

微信公众号



微博



小红书



抖音



名厨

伊比利亚火腿

本活动由欧盟出资赞助。活动所表达的观点和意见仅代表作者本人，未必代表欧盟或农渔食品部门。欧盟及授标当局对此概不负责。



本活动由欧盟
共同出资

#EUAgripromo

欧盟大力支持
农业传统推广活动



与西班牙
伊比利亚火腿
一起探索
欧洲
热情

唤醒
你的
伊比利亚
感官！

本活动由欧盟出资赞助。活动所表达的观点和意见仅代表作者本人，未必代表欧盟或农渔食品部门。欧盟及授标当局对此概不负责。



本活动由欧盟
共同出资

#EUAgripromo

欧盟大力支持
农业传统推广活动



目录

| | |
|--------------------------|----|
| 历史 | 3 |
| 什么让我们与众不同 | 4 |
| 起源 | 4 |
| 与乡村的联系 | 4 |
| 可持续性和生物多样性 | 4 |
| 欧洲生产模式 | 5 |
| 伊比利亚猪种 | 6 |
| 喂养 | 6 |
| 漫长的加工时间 | 6 |
| 感官品鉴与享受 | 7 |
| 质量保障 | 8 |
| 动物福利 | 9 |
| 食品安全 | 9 |
| 可溯源性 | 9 |
| 伊塔卡体系 | 9 |
| 通过标签识别产品 | 11 |
| 伊比利亚app | 12 |
| 监管体系 | 13 |
| 质量标准(皇家法令4/2014) | 13 |
| 法定产区保护 | 13 |
| 营养和健康成分 | 14 |
| 环境与社会可持续性 | 16 |
| 环境可持续性 | 17 |
| 社会可持续性 | 18 |
| 研究, 开发和创新 | 19 |
| 数字化 | 19 |
| 大数据 | 19 |
| 智能包装 | 19 |
| 宣传推广: 伊比利亚行业史上最重要的欧洲推广项目 | 20 |
| 伊比利亚火腿-美味佳肴 | 22 |
| 制作过程及时间 | 23 |
| 伊比利亚火腿有哪些部分 | 24 |
| 切片的艺术 | 25 |
| 食用建议 | 26 |
| 伊比利亚火腿融入美食 | 27 |
| 伊比利亚猪肉产业联组织介绍 | 28 |
| 法定产区保护 | 29 |
| 产业规模 | 30 |
| 伊比利亚产业 | 31 |
| 法定产区保护信息 | 31 |
| 出口信息 | 32 |

历史



制作腌火腿与伊比利亚半岛的历史起源有关，洞穴壁画或石刻展示了史前人类对猪这种动物的驯养。

到了罗马帝国时期，猪肉及其制品成为人们饮食的常规组成部分，这也是第一个真正的地中海饮食的基础。

这种与猪肉相关的传统在西班牙从中世纪时期一直延续至今。即使是700多年的穆斯林统治和重要的犹太历史时期也未能让这一传统消失。

到了16世纪，新兴的香肠产业出现，促进了地区发展，形成城镇或城市，其高品质也带来了当之无愧的声誉。

君主、教廷和贵族都被这种美食瑰宝所吸引。从作曲家罗西尼到19世纪的旅行家理查德·福特，他们都曾享受过上好的伊比利亚火腿带来的无与伦比的乐趣，但直到20世纪，它才开始在社会各阶层中流行起来。

从19世纪末到今天，火腿产业的崛起势不可挡。1960年，伊比利亚猪种这一原产于伊比利亚半岛的品种开始获得特殊的重视。由于其独特的喂养方式和令人惊叹的品质，伊比利亚火腿已成为世界上独一无二的佳品。也正是从那时起伊比利亚火腿开始在全国范围流行起来。

如何起源？

就像我们现在知道的那样，伊比利亚火腿的制作，是无数次尝试对一块难得宝贵的肉的保存的结果，或许只是巧合，使用了本地的、乡村的、适应环境（伊比利亚半岛）的猪种（伊比利亚猪），受益于秋季德埃萨牧场上丰富的食物资源（橡子、青草等），并且保存的关键，制作的第一阶段（盐腌）在冬季进行，这时的低温至关重要。

剩下的就交给伊比利亚火腿生产环境的气候循环：春季温度缓慢上升，夏季干燥室干燥炎热，火腿窖内温度变化保护的漫长的成熟时间，共同促成了产品卓越的感官特征。

“在成熟的最后阶段，其浓郁而持久的香气十分突出，带有油香和干果、木头和烤面包的味道；其外观深红，丰富、流畅且有光泽的大理石纹油脂，其质地坚韧，可切成极薄的切片。”伊比利亚火腿-从德埃萨牧场到味蕾，耶稣斯·本塔纳斯。



产品主要品质

起源

世界上独一无二的产品，与伊比利亚半岛紧密相连。它诞生于整个民族的文化和传统，代代相传，并与带来更多附加价值的创新和新技术完美和谐。



紧密连接乡村

这一独特的产品来自德埃萨牧场、田野和农场，与乡村环境及其人民息息相关。对于他们来说，伊比利亚火腿是一种理解生活的方式、一种激情。因此，伊比利亚产业作为欧洲农村经济引擎和支柱，可以有效应对人口挑战：促进就业且有前景；它为城镇经济注入活力，帮助面临人口流失风险的地区固定人口，帮助提高地区凝聚力。



可持续性和生物多样性

伊比利亚产业保障农村地区的生物多样性和可持续性。它有助于维护伊比利亚半岛典型且世界上独一无二的生态系统——德赫萨牧场。它来自人类世代努力创造，是尊重环境与可持续利用自然资源之间平衡的典范，在完美共生中形成独特的可持续生态系统模式。

位于伊比利亚半岛西南部的350万公顷的德埃萨牧场为伊比利亚猪提供鲜草和橡子。

德埃萨已成为绿色循环经济的典范。它在面临人口减少风险的环境中创造生活条件，帮助固定农村人口，改善生物多样性，并通过吸收二氧化碳减少碳足迹。该地区对牲畜的管理加强了土地的再生，并为植物的生长提供了肥料，同时通过帮助预防火灾，为缓解气候变化做出了贡献。还有什么比这更可持续的吗？

欧洲生产模式 (MEP)

欧洲生产模式是世界上要求最高的生产模式，欧洲绿色协议中的“从农场到餐桌”战略旨在强化这一模式中已有的一系列关于食品安全、动物福利、可追溯性或环境可持续性的指导政策。伊比利亚产业是这种模式的代表之一。



食品安全

我们遵循最高的食品安全标准，因为我们有严格的法规、严格的管理和可追溯系统，确保所有到达消费者手中的伊比利亚火腿都具有最大的健康保证。

动物福利

动物福利认证：伊比利亚动物福利 (IBAW) 作为一种认证（标志），使消费者能够识别那些符合世界动物卫生组织 (OIE) 和欧盟法规规定的动物福利、健康、生物安全、动物管理和可追溯性等关于动物生产最佳实践的产品。这一认证标志保证的动物福利标准高于欧洲和国家法规制定的标准，这是伊比利亚产业对质量和透明度的承诺。



可追溯性

根据欧洲农场到餐桌战略的相关要求，生产过程由相关卫生部门全面规划、管控和监督，为消费者提供优质、安全的终端产品。

为保证这种可追溯性，我们开发、应用并持续改善 ITACA 伊塔卡体系（识别、可追溯性和质量体系）。

可持续性

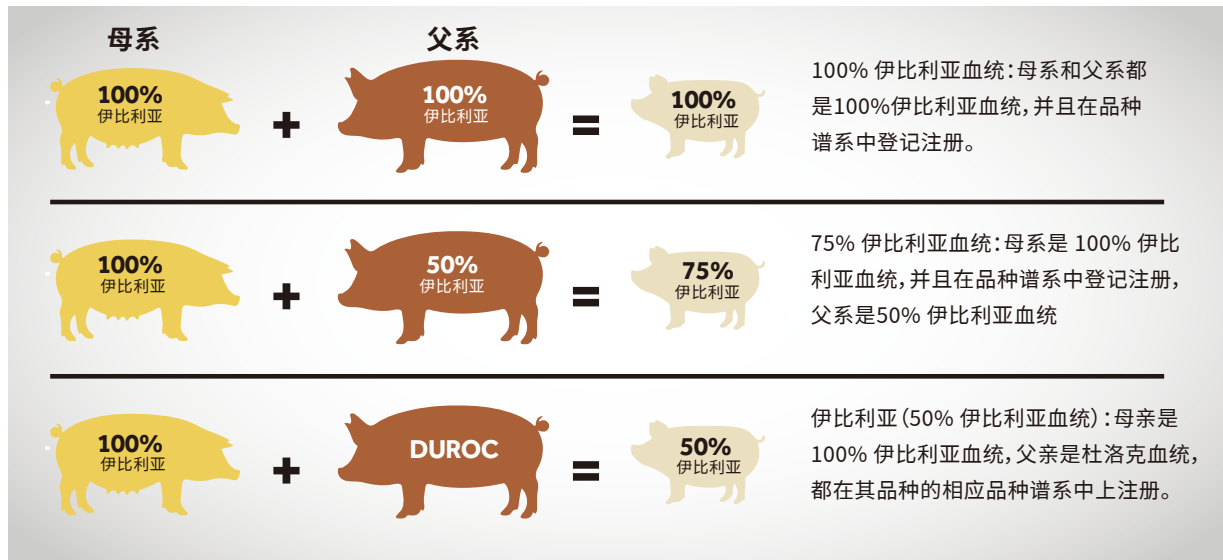
伊比利亚产业加入欧洲绿色协议 (Green Deal) 及其承诺 (2050 年达到气候中和)，以实现向更可持续的食品系统的必要过渡，并与联合国制定的可持续发展目标 (SDG) 保持一致。从这个意义上说，行业致力于在清洁和循环经济中有效利用资源，减少其生产活动对环境的影响，补偿生态足迹。



伊比利亚猪种

伊比利亚猪种原产于伊比利亚半岛，是伊比利亚火腿生活方式的核心。火腿肉质深红体现了血统的品质，还因其独特的纹理，带来了别具一格的风味、质地和香气。

认识伊比利亚猪的种族类型对于了解市场上不同类别的伊比利亚火腿至关重要。根据配比我们可以找到以下几种血统比例：



喂养

像伊比利亚猪这样独特的品种只能用最好的自然资源饲养。而要获得如此精美的产品，伊比利亚猪的饮食必须精心呵护。结果呢？我们有细节满满的不同风味！

伊比利亚猪的饲养类型和品种是伊比利亚火腿分类的两个主要依据。根据饲养方式，我们可把伊比利亚火腿分为三类：



漫长的制作过程

一个品种需要数年时间才能巩固，就像一棵橡树需要几十年才能结出橡子。传统的传承需要上百年。而伊比利亚火腿也需要时间，漫长的岁月使其变成我们最佳的身份标识。

要说伊比利亚火腿的制作过程有什么特点的话，那就是它漫长的准备和自然腌制时间。伊比利亚火腿生产质量标准规范(RD4/2014)规定至少要腌制20个月，但实际上，这个过程通常会持续好几年。享受伊比利亚火腿独特的香气和风味可能需要等待4, 5, 6甚至7年。

感官品鉴与享受

卡米洛·何塞·塞拉 (Camilo José Cela) 说，火腿是带来幸福的食物。这位才华横溢的加利西亚作家说得没错，因为他非常清楚，当你品尝这种美味时，那种强烈的情感会渗透到你的感官中。

伊比利亚火腿是幸福的代名词，这一点在阿尔贝蒂、巴斯克斯·蒙塔尔班和塞万提斯等伟大作家的作品中都有体现。要欣赏它的所有细微差别并充分享受它，您必须调动所有感官。



用我们的眼睛来欣赏这件作品，它细长、优美且纤细的胫骨是伊比利亚火腿的视觉特征。

通过视觉，我们还必须观察覆盖在火腿上的外部脂肪。伊比利亚火腿的脂肪呈淡黄色，并且摸起来很容易凹陷。

最后，伊比利亚火腿切片呈现有特点且独一无二的纹理。白色纹理明亮、细腻，与切片的鲜艳红色形成完美对比，散发独特的香气、风味和浓郁度。



正是伊比利亚火腿特有的纹理造就了其柔软灵活的质地，这要归功于每片切片中闪亮的渗透脂肪，触手即融化。

令人愉悦的质地且恰到好处的硬度，便于充分咀嚼，致使独特的风味在我们的味蕾上爆发。



一旦接触我们的味蕾，火腿片的香气瞬间成倍增加。伊比利亚火腿呈现给我们的香气是腌制、浓郁、宜人且平衡的。



味觉是与嗅觉密切相关的感官。

我们的嗅觉与味觉共享一些感觉，这也帮助伊比利亚火腿特有的浓郁风味的爆发。甜、咸和腌制的细微差别在鲜味中汇聚在一起，这是一种微妙、持久且难以描述的第五种味道，刺激我们的味蕾。



质量保证

从源头保证品质

伊比利亚动物福利

我们关于动物拥有的空间、卫生条件或者舒适度的规定在全世界名列前茅。这种福祉在整个生产链中应用，从而保证了产品的最高质量。

为了强化这一承诺，并作为全球范围内的开创性举措，行业推出了伊比利亚动物福利标志（IBAW）。该认证使消费者能够识别那些按照世界动物卫生组织（OIE）和欧盟法规标记的动物福利、健康、生物安全、动物管理和可追溯性方面的动物生产最佳实践获得的产品。

这个认证标志保证比欧洲和国家法规制定的标准更为严格的动物福利标准，同时传达了该行业对质量和透明度的承诺。



食品安全

我们遵循最高的食品安全标准，因为我们有严格的法规、严格的管理和可追溯系统，确保所有到达消费者手中的伊比利亚火腿都具有最大的健康保证。

可溯源性

根据欧洲农场到餐桌战略的相关要求，生产过程由相关卫生部门全面规划、管控和监督，为消费者提供优质、安全的终端产品。

为保证这种可追溯性，我们开发、应用并持续改善 ÍTACA 伊塔卡体系（识别、可追溯性和质量体系）。



伊塔卡系统

伊比利亚行业致力于用创新和数字化驱动必要变革，让消费者在购买时了解产品的可靠性、透明度，增强对产品的信心，行业ASICI产业联合组织推广 ÍTACA 伊塔卡（产品识别、可追溯性和质量系统）这一综合数字系统，包含伊比利亚产品“从农场到餐桌”的完整可追溯性，得益于该行业参与者的努力，他们每天在系统中记录与产品相关专业活动的具体信息。

这个系统已成为可靠信息来源，实时提供相关最重要生产指标的具体可靠信息，使伊比利亚火腿生产商和协会能够做出更好的战略决策。



通过标签识别产品



通过标签识别产

根据品种(100%、75%或50%伊比利亚品种)和饲养原料(橡果、谷物散养和谷物), ÍTACA会为每件产品分配一个必需、独有、个体的标签,来确保其产自伊比利亚地区。

消费者只需关注标签,无论是伊比利亚质量标准(带有ASICI标志)还是受保护的原产地名称(带有相应的DOP标志),以及通过标签的颜色即可了解所购买的伊比利亚火腿属于哪一类别。毋庸置疑,带有特定标签的伊比利亚火腿或前腿都是符合质量标准或DOP标准的火腿(其可追溯性由追溯监管委员会管理,除了标签外它们还带有受DOP保护的产品标识)。

伊比利亚火腿共有4种标签:4种颜色(黑色、红色、绿色和白色)代表4个种类具体取决于伊比利亚猪的品种和饲养原料以及接受的动物管理:



黑色标签

橡果饲养100%纯种伊比利亚火腿。黑色标签证明其母本和父本均为100%在系谱书中注册的伊比利亚品种;这种猪在育肥阶段以橡果和牧场的其他自然资源为食。

红色标签

橡果饲养伊比利亚火腿,75%或50%的伊比利亚猪种,这种猪在育肥阶段同样以橡果和牧场的其他自然资源为食。

绿色标签

谷物饲养放养伊比利亚火腿,可以是100%纯种伊比利亚猪种,或是75%或50%伊比利亚猪种,这种猪在育肥阶段喂养谷物、豆类以及林地的草料。

白色标签

谷物饲养伊比利亚火腿,可以是100%纯种伊比利亚猪种,或是75%或50%伊比利亚猪种,这种猪在育肥阶段喂养谷物和豆类。

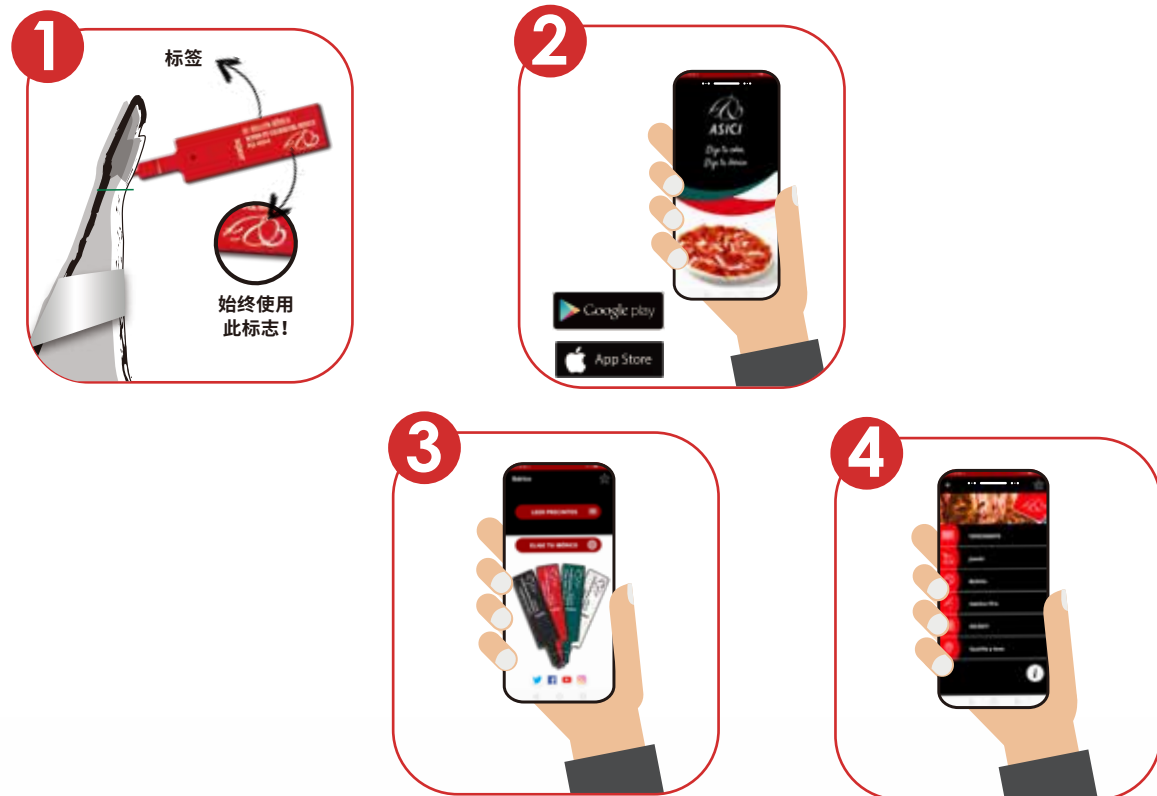


伊比利亚APP

伊比利亚APP无法读取法定保护产区涵盖的伊比利亚火腿标签,因为这些产品的可追溯性和识别由其监管委员会管理。

我们可以通过标签识别每个产品,根据其在ITACA中注册的信息,伊比利亚APP让消费者能查询每件产品的可追溯性,并通过读取每个标签上唯一的条形码,来验证其是否符合现行规定。

消费者所要做的就是扫描标签上的条形码,查询产品的可追溯性信息,并通过交互式图标了解产品类型、动物饲养和管理、血统百分比、年份(开始制作的月份和年份)和生产过程所在的地区。该应用程序免费、直观且具有交互性,可在Google Play(安卓)和应用商店(苹果)上下载。



监管框架

质量标准(皇家法令RD 4/2014)

2014年1月10日的RD2014/4号皇家法令批准了肉类、后腿、前腿和伊比利亚脊骨肉的质量标准,其中规定伊比利亚产品必须满足的质量标准,改进和加强这些产品的可追溯性,并对这些产品的标签制定更严格的要求,目的是改善消费者获取的信息,并确保这些产品的独特属性。

上述标准,符合皇家法令的范围要求,对所有使用“伊比利亚”术语的产品具有约束性,对有关伊比利亚产品的销售名称和标签、原材料获取、使用标签和可追溯性识别、产品的制作(最短时间)进行了规定,或由主管当局、经国家认证机构(ENAC)认可的独立监督和认证实体或在适当情况下由DOPs的监管委员会对伊比利亚产品进行管控、监督和认证。

法定产区保护

在伊比利亚地区,连同伊比利亚火腿的质量标准,我们可以发现现有的四种受原产地名称(DOP)保护的伊比利亚火腿。

受欧盟法规(第1151/2012号(欧盟)条例)监管,其中规定如下:

- 必须包含地理名称。
- 产品必须来自该地区。
- 质量完全取决于与特定地理环境及其固有的自然和人为因素的关联性。
- 生产、转型和制作过程始终是在受保护区域的地理范围内进行。
- 受保护产品的标签中,将包括受保护的欧盟原产地名称的标识。
- 地理名称在欧盟和与欧盟签署协议的第三国作为知识产权受到保护。
- DOP由一个团体进行管理,采用监管委员会的形式,负责监管和标准化与原产地名称相关的生产者的行为,以及管理其受保护地区的可追溯性和正确识别。
- 每个DOP规范中规定的合规性由主管当局进行验证,并受官方约束。





营养价值

国际上的主要指标反映了地中海饮食模式,在2010年被认定为人类非物质文化遗产,是多样化和均衡饮食的世界基准,是世界上最合理的饮食模式之一。

作为地中海饮食的标志和西班牙文化的骄傲,伊比利亚火腿因其作为欧洲美食遗产的基准之一脱颖而出,同时也因其营养价值成为其中的佼佼者。

1

埃斯特雷马杜拉大学动物源产品创新服务中心(SIPA)开展的最新研究发现:在所有接受检测分析的伊比利亚产品中,以橡果和谷饲方式喂养的肉类、猪肉腌制品中的蛋白质和维生素(B1和B12)含量高,且钠含量较低。

该研究分析了西班牙行业内各个供应商提供的160余个伊比利亚产品样本。从伊比利亚猪肉类(里脊肉、外脊肉、腹肉、肩胛肉和肋眼肉)到腌制产品(伊比利亚火腿、前腿和脊骨肉),这些产品都产自食用橡果和谷物饲料的伊比利亚猪种。

2

研究表明,橡果和谷物饲养伊比利亚火腿的主要营养特性有:

- 含有丰富蛋白质。
- 提供必需的氨基酸。
- 含有丰富矿物质,如铁、钾、磷、硒和锌。
- 富含B族维生素(B1、B2、B3、B6和B12)。

此外,从脂肪含量的角度来看,伊比利亚火腿富含对健康有益的单不饱和脂肪酸(油酸)。在饮食中用不饱和脂肪代替饱和脂肪,有助于维持正常的血液胆固醇水平。





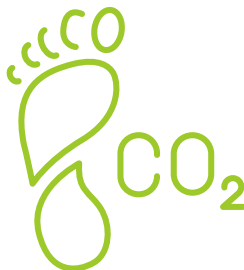
环境、社会和经济可持续性

在向更可持续的饮食体系进行必要过渡的过程中,伊比利亚地区遵守《欧洲绿色公约》(Green Deal)及其承诺(2050年中性气候影响),并坚持联合国制定的可持续发展目标 (SDGs)。从这个意义上说,该地区致力于在清洁和循环经济中有效利用资源,并减少其生产活动对环境的影响并补偿其生态足迹。

伊比利亚行业对环境的承诺是坚定的,对农村地区社会和经济发展的承诺也是如此。因此,多年来,该地区采取了一系列举措,反映了其对环境的坚定承诺,及其作为推动农村地区社会和经济进步力量的重要作用。

环境可持续性

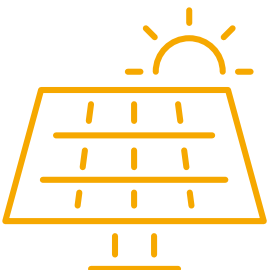
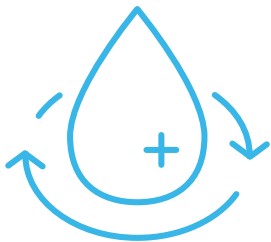
碳足迹



- 德埃萨体系是二氧化碳的吸收源。这一独特的生态体系得益于对自然资源的可持续利用,致力于保护地区内生物多样性。
- 致力于利用天然饲料和当地作物(谷物)。承诺用其他欧洲原产地的原材料替代与森林砍伐相关的动物饲料原料。
- 减少温室气体排放。
根据西班牙国家温室气体排放的官方数据,当地畜牧业生产肉类产生的温室气体,仅占排放总量的7.8%。
- 通过重新造林补偿生态足迹,通过吸收二氧化碳减少温室气体排放。
- 最大限度减少碳足迹计划(用更高效的设备替换过时的设备、减少电力消耗、智能物流、设施的合理调节、调节清洁水温.....)。

水文足迹

- 可持续水资源管理。
- 优化用水量。近年来,用水量减少了30%。养猪业仅消耗西班牙可用总水量的0.05%。
- 建造必需的围栏和防水池塘,避免地表水渗漏和污染的风险。



再生能源

- 致力于可再生能源的使用。
- 减少能源消耗。

废弃物管理

- 由授权管理人员分离和清除废弃物,可以对其处理和回收利用,最小化对环境产生的影响。
- 废弃包装的管理计划。
- 减少一次性塑料制品的生产和使用。
- 使用更环保的包装。



社会可持续性

- 西班牙农村的经济引擎,在最不利的环境中创造生活条件。
为了重申并加强对西班牙人口减少的承诺,大部分经济活动都在该地区展开,包括畜牧业和工业活动,使其成为社会经济引擎之一,并在最困难的农村地区创造就业机会。
- 整合农村地区。伊比利亚地区作为农村环境和众多生物多样性、自然和文化遗产模式的保护者和保存者,是经济发展的基本支柱,尤其是作为应对欧洲人口挑战的重要预防措施。
- 在该地区创造财富和就业,通过将居民安置在面临人口减少风险的环境中来确保城镇的发展。
- 同时致力于提供平等就业机会,使该地区的女性就业率达到 50%。
- 伊比利亚火腿行业产生了大量的投资流,为相关部门提供了活动和就业机会,开展重要的研发活动,涉及众多技术中心、研究小组、大学等,为西班牙的科学和技术进步做出了贡献。
- 致力于服务本地或临近地区的供应商(提供配套产业、饲料或专业服务)。



经济可持续性

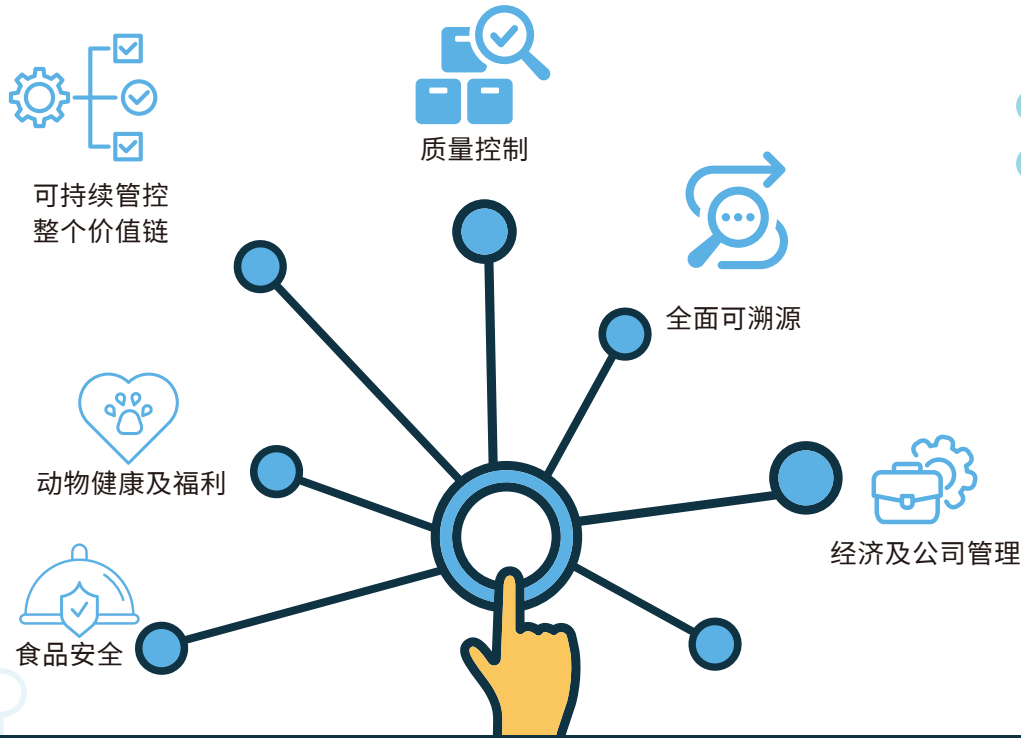


- 通过减少-再利用-再循环,强化全链循环经济。
- 企业社会责任:机构有竞争力、稳定性和公平性、对社会负责,致力于可持续发展、增加所在地区价值,并生产卫生、安全和健康的优质食品。
- 在食品产业链中获取恰当的经济效益。



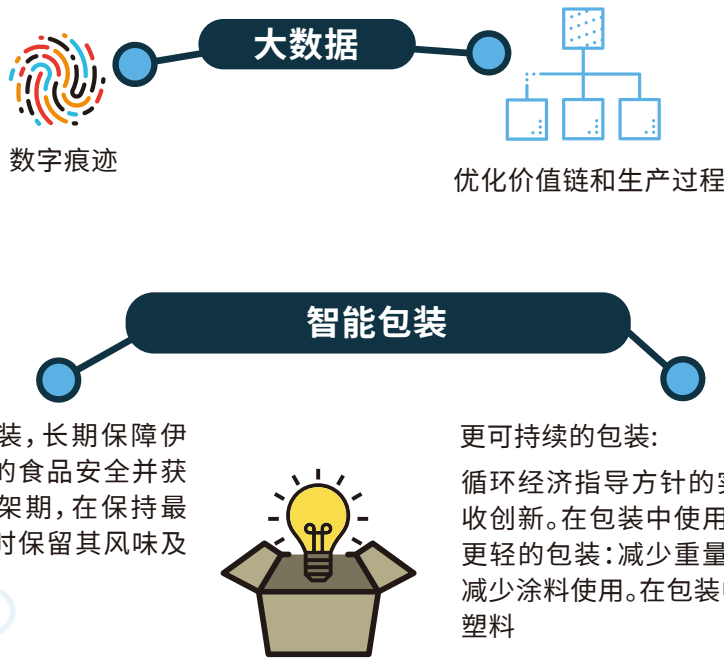
研究+发展+创新

创新驱动



数字化

数字化与可持续性一起,成为该地区未来的支柱之一。伊比利亚地区已开始数字化转型,在生产过程的所有领域实施新技术,以提高该地区的竞争力和可持续性



更智能的包装,长期保障伊比利亚产品的食品安全并获得更长的货架期,在保持最高质量的同时保留其风味及其感官特性

更可持续的包装:
循环经济指导方针的实际应用和回收创新。在包装中使用可回收材料。更轻的包装:减少重量和更新设计,减少涂料使用。在包装中加入可回收塑料



推广活动

与西班牙伊比利亚火腿一起探索欧洲热情 唤醒你的伊比利亚感官！

伊比利亚火腿是美食和欧洲文化最具代表性的产品之一，也是广受好评的地中海饮食的标志性食品。“与西班牙伊比利亚火腿一起探索欧洲热情，唤醒你的伊比利亚感官！”是伊比利亚猪肉产业联合组织（ASICI）推出的一项新的推广计划，该项目得到了欧盟和农业、渔业和食品部的坚定支持，旨在向英国、日本和中国等相关市场的消费者和业内人士传播伊比利亚火腿背后的文化和历史。

“唤醒你的伊比利亚感官”是一个为期三年的新项目，旨在延续“伊比利亚火腿世界大使项目”的成功推广，该项目过去三年由产业联合会在西班牙、法国、德国、墨西哥和中国进行宣传推广。在此背景下，围绕伊比利亚火腿，我们开展了一系列培训、教育和宣传活动，旨在介绍这种非常特殊的产品和它背后的故事，创造伊比利亚火腿消费场景，引导公众享受身临其境的体验，将他们带入伊比利亚火腿的世界，唤醒他们的伊比利亚感官。我们的目的是通过以视觉、触觉、嗅觉和味觉为重点的多感官活动，同时采取线下和线上的方式，传达我们的产品所能提供的服务，通过文化、社会和享受的触感强化欧洲和西班牙的概念。

唤醒你的伊比利亚感官是一个生动、伟大而有力的概念。一个邀请大家尝试和发现的概念。这是一个正在行业内建立强大的地位的概念，给我们带来自豪感和专属感。

我们要做什么？
提出、发展并巩固伊比利亚感官的概念，赋予其内容、光彩和影响力。

在已经完成的工作的基础上继续前进，强化这一美食标志作为世界上独特美食产品的国际影响力，优化市场定位，凸显其高质量，并增加差异化以及其作为欧盟产品的属性、特征和价值主张



伊比利亚火腿， 美味佳肴

伊比利亚火腿让我们更幸福，正如加利西亚作家、诺贝尔文学奖获得者卡米罗·何塞·塞拉 (Camilo José Cela)所说：“这是一场幸福的享受之旅”，他在描述品尝这片美味时穿透感官的强烈情感时说道，“它不仅仅是一种产品，更是一种传承，是我们美食的标志，与仪式和文化传统息息相关”。

如果我们结合卓越的感官品质、细腻的纹理和咸香多汁的特性，特别是在生产过程的各个阶段形成的独特风味和香气，我们都会称赞它是世界上独一无二的产品。



制作过程及用时

伊比利亚火腿与仪式感息息相关，而在生活习俗和生活方面，它又是一种文化传统。它的生产只在伊比利亚半岛最好的牧场、林地和农场进行，这里也是数百年来伊比利亚猪生长和饲养的地方。

伊比利亚火腿的制作过程随着时间的推移不断发展，但并没有失去其手工和自然精髓。它采用代代相传的制作工艺，在行业创新的支持下，不断适应新的环境。

一盘精美的伊比利亚火腿背后是一份与时间为友的工作，这才使得它成为独步全球的美食产品。

但.....你了解制作伊比利亚火腿的传统和自然过程吗？你知道制作伊比利亚火腿的过程需要4, 5, 6...甚至7年的时间吗？

1

塑形

我们从伊比利亚火腿的轮廓开始讲述它的生产过程。用刀去除多余的脂肪，将伊比利亚火腿勾勒成最适合腌制过程的形状。

2

盐渍

每公斤1天时间

勾勒出轮廓后，对其称重并以每公斤约1天的速度涂抹湿盐。盐用于促进脱水并以自然方式对其加以保存。

3

水洗

根据重量，经过几天后的放置，取出伊比利亚火腿并用温水清洗以去除粘附的盐分。

4

静置

1到3个月

伊比利亚火腿将开始新的旅程，穿越不同的房间，在这里，温度会逐渐升高，同时湿度逐渐降低，以实现盐分的均匀分布。



5

风干-成熟

2到3年

将伊比利亚火腿放置在自然干燥室中，在这里，根据所处环境的天气条件，只需利用窗户的打开和关闭，就可以控制干燥室中的湿度和温度。火腿也可以在地窖中熟成。在无光阴凉的地方，火腿会在窖藏过程中缓慢地风干熟成。在这个阶段，火腿会“出汗”。也就是说，渗透脂肪的扩散激发了伊比利亚火腿的独特风味和香气。正是在这个腌制阶段，伊比利亚火腿才会获得其特有的气味、纹理和颜色。

6

火腿检样

在从干燥室取出前，为了检查火腿是否处于最佳成熟点，火腿制作大师会通过火腿的触感来判断，或将骨针插入火腿，以检查火腿是否处于完美的待销售状态。

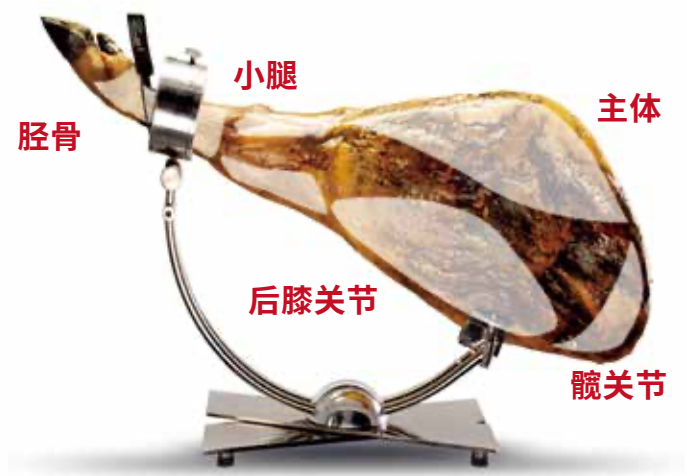
7

享用时刻

四、五、六、七...数年后，才能享用一盘精美的伊比利亚火腿。



伊比利亚火腿分为五个不同的部位, 每个部位都有不同的风味和纹理特征。



胫骨

胫骨肉是火腿中最窄的部分, 最靠近蹄部。胫骨肉的纤维含量更高, 肉质也比其他部位更结实。切割得当也可以取下许多火腿片。胫骨肉也常常用作肉汤的原材料。

小腿

小腿肉位于火腿主体部分和胫骨肉之间, 这个部位肉色较深, 纤维丰富, 腌制味道浓郁, 肉质多汁鲜美, 切成块状享用风味更佳。

主体

作为火腿的中心部位, 这里肉量良多, 鲜嫩多汁。渗透脂肪的白色纹理, 在这一部位的浓艳鲜红当中尤为突出。这是伊比利亚火腿中肉质最多的部分, 优质的感官特征赋予其出众的口感。同时, 主体部分也是最适合开始切割火腿的部位。

后膝关节

后膝关节肉是火腿经过腌制后, 最瘦却最能代表其独特风味的部分。这块在主体背面的部分吸收到腌制的精华, 风味浓郁。在切割火腿主体部分后, 后膝关节是最适合顺从纹理继续切割的部位。

髌关节

髌关节肉是火腿中最具风味和多汁鲜美的部位。

伊比利亚火腿的部分

Enjoy

切割的艺术

经过生产过程中多年的精心呵护, 现在到了完美切割的时候, 让我们尽情品鉴它的魅力。而对于伊比利亚火腿真正的爱好者来讲, 要获得完美的切片, 不是切割, 而是“雕刻”。当切片的厚度和大小均匀且精细时, 所呈现的火腿就达到了艺术品的水平。我们也正由此了解到, 切割伊比利亚火腿是一种激情的艺术。

切割伊比利亚火腿是一门艺术, 这种艺术随着时间的推移而不断完善, 并且需要耐心。

欲享受这种仪式和最佳的美味, 必须准备:

必要的工具

火腿架

火腿架能够提供良好的固定性, 方便我们使用刀具。火腿架必须放置于平坦稳定的平面上, 并且处于足够高的位置, 在切割时与手部的高度持平。

刀具

切割所需刀具: 理想情况是拥有三种不同的锋利刀具: 一把长而灵活的火腿刀, 用于切片; 一把带有锯齿的刀用于剔除外皮(面包刀类型); 和一把短而结实的尖刀, 用于在轮廓突出的部位进行精细的切割, 来更好地将伊比利亚火腿与骨头分开。

切割

切割: 使用火腿刀, 稳稳地依靠在火腿上, 用火腿刀缓慢而优雅地来回, 尽可能将火腿切成薄片, 无需十分用力就可以获得小而薄的切片, 上面分布着恰到好处的瘦肉和脂肪。顺便指出, 如果遇到梯度或者曲线, 请不要担心, 可以先将其整理平整以便继续切割伊比利亚火腿。



从伊比利亚火腿上切割下外层表皮。



从胫骨下的切口开始, 沿髌关节清理火腿表皮。



从火腿主体部分的顶部开始切割。刀始终保持缓慢而平滑的Z字形走位。



从小腿到髌关节。沿着整块火腿的直线和横截面切下3到4mm厚的薄片。



在骨头周围, 用尖刀为火腿修型。



翻转伊比利亚火腿, 在后膝关节重复切片过程。

建议

获得最佳风味: 食用前先放置在高于窖藏的温度, 但是在任何情况下都不建议加热放置切片的盘子。

食用或呈现的伊比利亚火腿温度应该是24度, 以确保产品的纹理和风味都在最佳状态。

伊比利亚火腿的保存: 存放在阴凉干燥的地方, 避免阳光直射。为了保证火腿的质量, 可以保留未切割部分的外层表皮, 不清理去除。最后, 只需用棉布盖住火腿, 避免阳光和潮湿。



食用建议



摆盘

总是不能缺了一盘好的伊比利亚火腿。在餐桌上一盘美味的伊比利亚火腿让人难以抗拒。但要最好地品鉴一盘伊比利亚火腿，摆盘也是根本，我们要观察切片的切割、温度和纹理。

- 切片的薄厚和宽度很关键，一定要均匀且薄，这样才能让伊比利亚火腿入口即化。切片要包含整个火腿的宽度，这样我们可以得到两种口味的火腿片。2-3毫米厚的薄片有助于最大程度释放伊比利亚火腿特有的香气。
- 主角始终应该是伊比利亚火腿，所以最好使用光滑的素色或白色盘子，以免分散注意力。
- 切割火腿的理想温度在20到24度之间，因为此时香气最为浓郁。
- 最后，清理盘子上的所有残留物，以便完美呈现。

在品尝阶段，应该依次激发视觉、触觉、味觉和嗅觉等感官。缓慢而愉快地运用我们的不同感官，可以帮助我们保障享受。

塑封包装(切片)

近年来，行业增加了新的火腿包装设计，来适应消费者的新需求，用塑封或单独包装的切片伊比利亚火腿是当前常见的选择。

这是随时随地享用这个地中海美食瑰宝所有风味和香气的理想选择。要是想充分享受伊比利亚火腿的最佳口感，可以按照以下提示：

- 保存切片和真空包装的伊比利亚火腿，最好将其置于冰箱内2到5度冷藏。不建议冷冻，因为可能会让火腿口感丧失。
- 要更好的体会火腿完整的口感，理想的食用温度是24度。如果一直放在冰箱里，建议至少提前两个小时取出。建议将其在温水中浸泡片刻，并在食用前30分钟打开塑封。
- 伊比利亚火腿是否达到合适的食用温度？脂肪应该是透明的色泽。

储存建议

温度2-5度之间。

用温水浸泡包装袋片刻。

食用前30分钟打开包装。

理想食用温度：24度。

伊比利亚猪肉产业联组织介绍

伊比利亚猪肉产业联合组织（ASICI）是一个非营利性、跨专业农业食品组织，代表着占伊比利亚产品生产95%以上的生产部门（畜牧业）和（企业）加工部门。

1992年成立，1999年被西班牙农业部认证为伊比利亚猪行业领域的跨专业农业食品组织。其目标包括：

- 代表，管理，保护并协调伊比利亚猪养殖行业。
- 提高产品质量，改善农业产品加工生产链全过程，监管从生产到消费者的各个环节。
- 提高对市场的认识，效率及透明度，研究海外市场（进出口）的变化趋势和伊比利亚猪肉产品在消费市场中的地位以及消费的变化趋势。
- 宣传及推广伊比利亚猪肉衍生产品，刺激消费者对这些产品的总体兴趣和了解。
- 保护全行业参与者，企业及机构的利益。
- 长期促进农粮产品适应市场需求。
- 推动促进创新进程的研发工作。
- 保护可持续性，生态多样性和欧洲本土品种。



产业联合组织ASICI由谁组成？

生产行业

加工行业



法定保护产区



法定保护产区(PDO)是欧盟法规(2012年11月21日欧洲议会和理事会第1151/2012号(欧盟)条例规定的关于农产品和食品的质量制度)规定的差异化质量标准,要求产品符合一些不同于其他产品的额外要求,这些产品的质量或特点取决于地理环境及自然和人文因素造,产品的生产,加工和制作也必须在法定保护的产区地理范围内实现。

这一规定受到了行业内牧场主和制作商的欢迎,并自愿加入该计划。符合这些要求的产品在欧盟注册处登记并受知识产权保护。为便于区分,法规要求受DOP保护的所有农食品都必须带有此标志。

伊比利亚行业中除了伊比利亚火腿质量标准外,还有现有的四种伊比利亚火腿法定保护产区。



法定保护
产区

有保障的
品质





行业规模

伊比利亚行业

伊比利亚行业涵盖 18,257 个畜牧场、62 个屠宰场和超过 1,051 个企业(加工和制作企业),分布在西班牙的 18 个自治区和葡萄牙的部分地区,到2023年已识别的伊比利亚火腿后腿和前腿有1千400万条,自伊比利亚质量标准(RD4/2014)生效后累计1.35亿条。

伊比利亚肉类的经济规模超过26亿欧元,占西班牙肉类工业总量的8%以上,是该国第四大工业部门,营业额为332.18亿欧元,占整个西班牙食品行业营业额的27.3%,达到西班牙GDP总量的2.72%,占西班牙整个工业营收的4.53%。此外,牲畜肉类产业链具有重要的社会意义,尤其是在农村地区:创造114,000个直接就业岗位和超过200万个直接和间接就业岗位。

- 2023年,西班牙肉类行业出口额为105.83亿欧元,增长6.2%,贸易顺差达到625%,这继续凸显了该行业对国家经济和发展的重要意义。
- 2023年,行业规范覆盖区域内宰杀量达3,610,104头。橡果饲级别,上一期montanera(散养增肥起)(2023/2024年),共屠宰橡果饲猪592,275头,同比减少0.97%。
- 在本次活动期间认证的橡果饲伊比利亚猪总数中,65.9%是100%伊比利亚橡果饲(390,116头),即黑标级别,伊比利亚橡果饲占34%,即红标级别,其中6.48%为75%伊比利亚橡果饲(38,351头)和27.7%(163,808 头)的50% 伊比利亚橡果饲。

根据iTACA伊塔卡(伊比利亚产品完整可溯源数字信息整合系统)记录的数据,到2023年,近700万只伊比利亚火腿标签被登记,准确来说6,974,511条,其中647,668条为100%伊比利亚橡果饲火腿(9.28%),426,442条伊比利亚橡果饲火腿(6.12%)。同时登记1,172,908条伊比利亚谷饲及散养火腿(16.82%)和4,727,493条伊比利亚谷饲火腿(67.78%)。

标签

| | 100%伊比利亚橡果饲 | 伊比利亚橡果饲 | 伊比利亚谷饲及散养 | 伊比利亚谷饲 | 总量 |
|------|-------------|---------|-----------|-----------|-----------|
| 2018 | 653.156 | 700.030 | 1.274.980 | 4.345.637 | 5.698.823 |
| 2019 | 633.062 | 615.642 | 1.318.176 | 4.369.987 | 6.936.867 |
| 2020 | 770.183 | 630.691 | 1.363.132 | 4.678.743 | 7.442.749 |
| 2021 | 836.573 | 486.650 | 1.110.301 | 4.633.133 | 7.066.657 |
| 2022 | 794.647 | 464.394 | 1.110.642 | 4.789.333 | 7.159.016 |
| 2023 | 647.668 | 426.442 | 1.172.908 | 4.727.493 | 6.974.511 |

法定保护产区DOP生产数据

在伊比利亚地区,也有4个法定保护产区(DOP)的产品。在2022年屠宰的3,681,563只猪中,有135,915只属于DOP产品,其中33,659只来自DOP Dehesa de Extremadura, 44,920只来自DOP Guijuelo, 28,743只来自DOP Jabugo, 28,953头来自DOP Los Pedroches。

四个DOP中任何一个所包含的火腿后腿和前腿的可追溯性均由其监管委员会管理,并用自己的印章进行识别,但是必须遵守质量管理条例中关于不同等级颜色的规定。





出口数据

- 关于海外市场数据，尽管没有伊比利亚产品的“官方”出口数据，我们仍然可以看出伊比利亚火腿在国际市场上越来越受欢迎且越来越多。关于销售情况，据ICEX-ESTACOM的数据显示，腌制火腿后腿和前腿(*)的出口额在过去十年中增长超过108%，达到6.4926亿欧元，即59,443.58吨。过去五年，出口增长了42%，仅2023年销售额就增长了9.95%。
- 深入分析ESTACOM提供的数据并按地理区域进行分析，我们可以看到欧美市场表现突出，合计占出口总额的89.50%，其中欧洲市场占出口总额的75.59%，是首选的目的地市场。另外值得注意的是，对亚洲的出口不断增加，其中中国市场处于领先地位。
- 欧洲显然仍然是伊比利亚火腿的首选市场，占出口总额的75.58%。ICEX公布的数据显示，法国和德国十分突出，占欧盟境内出口额的57.37%，出口总额的38.34%。法国超过德国成为第一大海外市场，2023年出口额超过1.35亿欧元，增长10.42%，德国紧随其后，去年大幅增长19.18%，出口额超过1.13亿欧元。在一定程度上，葡萄牙、意大利或荷兰以及欧盟以外的英国也值得关注，近年来增长显著，这些国家共同构成了西班牙腌制火腿后腿和前腿出口的主要国家名单。
- 准确来说，英国脱欧后，一度下滑的出口再次反弹，2023年突破2634万欧元，同比增长9.74%，过去五年增长31.42%。

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 市场比重占出口总额 |
|-----|------------|------------|------------|------------|-------------------------|-----------|
| 德国 | 91.497,73 | 100.854,50 | 99.110,74 | 95.703,97 | 113.745,75 (+19,18%) | 17,52% |
| 法国 | 109.191,85 | 100.865,57 | 111.922,98 | 123.048,88 | 135.155,29 (+10,42%) | 20,82% |
| 葡萄牙 | 28.871,01 | 28.074,68 | 27.995,08 | 35.097,90 | 42.472,59 (+20,67%) | 6,54% |
| 意大利 | 25.518,96 | 22.448,40 | 30.791,84 | 32.911,97 | 39.245,10 (+18,07%) | 6,04% |
| 英国 | 20.067,63 | 20.278,30 | 19.384,16 | 24.006,09 | 26.340,20 (+9,74%) | 4,06% |
| 荷兰 | 15.528,69 | 17.108,70 | 19.054,02 | 20.777,86 | 22.752,47 (+14,27%) | 3,50% |

在其他国家中，日本出口大幅增长最为突出，2021年至2022年增长143%，2023年增长9.21%。美国增长3148万欧元，尽管比例在2023年下降15.82%，过去五年对美国的出口增长超过63%。中国紧随其后(2840万欧元，-15.52%)，过去五年出口额增长了104%。排名第三的是墨西哥，销售额为 2030 万欧元，之后是日本，1976万欧元。

这些数据说明伊比利亚火腿的国际出口、质量保障、可追溯性和面向消费者的透明度能够促进和巩固该行业未来发展。

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 市场份额 (欧洲外) |
|-----|-----------|-----------|-----------|-------------------------|------------------------|---------------|
| 美国 | 19.237,54 | 23.848,92 | 31.612,37 | 37.605,80 (+18,96%) | 31.488,99 (-15,82%) | 19,87% |
| 中国 | 13.768,10 | 17.542,68 | 27.012,91 | 33.384,50 (+23,61%) | 28.197,98 (-15,52%) | 17,80% |
| 墨西哥 | 16.243,19 | 13.551,16 | 17.943,24 | 23.145,85 (+28,96%) | 20.318,85 (-11,70%) | 12,82% |
| 日本 | 7.372,47 | 7.017,06 | 7.429,01 | 18.107,40 (+143,74%) | 19.764,87 (+9,21%) | 12,47% |



