

从籍籍无名到一夜爆红 噱头很响的“人造肉” 到底什么味？

记者探访这家资本风口上的宁波公司

本月，一家名为 Beyond Meat 的美国公司在纳斯达克上市，并在比尔·盖茨等明星投资人光环笼罩下，“人造肉”几乎一夜之间火遍地球。在 A 股市场，一批概念股连续大涨，其中丰乐种业 10 个交易日收获 9 个涨停。在资本的推波助澜下，宁波一家籍籍无名的食品公司也浮出水面，被推向聚光灯下。而这一切就缘于这家公司所从事的业务正是“人造肉”的研发生产。

宁波这家公司的总经理说，这个风口，他等了十年！

1 人造肉是什么“神仙肉”

“到底什么是人造肉？”这是宁波素莲食品有限公司总经理张信良最近被问到最多的问题，不但一些外行看客在疑惑，连一些长期扎根食品行业、保健品行业的同行都忍不住偷偷来打听。

“现在国外噱头打得很响的‘人造肉’，说白了就是植物蛋白肉，在国内很早就有了。”已经低调从事了近十年产品研发的张信良，对于人造肉的一夜爆红有点意外。

据了解，现在大众对于人造肉的划分主要有两种：一是利用动物干细胞，在实验室培养皿中增殖培育出来的；另一种则是基于植物蛋白、氨基酸等制造的“素肉”。前者造价高昂，还不具备投入商业化生产的条件，后者就是张信良说的植物蛋白肉。

张信良补充道，虽然都是植物蛋白肉，但是现在所说的人造肉并不能等同于素鸡或者“仿荤肉”。

传统植物蛋白素肉主要以豆粉、豆粕、大豆蛋白、小麦蛋白等为原料，中国人餐桌上常有的素鸡、素食餐馆的“仿荤肉”就是其产物，这类人造肉的口感与真实肉感还是有比较大的差距；而新型植物蛋白素肉的创新点就在于，通过原料选择和加工工业的改进，其口感、气味跟动物源的肉类制品相差无几。

以素莲食品为例，在采访中，张信良多次强调，目前素莲研发生产的大豆素肉产品

的原料不是大豆，也不是大豆蛋白，而是大豆组织蛋白。

“我们的人造肉产品以大豆组织蛋白为主要原料，从大豆中提取的大豆分离蛋白经过高温、高压，膨化、挤压制成大豆组织蛋白，这种原料做成的产品相较于以前的素鸡肉纤维感更强。”

除了原料之外，膨化挤压的技术发展也是现在的人造肉区别于素鸡等产品的关键。据张信良介绍，这几年，素莲的挤压工艺已经从单螺旋挤压升级为双螺旋挤压，其中就涉及温度、螺杆旋转速度、下料速度、加水量等考量，这些技术的试验升级都会给产品最终呈现效果带来明显的变化。

“传统豆制品是‘丫鬻’，我们做的豆制品是‘小姐’。”张信良用一种颇有趣味性的比喻总结道。

记者从宁波素莲带回了几包“牛肉干”和“牛肉粒”，与同事做了一个口味体验。“牛肉干”的包装有明确的生产日期，品名分类为“大豆素肉制品”。从食品的形态和手感看，这些“人造肉”几乎可以乱真，需要稍用力才能撕扯开，并且内部呈现出明显的纤维状。品尝后，多数人觉得味道还不错，但回味后仍感觉无论是口感、质地都还有改进空间。只有个别同事认为，其口感已经与真肉相差无几。

2 资本市场上的“当红炸子鸡”

就像张信良所介绍的，虽然人造肉不算是个新概念，但是人造肉引起全球范围关注则是始于这几天。5月2日，“人造肉第一股”Beyond Meat 在纳斯达克挂牌上市。该公司开盘价 46 美元，较发行价 25 美元溢价 84%；股价收涨 163% 至 65.75 美元，创 2008 年金融危机以来最佳 IPO 首日表现。

Beyond Meat 招股说明书显示，其产品主要原料为豌豆蛋白，这也成为“美国味人造肉”与“本土版人造肉”的主要区别。据张信良介绍，豌豆蛋白相较于大豆蛋白有三个优势，无豆腥、无过敏源、“肉质”感比较好，但与此同时，也成为其产品售价过高的关键因素。

在许多人士看来，其高昂的定价与火爆的市场有一定的文化引导。一方面，西方国家有大批崇尚素食主义的拥趸。另一方面，

人们对动物肉制品安全的担忧，也让“人造肉”有了一定的市场。

此外，无论是 Beyond Meat，还是美国其他从事海鲜、禽类人造肉研发的公司，似乎都喜欢牢牢抓住“商业与地球未来”利益吻合的道德观点。

有科学家预计，到 2050 年，世界人口将达到 96 亿。如果人类继续像现在这样吃肉，将会消耗过量的土地、水等自然资源，同时也会加剧气候变化和物种灭绝。密歇根大学进行的同行评审生命周期的分析显示，Beyond Meat 的当家产品 Beyond Burger（汉堡）与真正的牛肉汉堡相比，用水少 99%，占地少 93%，产生的温室气体排放量少 90%，并且需要的能量比牛肉汉堡少 46%。



大豆组织蛋白

人造牛肉干外包装

3 小工厂的生意经

人造肉的一夜爆红来得有点突然，但是为了等这一天，素莲已经准备了近十年。

外人很难想到，这个十年来门面、场地几乎没有任何变化的小工厂，最近却频频引来一些投资机构，甚至是上市公司的调研。

2009 年，在深圳从事保健品销售的张信良回到家乡宁波，把目标聚焦在了有关“健康”的创业项目上，就有了做素食的主意。

据他回忆，当时国内市场并没有一个统一的产品标准，每台加工机器都需要按照实际需求进行定制，没有一个参照物可循。

“这十年，我们做的全部工作就是给自己的产品打上‘DNA’。”张信良说。

在张信良看来，从早前的素食产品到现在的人造肉，制造中最关键的一环是原料，有了原料之后还要考量调味技术等环节。每一项都需要投入大量的精力去比对试验。因此，张信良在向他人介绍素莲时，总是会明确地把定位放在研发企业，而非生产。

据张信良介绍，在过去 10 年里，素莲研发了 100 余种人造肉产品。而这些产品，没有一样大规模地铺开销售渠道，几乎所有产品都是在市场上销售一两年以后，就被素莲主动切断了市场渠道，回收进了产品储备库。

“用时间换空间是我们的核心战略，我们不做市场推广，我们只需要知道我们的产品好不好，能不能被市场接受。只要技术过关了，风口一到，批量生产只是时间的问题。”张信良信心满满。

资本的嗅觉是最灵敏的。早在 2013 年，就有一些投资方找到素莲，希望能参与相关产品的研发生产工作，但是当时张信良考虑到素莲的技术基础与产品储备，搁置了融资方案。直到最近，素莲才正式开启了与资本的合作——一家基金与素莲将在安徽合作办厂，主营冻品生产。

在张信良的规划中，素莲在经历了材料深加工、技术重组后，将致力于推动人造肉产品进入人们的日常生活中，而非被“素食”标签化。

5月20日，“人造肉”概念指数当天下跌 5.59%，半个月来首次出现大幅震荡。对真正从事“人造肉”研究的机构和企业来说，这一“新风口”来得很突然，接下来还面临一个去伪存真的过程。

记者 史旻 文/摄



让绿色在生活中洋溢

健康生活 幸福未来

“健康宁波”公益广告