

# 看颜色辨质量? 如何鉴别小米的品质

■ 李雨乐

在自然条件下生长的小米,如果颜色越黄品质自然就越好,如果是人工染色的,颜色越黄就越不好,并且食用后还会对身体健康造成影响。那么,我们该如何鉴别小米的品质呢?

## 小米颜色越黄越好吗

黄小米的黄色来源于类胡萝卜素、玉米黄素、叶黄素等,通常黄小米颜色越黄,营养价值就越高,但是在自然生长前提下,如果是“人为加工染色”的黄小米,就另当别论了。

新鲜的黄小米颜色为偏黄或者是金黄色,看起来有光泽,但是并不是越黄的越好。纯的有机小米颜色反而不是那么黄,有些商家通过给小米加深颜色、抛光来增加亮度,当作优质的黄小米售卖,区别的方法就是看看黄小米光泽度是否正常,小米放在手心搓一搓,看看有没有掉色的现象。

## 传统目测方法并不能 准确判断小米品质

我们在日常生活中挑选小米时,往

往会根据小米的颜色来选择,觉得颜色越黄越好,其实不然。如果小米添加染色剂,加深黄色,消费者选购后食用就会影响身体健康,为了鉴别小米的颜色,管控小米的品质质量,可在标准光源箱中对小米的颜色进行目视检测。

小米的颜色区分方法主要是通过肉眼直接观察,不过在实际的检测过程中,由于光源、观察角度以及环境色彩等多种因素,可能导致小米颜色评价结果出现偏差。为了提高小米颜色检测的准确度,可以在统一的观察条件下进行测试。

传统的测色是利用人眼在一定条件下对颜色进行比较的过程,比较方便。但传统目测方法并不能准确判断小米品质。在仪器测色配色应用日趋广泛的今天,传统的人工测色方法依然不可缺少。但是人工测色结果的影响因素很多,它与人的生理、心理感觉及客观条件有着密切的

联系,具体来讲主要有观察者感觉、照明条件、背景、被测样品的表面状态(光洁或粗糙)、大小、形状等,因此对于人工测色方法需要规定一些基本条件来增加测色结果的同一性和可靠性。标准光源箱就是用于人工测色的照明灯箱设备,帮助对色人员人工目视检测产品色差问题。

在工业化的生产过程中,为了快速评定产品的颜色,往往会采取抽样检测的方式,对抽检的试样与标样颜色进行比对。为了统一对色时的光源环境,就可以使用对色灯箱。市面上的对色灯箱往往配置了多种标准光源,包含D65人工模拟日光、F系列荧光灯光源以及UV紫外光源,具有颜色评定、色差检测、同色异谱以及荧光物质检测等多种功能,从而帮助企业更好地管控产品的外观颜色。

## 挑选小米方法

相关链接

### 1. 闻味道

挑选黄小米的时候可以闻一闻,真正优质健康的黄小米是带有粮食的清香味道,没有其他异味。

### 2. 看颜色

因小米的品种不同,颜色也各有差异,品质好的小米颜色会呈现微微的淡黄色,黄小米中的黄色会见光分解,然而陈米通常会因为脱色而呈现发白的状态。

### 3. 看光泽

品质好的小米色泽均匀,而染色的小米通常光泽较暗,颜色不均匀,有些胚芽处甚至发黑,如果还是不好分辨,可以选择专业仪器设备检验。

### 4. 看手感

抓一些黄小米在手上,染过色的黄小米会发油、发黏;而优质的黄小米流散性好,干燥性强,流沙一样的触感。

### 5. 水洗法

用温水清洗,也可以辨别。正常的黄小米温水清洗后的水颜色不黄,而染色黄小米清洗后的水会发黄。

### 6. 白纸捻搓法

黄小米温水或嘴哈气浸湿后,取干净的软白纸捻搓黄小米,纸上如有黄色说明染色。

### 7. 熬煮法

陈小米由于长期的放置,细胞壁硬化,所以熬煮后黏度糯性大不如前,黏稠度不如新米好,而且香味很淡。



## 国家发改委: 盒装月饼不得搭售其他商品

■ 申佳平

近日,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》(以下简称《公告》),明确要求经营者销售盒装月饼不得以任何形式搭售或者混合销售其他商品。

相关成本调查数据显示,由于馅料、包装材料等不同,盒装月饼生产成本虽存在一定差异,但总体上不会很高,平均生产成本在70元/盒左右。近年来,有些企业在盒装月饼中搭售或者混合销售鱼翅、燕窝、人参、冬虫夏草、茶叶、白酒、洋酒、珠宝、丝巾等高价商品甚至奢侈品,其价值远

远高于月饼,却仍以“月饼”之名销售,成为“天价”月饼的主要来源。这一现象不仅背离了传统文化本源,也使得月饼容易异化成为腐败的载体,对社会风气造成负面影响。

根据《公告》要求,经营者销售盒装月饼不得出现以下行为:一是搭售其他商品。二是将月饼与其他商品混装。如在月饼礼盒中混装茶叶、保健品、酒等其他商品,尤其是贵重商品或者奢侈品。三是以中秋礼盒等名义变相进行搭售或者混合销售。如在中秋礼盒中同时放置高价商品和月饼,规避监管。对上述行为,有关部门将依法依规予以查处。



## 可乐最初竟然是种药

■ 旭夜

提到汽水,可乐是人们最为熟知的一种。但可乐最初并不是饮料,而是被当作药剂在药店出售。

最早的可乐,是1886年由美国医学家约翰·潘伯顿来自西非的可乐果配制而成的糖浆。可乐果是西非的原生物种,当地人长期以来习惯于直接嚼来提神,其中的提神成分便是见于茶叶、咖啡和巧克力中的咖啡因和可可碱。潘伯顿配制的可乐果糖浆,以大量的糖、柠檬酸、香草、豆蔻、肉桂等香料掩盖苦味,并使用焦糖让饮料呈现深棕色。在药物匮乏、医学知识有限的年代,这种糖浆主要作为医治头疼的药剂在药店售卖。

一次,药店店员匆忙间用苏打水代替水来稀释这种糖浆,没想到获得了更好的口感。潘伯顿得知此事后,决定将这一发现投入商业生产,这种苏打水饮料就被命名为可口可乐。当时正值美国禁酒时期,可口可乐作为酒精类产品替代品推广到市场。在宣传中,潘伯顿侧重宣传它“不含酒精,并且具有治疗头痛、缓解疲劳的功效”。逐渐被市场和消费者认识并接受后,可口可乐便将宣传的立足点从“药用”逐渐转换为“一般消费品”。

