

從冰鮮禽到鹽焗雞 粵輸港食品日趨多元

供港預製菜「雞有雞味」

◆香港唐順興集團在惠州的養殖場。

「無雞不成宴」是粵港澳地區一大飲食文化特色。上至億萬富豪，下至普通街坊，餐桌上總少不了那麼一碟雞。作為內地供港澳的最大「菜籃子」基地，廣東承包了港人每日餐桌上75%的肉雞。隨着粵港澳大灣區一小時生活圈逐漸成型，冷鏈配送讓供港食品越來越多元。在烹飪加工手法日益成熟的當下，不少雞隻已經從供港冰鮮雞，變身為白切雞、鹽焗雞、豉油雞等琳琅滿目的供港預製菜產品。香港生活節奏快、餐飲成本高，數分鐘加熱即食的「粵味」預製菜，正成為市民的「新寵」。而香港人出名講究「雞有雞味」，尤其注重雞肉的口感。那麼，一隻雞，從廣東來到香港市民的餐桌上，經歷了怎樣的歷程呢？

◆文：香港文匯報記者 盧靜怡 廣州報道 圖：香港文匯報廣州傳真

在香港唐順興集團位於惠州的供港養殖場恒溫車間內，每一隻雞都被打上了溯源標籤。這裏有感應器實時監測着環境溫度，從投料餵水、到溫控光控，再到清洗除糞、殺菌消毒，均實現全自動化。雞隻將在養殖場區度過180天生長期，長成4到5斤後，便被送到加工場的自動流水線上加工。

港人每消費三隻雞 便有一隻產自「唐順興」

每天凌晨，唐順興在惠州的港式燒臘預製菜生產線便開始運轉。從供港養殖基地運來的雞隻，經過屠宰、清洗、殺菌、烹飪、打包，被製作成一份份色澤誘人的預製菜產品。隨後不久，冷鏈配送的貨櫃車將分別運載冰鮮家禽、燒臘半成品和熟食預製菜，經深港陸路口岸，車程三小時，直抵香港。不出12小時，這些新鮮出廠的肉禽類產品便可送達香港近千家商戶和食肆。

「整個供應鏈條是一環扣一環的。」香港唐順興集團有限公司總經理唐振峰告訴香港文匯報記者，公司每日供應約4萬隻雞隻、3萬隻乳鴿、8,000隻鴨到香港，其中供港雞約佔香港市場份額的30%。換言之，港人每消費三隻雞，便有一隻產自「唐順興」。唐振峰看起來很年輕，已經是家族企業的掌舵人之一，對於每個品種的家禽供港數量都了然於胸，信心十足。

因為從事供港生意，唐振峰經常需要往來香港和大灣區內地城市，他親身感受到香港和內地的交通越來越四通八達，包括港珠澳大橋口岸在內，供港產品可過關的關口不斷在增加。「出口到大灣區的港澳地區的預製菜，是用冷凍技術進行鎖鮮的。0-4攝氏度溫度下即可冷藏保鮮，不需要任何防腐劑。」唐振峰說，這樣的新鮮預製菜只有7至10日保鮮期，適合短距離快速運轉，在大灣區一小時生活圈內銷售就毫無壓力。

留有調味烹飪空間 酒樓可創獨特風味

「香港市場對預製菜的接受程度也在提升。」唐振峰告訴香港文匯報，香港寸土寸金，請人、舖租等各類成本非常昂貴。為了節省工序，不少酒樓餐廳都採用半成品的預製菜。「我們提供給餐廳的預製菜產品，已經完成70%至80%的雞隻處理，剩下的外皮、燒製、調味

廣東養殖魚「出圈」游到海內外

從廣東養殖魚「出圈」游到海內外，一條魚的行程是怎樣的？在廣東湛江的恒興集團旁邊，是一片蔚藍的大海。在遠離海岸的東海島，上萬個金鯧魚養殖網箱在陽光下粼粼閃光。這是該公司打造的6,000多個深水網箱的「海洋牧場」。「這些在深水海域環境中養殖出來的金鯧魚，營養豐富，而且風味鮮甜、口感細膩。」廣東恒興集團水產業部營銷總監鄭可告訴香港文匯報，公司養殖的魚已經通過研發的200多款預製菜形式「游」進了全球不同地區。

菠蘿咕嚕魚 果農漁農雙增收

鄭可表示，恒興的水產品主要有「六魚兩蝦」，金鯧魚是當中的「明星」產品。「廣東有道菜叫咕嚕魚，我們利用了湛江徐聞的特產菠蘿，研發出了菠蘿咕嚕魚，這是我們最為暢銷的預製菜之一。」她說，一道美食，讓海洋和陸地兩大產業結合起來，也能促使果農、漁農雙增收。除了在粵菜基礎上創新，恒興的預製

菜選取內地不同地方菜的特色。「比如東北有鍋包肉，我們就借鑒開發出『鍋包魚』，同樣受海外市場歡迎。」

黑魚是廣東街坊非常熟悉的水產品，同時也是「鍋包魚」和酸菜魚的主要選材之一。「黑魚營養豐富，我們在黑魚這個品種上研發了多種預製菜——鍋包魚，酸菜魚，香辣魚片，荔枝怪味魚。」鄭可如數家珍地分享道。

◆廣東恒興集團擁有6,000多個深水魚箱，實現從飼料生產、種苗繁育、食品加工一條龍生產。



◆一隻隻供港白切雞預製菜正在加工生產線中加工。

◆唐順興的預製菜正在通過貨車跨境運輸到港。

◆唐順興製作的預製菜被運到香港各大超市、菜市場、餐飲門店和自營門店。

等步驟，則留給不同酒樓廚師師傅處理。」這樣一來，簡化了步驟、減少了人工，餐廳酒樓後廚的處理速度或將提高兩三倍。

不少人擔心預製菜會讓不同餐廳的出品變得雷同，唐振峰表示，公司供應給香港餐廳的預製菜仍屬於半成品，酒樓可以根據需要進行處理，或浸酒做成花雕雞，又或者做成港式海南雞等。「預製菜只會讓廚師將更多精力放在最後環節，保證出品，並不會喧賓奪主。」他說，供港雞預製菜不會參與最終步驟的調味和烹飪，香港各家酒樓能在擁有優質原料的基礎上，也能保持各自口味特色。「最後20%的製作環節，我們一定會留給廚師。」

菜品開發與時俱進 擬普及入駐便利店

預製菜這幾年在香港越來越「入屋」。在便利店買到預熱食品，或者買預製菜回家用微波爐「叮」即食，已經成為年輕人的飲食習慣之一。唐振峰告訴香港文匯報記者，他們開發預製菜時也會與時俱進。「我們不是一本通書睇到老的，會根據不同的食材特質和新式電器，開發不同還原方法。」空氣炸鍋這幾年大為流行，可以滿足家庭自製無油、健康的香口食物需要。「我們研發了一款脆皮乳鴿，用空氣炸鍋製作幾分鐘，就可以吃到又香又脆的乳鴿。」今年他們還推出大約100克的細份包裝「口水雞」「檸檬雞」，市民買回家無須再拆骨，可以透過微波爐叮一分鐘，再直接倒入配置好的醬汁即可食用。

「我們下一步打算開發出可以放在便利店銷售的產品，顧客在便利店就可以自助叮熱。」唐振峰說，這款預製菜的定位是「零食」，留給嘴饞的受眾。「以前買菜可能要逛市街，現

供港特色粵味預製菜菜式

1. 香港唐順興集團的廣東嫩滑白切雞

供港養殖基地用穀物餵養的麻黃雞，自然成長180天，全程無添加抗生素、激素。鮮宰鮮製，無抗生產車間72℃恒溫滷製。專為小朋友研製去骨工藝，且不添加防腐劑。養殖潔淨、製作潔淨、真空冷卻潔淨，溯源體系可查詢每個環節。5分鐘加熱即食。

2. 香港唐順興集團的沙田脆皮乳鴿

「脆皮乳鴿」是廣東菜中的一道地方小吃。乳鴿皮脆肉嫩、色澤紅亮、鮮香味美，可以用烤箱或空氣炸鍋加熱。

3. 廣東恒興集團的菠蘿咕嚕金鯧魚

粵菜有一道菜叫做菠蘿咕嚕肉，恒興利用自身擁有6,000多個深水網箱的金鯧魚優勢，因地制宜，就地取材，配上來自廣東徐聞的特產菠蘿，創新出這道「菠蘿咕嚕金鯧魚」。

4. 潮汕非遗美食汕頭晶華魚丸

160多年前，達濠魚丸的美味曾被文人形容為「得味一嘗三拍掌，聞香十步九回頭」。如今，達濠魚丸的製作已形成了一整套完善的工藝流程和技術標準，被列入廣東省級非物質文化遺產保護項目名錄。在一家五代傳承人的接力下，從鮮魚起肉、剔骨的刀法，到摔打魚糜的力度控制，魚丸製作的每一個環節都保留着地道風味。

整理：香港文匯報記者 盧靜怡

在預製菜普及便利之後，直接落樓下7-11掏錢就可以。」

冀帶「粵味」預製菜出海 打開東南亞市場

香港並不是最終站，未來包括白切雞在內的「粵味」預製菜還將走得更遠。今年是「一帶一路」倡議提出十周年，唐振峰表示，下一步還打算以燒臘類預製菜打開東南亞預製菜市場，讓海外華人都能吃到地道的港式燒臘。「在冷鏈運輸和深加工技術的加持下，預製菜的推廣，可以讓地道的廣東口味更容易走出國門，而香港正是最好的跳板。」



◆香港唐順興集團有限公司總經理唐振峰

家鄉味越過山海 原味供港解鄉愁

特稿

各地過年，親友聚餐，無論身處海外還是在家鄉，中國人往往都會吃上幾道家鄉特色菜。「無雞不成宴」的白切雞、「年年有餘」的魚、「盆滿鉢滿」的大盆菜……每逢春節，光看團年飯餐單裏的菜名，就可以看出粵港澳地區對於「意頭菜」的重視。這背後，亦是對傳統的春節團年儀式感的重視。預製菜的製作技術和冷鏈運輸，讓家鄉特色菜備得以穿越山海原味供應到香港乃至海外。

在僑鄉廣東汕頭，有「沒有魚丸，不成宴席」的說法。因潮汕話的「魚」與「餘」音近，「丸」同「圓」諧音，魚丸象徵年年有餘，闔家團圓，因而成為人們的席上之珍。潮汕魚丸如今更成為連接海外潮籍鄉親舌尖上的親情紐帶。汕頭市晶華食品有限公司項目負責人梁思安表示，晶華魚丸已有超160年的歷史，魚丸是每一代汕頭達濠人的家鄉記憶。她表示，香港的飲食文化與廣東地區比較接近，喜歡新鮮食材，顧客口味相對較淡，這就更加考驗預製菜研發公司對於食材的加工把關，即使是預製菜品，也要追求相對新鮮與本味保留。「未來除了供應香港外，我們還會借助香港平台供應到海外，讓更多海外鄉親都能吃到家鄉的味道。」

最近「年菜」經濟的概念在廣東備受關注，香港唐順興集團有限公司總經理唐振峰也認為，這是很好的開發方向。作為客家人，他說一年的團圓在客家文化中非常重要，無論相隔多遠都會相聚一堂、享用大餐。「我認為年菜經濟，盆菜是一個比較好的開發概念，未來也會嘗試往這個方向發展。」