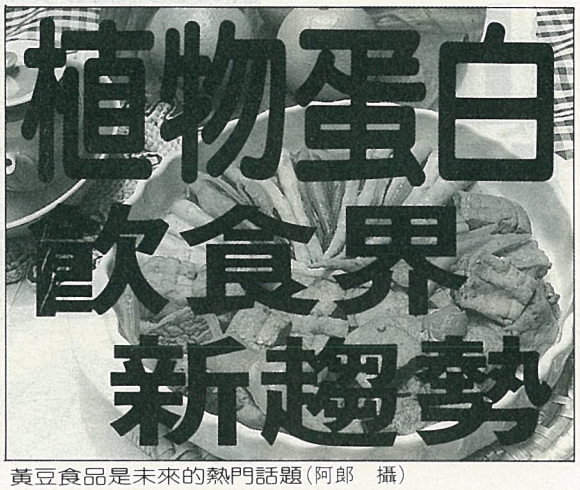
藥物食品檢驗局／王鳳英

植物蛋白飲食界新趨勢



黃豆食品是未來的熱門話題(阿郎　攝)

近20年來植物性蛋白質是飲食的新趨勢，不僅為了營養和健康，更考慮整個社會群體的成本因素、經濟、文化、政策等多項因素，因此有計畫的將植物性蛋白質推介給市場。

黃豆補充蛋白質

雖然植物性蛋白質的來源很多，如五穀類、花生、黃豆、豆莢等，但以種子類的量最多，可代表植物性蛋白質，尤其是黃豆更佔優勢。

黃豆蛋白質的量很多，其所含的必需胺基酸的量也多，淨蛋白利用率高，是屬高生理價蛋白質的優良來源。

先進國家並無缺乏蛋白質之虞，因此比較關注植物性蛋白質的食品所伴隨而來的低油、低膽固醇等對大眾營養健康的需求。

而在開發中及未開發國家的問題，却是在蛋白質的缺乏上，可利用黃豆的蛋白質與其他來源蛋白質配合使用。常被引用的三種方式是增加、強化、混合穀類食品，以提高其飲食中淨蛋白利用率，所謂互補的功能。

因此在成人與兒童的飲食中，適當的應用黃豆蛋白質，可增加飲食中蛋白質的吸收、消化營養效率。而且在混合飲食中也不致減損魚、肉、奶類的蛋白質，尤其在嬰兒的配方奶中，更可利用黃豆蛋白質來補充蛋白質的含量。

低卡高纖維

由促進健康的觀點而言，植物性蛋白質是屬於正向促進健康，例如黃豆可在低卡路里的前題下，提供優良的蛋白質，並已証實黃豆可顯著的降低人類及多種動物的血膽固醇。

植物性蛋白質的製品，如黃豆粉、黃豆乾，在加工過程如能將油脂去除，更能提供人體必需高品質高密度的營養，而且是低卡路里的食品，這種黃豆蛋白食品更能降低高血脂症者的血脂肪。

許多植物蛋白質製品，也同時含有膳食纖維，此膳食纖維具有控制血膽固醇，預防大腸癌，並促進葡萄糖耐性的功能，所以這些食品都是值得被大眾所關注及考慮接受的食品。

開發新產品

新產品的推出，必須有二個策略：首先要提出產品的特異性，並能鼓舞消費大眾放開心胸來接受新產品的口味。本產品要具有足以吸引消費者在市場的陳列架上找出它的潛力。這個策略的成功率是很低的。

第二個策略是複製一個相似於傳統食品以認識此一新產品，因此取代了企圖改變消費者對食品的價值觀。新的產品以這種漸進方式來改變產品配方，使消費者易於接受相似於傳統食品的新配方，所以這個策略容易成功，消費者很容易在陳列架上，因認識傳統食品而接受新的產品。這個策略的風險是所模倣的傳統食品（經改變食品的配方），不能被查覺出有不同於原來的食品的口味或外觀，否則易遭到排斥。

基於這種假定，植物性蛋白利用不同新配方，應用於模倣一些傳統食品上市，以完成最大的促銷，進而達成促進大眾健康的使命。

這樣改變配方後的新產品，可能成功或失敗，而這成功的條件，經常是基於價格便宜，有促進健康，及具有其他特殊功能，此三要素是食品達成促銷成功所必備的。

所以如何將黃豆蛋白摻於食品推出於市場，將是一熱門的課題，亦是消費大眾的福音。■