

由於黃豆蛋白的價格遠比肉類、奶類、蛋類的蛋白質單位價格便宜，且黃豆、穀類等植物性蛋白，能直接被消化吸收利用，是屬初級消費。而動物性蛋白質，則需再將植物性的蛋白質轉化為動物性蛋白質，如以黃豆製成豆餅當動物飼料，就需再次轉化，因此就整個政策、經濟層面而言，以黃豆蛋白直接為人類的蛋白質是最經濟，並且可預防動物肉製品短缺的現象。

植物蛋白比較健康

將黃豆蛋白摻於食品中，首先要改變消費者原有的觀念，教育消費者使其體認植物蛋白的營養，比動物蛋白更能帶給人類健康，並給予消費者正確的訊息，使消費者，樂於為了健康，而選擇植物性蛋白的消費意識。

在美國，1968年瘦肉的消費佔總肉類的74%，1977年則滑落到71%，到了1990年則為61%，由此趨勢可看出，黃豆蛋白可以其多功能富於變化的特性，取代肉類的消費。

禽肉的消費則由23%躍進至39%，原因是禽肉比豬肉更有益健康，依據其油脂含量低、膽固醇含量低的特性，而取悅於消費大眾。這點植物性蛋白質能進而取代。

而蛋的消費，也在10年內降低了7%，更有可能以蛋白取代其整個蛋的消費型態。為了健康的因素，海產類的消費也由10年前6.5%進升至21%，日本對於魚肉蛋白的消費，每年每人是80磅，而美國則為12磅。

豆奶代替乳製品

乳品的消費則逐年降低，其中以脫脂奶取代全脂奶的方式是當今的潮流。更為了預防乳品的短缺現象，更有計畫的以配方奶取代全脂奶，或豆奶取代奶類。日本以豆奶取代乳製品為13%，而美國則為2.1%。為了健康的理由，更需增加黃豆蛋白的摻於乳製品中。

近10年來，美國消費型態的改變，乃是以禽肉、脫脂奶、魚蝦消費量的增加，取代了全脂奶、豬肉、蛋的消費量。

消費新知

黃豆食品明日之星

學術界和醫學界也提出延年益壽之方：“吃得少”，即低卡路里、低脂肪的輕瘦食品，更有益健康。

近幾年來，食品已打破民族、種族的個別嗜好，而趨向快速、方便、經濟的速食品，所以如何將黃豆蛋白製成像禽肉、魚、蝦的漢堡型態，使黃豆蛋白成為主菜之一，相信這種輕瘦的食物，將帶給人們更高品質的營養價值與健康意義。

速食黃豆食品

目前美國在黃豆蛋白每人每年總消費約在2公斤，其中以豆奶方式取代牛奶約每人每天為2.5公克，而在日本却高達10公克。

以整個國際性的生產消費分析，蛋白質的生產量將不足以消費，因此解決全世界蛋白質缺乏的問題，乃是當今首要解決的政策，必要時將黃豆蛋白摻於飲食中，以改變目前現況，多設計黃豆蛋白於冷凍食品、微波食品及速食品中。



多樣化的黃豆食品(阿郎攝)

推動植物性蛋白取代蛋、豬肉、全脂奶攝取量的潮流，不僅需要技術，更應注意市場取向，消費者的需求，進而提出新產品，訂出合理價格，使業者與販賣者彼此達到平衡點，取得合理的利潤，共同為植物性蛋白質的食品普及化而努力，如此才是消費者的福音。 ■