

今年起实施修订后的小麦粉国家标准——

留住麦香和健康

消费者更注重小麦粉的健康

营养。与以前的“精米白面”相比，

新标准进一步满足消费理念的转

变和小麦粉加工产业升级的需求。

记者在一些超市和线上网店发现，面粉品牌和种类不少，有的商品包装换了新标识，注明“精制粉”“标准粉”“普通粉”。对于市场上不同品类的小麦面粉，哪种更靠谱？怎样选择质量才更有保障？今年起开始实施的《小麦粉》(GB/T 1355—2021)国家标准将为我们揭晓答案。

引导健康消费

小麦粉也叫面粉，是重要的基础性主粮，与人们的生活息息相关。2021年12月31日，国家市场监督管理总局、国家标准委发布第17号国家标准公告，其中包括新版《小麦粉》(GB/T 1355—2021)国家标准。这是该标准的第二次修订，新标准于2023年1月1日起正式实施。

适用于无添加物的食用小麦粉，是小麦粉新国标的一大亮点。从标准市场化看，小麦粉GB/T 1355既是执行最广泛的小麦粉标准，也是其他小麦粉标准的“基准”。此次新国标突出天然营养健康，明确要求不得添加食品添加剂、食品配料等。由此可见，如果按照新标准生产小麦粉，厂家不仅被禁止添加此前已经明令禁止的氧化苯甲酰、过氧化钙等“增白剂”，而且增筋类面粉添加剂、面粉品质改良剂、面粉减筋剂等都不允许添加。

消费者更注重小麦粉的健康营养。与以前的“精米白面”相比，新标准进一步满足消费理念的转变和小麦粉加工产业升级的需求。国家粮食和物资储备局标准质量中心主任王耀鹏说，《小麦粉》(GB/T 1355—2021)的发布和实施将对消费者健康消费、节能减排和产业升级发挥重要作用。对消费市场来说，新标准明确不允许添加任何食品添加剂和辅料，为社会提供最为基础适用的小麦粉，满足广大人民群众日益增长的自然、安全、营养消费需求，引导健康消费。

促进节粮减损

据统计，2020年，我国有小麦粉加工企业2566家，小麦粉产量达7472.8万吨。小麦粉新国标将进一步促进消费，满足消费者对绿色优质、健康营养产品的需求，同时规范和引导小麦粉加工企业适度加工，促进节粮减损。

原标准按加工精度把小麦粉分为“特制一等”“特制二等”“标准粉”“普通粉”四个等级，新国标则以加工精度和灰分含量作为分类指标，分为“精制粉”“标准粉”“普通粉”三个类别。具体看，新国标将原标准中的“特制一等”划为“精制粉”（干基灰分含量≤0.70%）；将“特制二等”和“标准粉”合为“标准粉”（干基灰分含量≤1.10%）。原标准

图① 北京一家超市内，顾客在仔细挑选小麦粉。

本报记者 李万祥摄

图② 超市内售卖的GB/T 1355的“精制粉”小麦粉。

本报记者 李万祥摄

中的普通粉则多为企业专供，很少有小包装市场零售，因此单独划分为一类，即“普通粉”（干基灰分含量≤1.60%）。

这些类别有何区别？质量上有差异吗？

专攻小麦加工技术领域的河南工业大学教授赵仁勇在接受经济日报记者专访时表示，原标准下，部分粮食加工企业因片面追求加工精度而过度加工，导致粮食和营养成分损失。新国标一方面满足零售市场对加工精度的需求，另一方面满足企业用普通粉作为食品原料的需求。此外，新国标还在一定程度上简化了分类等级。其中，“精制粉”“标准粉”这两类均为市场小包装小麦粉供应的主体，这样可为需要加工精度较低小麦粉的消费者提供可选择的方案。

“这对于落实反食品浪费法，促进粮食行业节粮减损有重要的社会效益和经济效益。”赵仁勇表示，随着国家标准对普通粉加工精度要求的降低，小麦加工企业的总出粉率将提高0.5%至3%不等，以2020年小麦粉加工处理小麦1亿吨测算，相当于增加小麦粉产量50万吨至300万吨。

新国标增强了小麦粉分级定等的科学性与准确性。需要注意的是，三个类别主要是加工程度不一样，质量等级方面并无差别。

记者调查了解到，有的面粉企业在新国标实施之前就提高质量，不放添加剂。关于面粉等级简化，他们则表示因

没有强制要求，所以面筋值和粗细度还是根据市场需求生产，不是刻意迎合新国标。有的面粉企业则积极参与新国标制定实施，并在产品生产及时更新，突出处理。

选择国标产品

“我做蛋糕、饼干、蒸糕等用的是低筋面粉，又叫蛋糕粉，筋度和黏性比较低，手抓易成团，比较松散。很多人家中常用普通面粉，简称中筋面粉，介于高筋面粉和低筋面粉之间，颜色呈乳白色，质地半松散，适合做包子、馒头、饺子、面条等。”家住江西省吉安市遂川县的龙国珍酷爱做西点，因经常买面粉，对具体分类有些了解，更多是从用途出发选购不同的面粉。

市场上不仅有执行新国标的小麦粉，还有一些产品执行的是行业标准、地方标准、团体标准、企业标准等。由于不同标准的指标要求不同，消费者在选择的时候需要细心辨别。如果需要特殊品类的小麦粉，可以购买允许添加食品添加剂、执行其他标准的专用小麦粉。

由小麦经过碾磨制粉，部分或全部去除麸皮和胚，用于制作面食的产品，这是新国标对小麦粉的定义。按照这一定义，在加工过程中没有去除麸皮和胚的全麦粉则不适用于新国标。

新国标要求按照规定的名称和类别进行标注，新标准实施后，之前印有“特制一等”“特制二等”等字样的包装材料将不能继续使用。为了给小麦粉加工企业消耗使用旧包装材料预留充足的时间，合理利用资源，避免给企业造成不必要的负担，新标准实施过渡期为1年。今年以来，各地陆续开展市场监管专项工作，推动新国标正确有效实施。

“我们严格执行由国家市场监督管理总局和国家标准化委员会发布的小麦粉国家标准，加强食品安全监督检查，重点对城镇乡村的食品批发销售单位、餐饮单位等进行小麦粉及其制品的监督检查，倒逼生产企业把好产品质量关，切实守好群众的‘粮袋子’，让群众食之放心、食之安心。”怀安县市场监督管理局有关负责人何润恒说。

赵仁勇表示，法律上允许企业产品执行不同的标准。一般产品包装袋上对产品的名称、质量等级、生产日期、保质期、所执行标准的代号都有明确的标识，消费者很容易辨识。比如，消费者购买的2023年3月8日生产的某品牌的小麦粉产品，其包装上醒目位置出现“产品名称：小麦粉”“质量等级：精制粉”“生产日期：见包装袋封口处喷码”“执行标准：GB/T 1355”等信息，该产品毫无疑问执行的就是《小麦粉》(GB/T 1355—2021)新标准，质量等级为“精制粉”，干基灰分含量应该≤0.70%，产品中理

应该不会添加任何食品添加剂和辅料。

一碗“花样”土豆粉

本报记者 赵梅

“土豆、洋芋、马铃薯”被戏称为甘肃定西三宝，除了做成薯条、薯片等零食外，土豆还能不能以其他面貌实现它的价值？

流汁宽粉、龙虾粉、番茄粉、花甲粉……以甘肃特色马铃薯为原材料的手土豆粉、宽粉正以全新的面貌走向市场。

土豆经过清洗、粉碎、榨汁分离等6道工序加工成淀粉，再以淀粉为原料进行干、鲜粉加工，让小土豆由此华丽变身。

加工、和面、蒸熟、冷却、切粉……甘肃省定西市恒源清真淀粉制品有限公司马铃薯精淀粉制品生产车间里机器轰鸣，经过10道工序后，白花花马铃薯淀粉变成了广受欢迎的“定西宽粉”。

“我们建成投产了无菌净化生产车间，实现了全自动流水线作业，马铃薯精淀粉及其制品生产加工能力达到10000吨以上。”甘肃省定西市恒源清真淀粉制品有限公司董事长周来喜介绍。

“我们根据西北口味生产的麻辣和酸辣味的流汁宽粉，按订单年产3000吨左右。”周来喜说，他们生产的预包装和真空包装的定

西宽粉进入了北京、河北、陕西等15个省份的商超和餐饮行业。

“定西宽粉鲜粉很适合涮火锅，干净又卫生。”兰州市民周琳说，每次吃火锅，宽粉是她必不可少的选择。

“下一步，我们会加大与国内外餐饮企业的合作力度，扩大消费市场，还会加大研发力度，在现有产品的基础上研发出更多适合市场、适合大众口味的系列产品，让定西宽粉真正成为知名品牌。”周来喜说。

“花甲粉、流汁宽粉各来一份！”上午11时许，位于甘肃兰州市城关区张掖路步行街的“光头粉”总店迎来了第一批食客，一盘盘或鲜香或麻辣的土豆粉被端上餐桌，食客大快朵颐。

或宽薄或圆润的土豆粉条在开水锅中快煮3分钟，根据食客的不同需求，或佐以老鸡榛菌汤、牛肉番茄，或配上小龙虾、花甲、海鲜等，便成了一碗“光头粉”。

“粉有细粉、韭叶和宽粉3种类别，可以做出13种口味。”甘肃德前餐饮管理有限公司总经理高德前说，“别看我们卖的就是一

碗十几元钱的粉，但是从选料到加工、调味，都花费了不少精力和心力。”

一碗粉的原材料尤为重要。“我使用和品尝了全国多个品种。不同地区出产的粉是有差异的，有些粉口感爽滑，煮后比较软糯；还有些粉有嚼劲。经过反复对比，针对客户的喜好，最终我们选择了定西土豆粉。”高德前说。

高德前告诉记者，“光头粉”能不能留住食客，关键在于酱料，在经历了10次改进升级后，才确定现在的味道。

高德前说，虽然在创业前他开展了市场调研，并对产品进行了明确的定位，但在实际运营中仍然困难重重。“开业首日卖出去一碗粉，营业收入12.8元，第二日没开张，第三日5个合伙人不干了，第四日我决定自己干！”高德前说。

“这间20多平方米的小店，生意最好的时候日营业额能达到1.2万元，翻台15次。”高德前说，在失败和摸索中，企业逐渐走向了正轨，他希望能研发出更多的产品，让“光头粉”走得更远。

在“光头粉”总店，一楼餐桌中间格挡处

有个模拟作坊，两根长木棍，底部木棍有一个圆形容器，上头的木棍有槽，两根木棍上下连接便构成了民间最早制作粉条的“床子”。

2022年，高德前被评为庆阳市非物质文化遗产代表性项目——庆阳粉条传统制作技艺代表性传承人。高德前说，庆阳粉条传统制作技艺是盛行于甘肃东部庆阳民间，以土豆淀粉为原料，利用当地特有的古老烹饪工具“床子”压制条索状粉制食品的生产工艺。

粉条制作要经过清洗选料、手工制泥、粗筛过滤、箩筛取渣、淀粉晾晒、烫粉制团、压粉煮熟、冰水过凉、自然晾晒9大程序30道严苛工序。利用陇东当地用于制作饅头的“床子”压制成粉条，拓展了马铃薯的食用形式和范围，形成了陇东传统手工制粉技艺的基本特征。高德前介绍，庆阳粉条传统制作技艺记录了陇东农业发展变迁的进程。

“‘光头粉’成本小，收益好，希望能帮助更多有创业需求的年轻人创业！”高德前说。因为“非遗”文化因素的赋能，土豆粉在传承文化的同时，也为乡村振兴注入了新的活力。



一件标价为39元的男士白T恤日销100万元？是白T恤性价比太高？还是需要买它的消费者太多？白T恤并不是稀缺服装，但打开每一个线上服装店，白T恤基本上家家都有，并不存在稀缺性。那么，为什么一件普普通通的白T恤卖成了锋巢集团旗下潮选文化男装店的销冠？

锋巢集团创始人、CEO韩松认为，关键是他们走进了兴趣电商领域。什么是兴趣电商？两年前，抖音首次提出“兴趣电商”的概念，即一种基于人们对美好生活的向往，满足用户潜在购物兴趣，提升消费者生活品质的电商，有人也将其称为内容电商。兴趣电商与传统电商不同的是，在淘宝、京东等线上平台购物，人们大多带着强烈需求去搜索、选择、下单，到了抖音、快手等平台，则是在浏览的过程中激发兴趣点后再下单。

今天，依靠兴趣电商的异军突起，一些过去被人们普遍视为消费洼地的领域成为后起之秀。最明显的例子就是男性消费。通常认为一个家庭的消费主力是女性，激发女性消费是商家必争的“红海”，而男性参与消费的次数就少得多了。

根据中国互联网络信息中心的预计，截止到2022年12月，短视频月活跃用户达到9.8亿人，占手机网民用户总规模的97%。另有数据显示，其中抖音电商消费者中，男性消费者占比已接近30%。同时，现在每月近50万创作者在抖音生活服务体系中获得收入，超过28万家中小微企业实现营收增长。这些数据中蕴含着巨大的商机，有可能让过去被忽略的消费洼地找到深耕的价值。

短视频这一消费新场景正在改变人们固有的消费思维，很多人已经对通过十几秒的视频找到兴趣点并买到心仪的商品并不陌生。不过，既然是新的消费场景，就不能用传统的营销方式来拓展用户，也不能用千篇一律的话语来推荐。说回白T恤，如果面对女性消费者，可以用立体剪裁等表述方式来打动人，但是对于男性消费者，更好用的语言反而是“显瘦”“有型”。不同的关键词之间的逻辑在哪里？量身打造的内容输出起到了关键作用。

随着城乡居民的收入水平提高，人们的消费观念和习惯发生了巨大改变，尤其是身处数字经济时代，消费者对商品的需求已经从产品本身转向了服务体验，更加重视自身生活品质以及对个性化需求的满足程度。因此，在符合要求、满足便利性等要素的短视频平台上，需要更加注重对文字、图片、视频等内容的把握，让消费者感受商品或服务带来的体验、情感、价值。

本版编辑 李丹美 编夏祎



图为深受顾客欢迎的花甲粉。

本报记者 赵梅摄

市场瞭
深潜

教
蓉