

~~~~~

## 利用果汁保存焙烤食品和提高产品质另

~~~~~

顾客最关心所有零售的食品，如面包、点心，是否有益于身体健康。这里提供的新的产品是高纤维的，不含有精制的面粉，也不含有化学防腐剂，这些都是众所周知的。因此，焙烤业主们想到了早就知道的，自然的防腐剂：葡萄干。

原料的功能性作用

美国目前有五十多种面包中使用浓缩的葡萄干汁，并且也用于许多黑面焙烤的食物中。根据配方和气候条件，含有 5—10％的浓汁的面包，比没有含浓汁的同样的面包多保持 2—3 天的新鲜期。所以，这种原料增加了利润。葡萄干浓汁具有高的酸度(2.5—3.5％)和低的 PH 值(3—3.5)，所以焙烤者们可以不加 醋 来控制产品的 PH 值，面包的味道也因此而 得到很大的改进。应该注意的是最后产品的风味，新产品没有像葡萄干一样的味道，因为在焙烤的过程中，最可辨认葡萄干味道的酯类已蒸发掉。

由于应用了葡萄干浓汁，改进了产品的外观。最少为70°白利糖度的深琥珀色的浓 缩 汁液消灭了黑面包的灰色和脱色，同时还去除了需要用焦糖色或人造着色剂。另外，面包皮具有受人欢迎的、深的颜色，(颜色随着着色剂在配方中使用的量不同而不同)。当面包烤过后，很容易呈深色，并有很好的芳香味。

葡萄干浓汁具有高糖成份，能用来代替蜜或玉米和麦芽糖浆，在甜度方面， 1 ％的浓汁相当于约0.7％的蔗糖。此外，吸湿的转化果糖可保持湿度和控制“自由水份”达几天之久，因此，面包至少可在正常的干瘪点之后二十四

小时才硬化。

这种自然原料的另一个特点，是它在面包体积上的作用，即葡萄干浓汁是一种很好的均匀的发酵食品，即使使用小量的浓汁，也可增加面包的体积。

葡萄干浓汁还被推荐用于大部份的焙烤食品，特别是黑面种类和水果面 包，软 的 小 甜 饼，黑蛋糕，炸面饼圈，面包圈，甜食和糕点类，或者是作为一种浇在甜食上面的糖浆。

如果配方中加进多到10％的浓汁，不会很大地影响吸收、发面时间或烹煎时间，但无论如何，还是应该有较小的变化。在冷冻的面团中，也能使用这种原料，因为它不会在冷冻状态下分离。见表 1，面包样品的配方：

全小麦面包的标准配方之一				表 1
原 料	基 础 (磅、盎司)	每 磅 中 (％)	100磅一批 (磅、盎司)	
水	8	31.30	31	5
酵 母	10	2.69	2	10
葡萄干浓汁	10	2.69	2	10
全小麦粉	1	4.28	4	4

称量好原料，放进碗式容器中，搅拌，直到很好地结合。在 85°F 时，醒放 30 分钟，在这期间，面团可快速发酵。然后再加入均衡的原料，见表 1 之二。

全小麦面包的标准配方之二				表 1
原 料	基 础 (磅、盎司)	每 磅 中 (％)	100磅一批 (磅、盎司)	
全小麦粉	12	51.75	51	12
盐	3	0.80		12
发 酵 食 品	1 2	0.12		2
无脂肪奶粉	6	1.61	1	9
糕饼松脆油	8	2.17	2	2

混和好面团，均匀地分成所需的面块，揉圆、醒15分钟，检验，焙烤。

销售的良好趋向

近来,标签的变化和消费者的态度,已经使得许多焙烤业主们重新考虑他们的配方。他们开始取消一些不是真正需要的原料,特别是当消费者们普遍认为某种原料有毒时,就更要取缔。加入葡萄干浓汁或是葡萄干糖浆原料不仅可以使销售量稳定,而且还可以减少或去掉许多不利于销售的原料。由于消费者们非常注意健康问题,或是希望得到低钠的饮食,因而在面包中加入葡萄干浓汁,将提供一个有益的钾:钠比。葡萄干浓汁有很高的食用价值,含有比蜜或其它含糖量高的物质多几百倍的矿物质。见表2。

葡萄干浓果汁的营养价值

表 2

成 份	分 析 范 围
可溶性固体(根据折射计)	70° 白利糖度(最少)
总含糖量(按转化糖计)	55—63%
蔗糖	少于 1 %
右旋糖——左旋糖比率	1.6 : 1.0(大约)
总的碳水化合物	66—68%
蛋白质	2.0—3.5%
灰	0.6—1.2%
粗纤维	0.05—0.15%
钠	20—35mg/100g
钾	200—300mg/100g
磷	40—60mg/100g
钙	30—60mg/100g
铁	3—5mg/100g
pH	3.0—3.5
总酸度(按酒石酸计)	2.5—3.5%
热量	280—290卡/100g

结 论

改用其它原料成份,虽然也可得到葡萄干浓汁的每一种优越性,但是没有任何一种单纯的产品可提供所有的这些特性。由于使用浓汁能代替许多原料,或者是至少减少了许多原料的使用,所以总的原料的成本没有明显地增长。所增长的货架期可有效地提高利润。(收稿日期79.7)

魏庆译自英文《Food product

development》1979.1

面团食品的巨大潜力

面团制品是从细条实心面、通心粉和带有馄饨或其它肉制品的各种面条发展而来的。现在已经发展成快餐食品,而且有很大的发展潜力。英国销售量每人每年平均为 785 克,比法国的销售量6.8公斤/每人每年、德国的4.5公斤/每人每年、美国的4.3公斤/每人每年以及意大利 27.2 公斤/每人每年都少。但是英国销售量的增长很快。1969年每人平均为 295 克,购买力以 8 %的增长率稳定增长,超过了前十年的增长率,预计到 1980 年每人可吃到 1.25 公斤。

面团食品公司的销售量在 1976年的市场销售上占13%,与占19%的Quaker Oats 公司 相比为第二位。面团食品公司在74—76年两年中从 8 %上升到这个数字(13%),而在同一时期 Quaker Oats 公司却从22% 的销售量下降到19%。由于面团食品公司(Pasta Foods)有很大的自我服务业务,它自称是英国最大的生产者,可提供英国市场 9 %的产量。

现在市场上出现了两种有趣的快餐产品。一种是膨化产品,叫做“直接膨化”的产品,这是面团通过高温挤压机的冲模,当压力突然降到大气压力时,水分突然脱去,产品也就立即膨化。另一种产品叫做“半成品”,是一种可以进一步加工的中间产品。这是通过低温挤压并干燥到含水量在12%以下。这种食品是稳定的,可以贮藏到用油炸或用其它加工烹调的时候。

面团食品公司的市场指导员Ken Spencer先生声称:该公司的某些快餐食品的工作比世界上仍何工作都赚钱。他说,他最近曾到过美国去指导一个生产者如何使半成品快餐供应给美国的一个快餐食品销售商。

(下转第34页)