安全项目进行了检验。检验的57批次产品中,发现9批次产品不合格,不合格发现率为15.8%。

从近3年4种网售产品质量国家监

督抽查情况来看,平衡车不合格发现率有所下降,液晶显示器、电源适配器、食具消毒柜不合格发现率有所上升。对此,市场监管总局要求各地市场监管部门强化抽查结果处理,将处理情况及录入e-CQS系统并报送总局,总局将强化跟踪督办。同时,督促落实主体责任,将本次抽查不合格产品情况通报地方政府及相关部门,采取有力措施督促企业依法落实产品质量安全主体责任,引导企业严格按照标准组织生产,保障产品质量安全。此外,加强质量技术帮扶,组织有关行业组织和技术机构,帮助企业深入查找原因,提出改进措施和解决方案,促进行业质量水平提高。(据中国消费者报)