

外卖“养老餐”离满足需求有多远？

前不久，全国老龄办进行了一次调查，其中超过四成的受访老年人对“养老餐”表现出需求欲望，这个比例高居调查表上所列养老服务项目之首。事实上，老年人的餐桌问题一直是国内养老领域关注的重点，餐饮也成为我国养老领域供给缺口最大的服务项目之一。

记者注意到，随着养老餐饮服务需求者人数上升，“养老餐”这一市场正在扩张，尤其是一些外卖平台加入其中，开始在养老市场中发力。

餐饮企业纷纷入局

“从五六年前开始，就已经有餐饮企业将目光投向了国内养老市场，与一些街道社区合作推出了老年人专属的餐饮服务。而近两三年，外卖平台也加入阵营，让养老餐开始步入手机端。”有国内养老资深人士向记者介绍。

据公开资料显示，截至目前，全聚德、永和大王、和合谷、真功夫、金百万、丽华快餐、吉野家、嘉和一品等知名餐饮连锁企业都提出或已经推出了针对老年餐饮需求的产品和服务，而像饿了么等外卖平台也

早已开始向养老市场渗透。

记者获悉，之所以餐饮企业会纷纷入局养老餐市场，最大的原因就是国内巨大的老年市场。根据国家统计局最新发布的数据，截止到2018年底，我国60周岁以上的老年人口约2.5亿。面对如此庞大的人群基数，他们的餐桌内容自然成为了餐饮企业觊觎的商机。

“互联网应用场景的广泛推进，为养老餐的输出提供了更加便捷的途径。”丽华快餐相关负责人就谈到，“现在用智能手机进行消费的老年人群逐步增多，外卖平台推出养老餐也是应市而生。”

需求多但尝试者少

市场大，抢滩者多，但外卖养老餐最核心的还是需要更多的老年人消费才足以支撑。那么，外卖养老餐的受众反响如何？

家住重庆渝中区菜袁路的张大妈就对外卖养老餐非常推崇。她告诉记者，每天她需要花大量的时间照顾老伴儿，不可能经常用轮椅推着老伴儿去菜市场，所以常常被买菜吃饭问题困扰。“现在就方便多了，哪怕是有一天无法去买菜，用手机一点，

饭菜就能送上门，免去了很多麻烦。”张大妈说，她还把这些外卖平台推荐给很多的老姐妹，大家的反馈都是不错。

记者了解到，国内一些知名外卖平台最近都在与重庆主城多个区域的养老服务中心洽谈，考虑利用平台的便捷性来丰富老年人的餐桌内容，让外卖养老餐受惠于更多老年人。“不管是老年人，还是我们机构，对于养老餐的需求欲望还是很强烈。”某养老服务中心负责人表示。

不过，虽然渴望者数量不少，但记者在走访过程中了解到，尝试者数量并没有达到餐饮企业的预期值。一家外卖平台的工作人员就告诉记者，每天从他们平台送出的养老餐与预期的数量相距甚远。

一些家中有老人的上班族对于外卖养老餐就表现出不信任。从事办公室文员工作的梁音梦说，“老年人吃得比较简单，但更看重健康，而外卖平台上的养老餐是否能达到老年人饮食健康标准，还只能打一个问号。其次，外卖平台送餐时间的长短也不适合老年人，尤其是送餐高峰期时段，一个外卖员要送多个地方，一旦时间长了，送来的养老餐凉了，反而

还会影响老年人的肠胃。”

记者注意到，前不久广州市出台了《社区居家养老服务改革创新试点方案》《长者助餐配餐服务指引》等文件，已经关注到外卖养老餐运送时间这个问题，文件中明确要求在市中心城区步行10分钟至15分钟范围、外围城区20分钟至25分钟范围建设助餐配餐服务网络。

但是，仅仅是规定时间，对于外卖养老餐的吸引力还不足以提升多少，正如业内专家强调，外卖养老餐需要食药监、人社、卫计、交通等多部门合力去规范、推动、运营，才能进一步壮大市场。

混业运营打开新思路

“养老餐的外卖市场看似巨大，但起码目前还没有盈利。”一位业内人士告诉记者，养老餐如何真正吸引大量老年人消费，从而解决盈利难题，是目前这个市场的人局者急需破局的瓶颈。

业内人士表示，他们通过调查发现，外卖平台上的养老餐价格大致控制在13元~15元之间，事实上这个价格商户的利润空间不大，再加上平台还要收取部分管理费用，使得

经营养老餐的商家很难盈利，这也使得想要把外卖养老餐做大做久难度不小。据了解，有的餐饮企业或者商家，已经受盈利瓶颈所困，开始放弃扩展相关服务的规模，甚至前期入局的也有撤离市场的打算。

对于养老餐盈利难问题，中国老龄科学研究中心学者佟劲松提出，“混业运营或许能够破局。”他谈到，比起薄利多销，混业运营可以摊薄经营压力，同时也可以成为养老服务的一个新思路。“老年人的刚需不是单一的餐饮，而是组合起来的多种服务。相比养老餐盈利空间较小，家政服务、康复护理的盈利空间却很大。与其只是在餐饮上发力，不如把餐饮变为打包服务中的一个选项，或许，更能得到老年人的欢迎。”

记者也注意到，某些外卖平台已经尝试这样做，一方面以提供送餐服务为主，另一方面为老年人提供更多日常生活所需的商品，有的还正在开发“居家照护”“住院陪护”“关节康复”“偏瘫康复”等更多的居家养老服务，从而形成合力之势。

老年人需求是多样的，这也为老年餐的商业模式创新提供了空间。（中国网）

《轻食消费大数据报告》发布：

2019年“轻食”搜索同比增长235.8%

轻食不仅仅是一种时尚标签，更成为一种生活方式，尤其城市的忙碌和压力让年轻人热衷简单生活，而轻食以其偏西式的烹饪手法和缤纷多样的食材选择，从作用到概念都满足了人们这一需求，于是轻食在大众餐饮消费中热度不减。《报告》数据显示：2019年，轻食、减脂餐、减肥餐、健康餐四个关键词在美团APP搜索次数同比去年，分别增长235.8%、200.6%、

8月8日，美团外卖发布《轻食消费大数据报告》（以下简称《报告》），以数据透析国人健康饮食消费习惯。《报告》显示：2018年，美团外卖轻食订单量突破2662万单，同比2017年轻食订单量增长157.9%，消费金额增长159%。

轻食主义崛起“一盘草”经济，2019年轻食搜索同比增长235.8%

随着消费升级以及人们的健康饮食意识逐渐增强，人们逐渐对自身的营养健康有了更高要求，而“轻食”意指低热量、低脂肪、高纤维的健康营养食

物，因其代表“轻盈、清爽、均衡、自然”而受到越来越多的喜爱，人们开始把每餐食物换成轻食沙拉，并戏称这种生活风尚为“吃草”。

轻食不仅仅是一种时尚标签，更成为一种生活方式，尤其城市的忙碌和压力让年轻人热衷简单生活，而轻食以其偏西式的烹饪手法和缤纷多样的食材选择，从作用到概念都满足了人们这一需求，于是轻食在大众餐饮消费中热度不减。《报告》数据显示：2019年，轻食、减脂餐、减肥餐、健康餐四个关键词在美团APP搜索次数同比去年，分别增长235.8%、200.6%、186.4%、116.0%。不仅如此，众多主打健康的轻食店也顺势而“生”，同比2017年美团外卖轻食商户数增长高达119.8%。

从全国轻食外卖消费市场来看，一线及超一线城市仍是轻食消费经济的“大盘”。《报告》数据显示，2018年美团外卖轻食订单量排名TOP10城市为上海、广州、深圳、北京、杭州、南京、武汉、成都、重庆、佛山；轻食商户数量TOP10城市则为上海、北京、广州、深圳、杭州、武汉、南

京、成都、厦门、长沙。

不论是在北上广深这样的一线城市，还是以成都、杭州、南京、武汉为代表的新一线城市，市场供需数据均展现出轻食作为一种健康饮食生活方式，已经沉淀下来走向大众化，并形成稳定的消费市场，与此同时，外卖也让轻食风刮进了小城市人群的生活。《报告》显示，2018年，有59个城市的美团外卖轻食订单量实现了零的突破，其中包括45个五线城市以及11个四线城市。

90后引领轻食“新食尚”，轻食“破圈”出道成为假日新宠

从人群来看，注重饮食健康的90后是引领轻食时尚的主要人群。《报告》显示，90后占到轻食消费人群的62%以上，其次是80后，占到26%。另外，女性也是轻食的主要人群，占到轻食爱好者的70%以上。

年轻人对身材的重视，无疑是选择主打健康卖点的轻食的重要原因。《报告》结合订单菜品名称分析，发现用户常点的订单

包括几种类型，分别是：低卡（56%）、元气（15%）、健康（13%）、增肌（10%）、素食（6%），其中6成以上是为了减肥。

同时，《报告》发现年轻人喜欢在夏天吃轻食，历年来夏季轻食单量占比在全年最高。以2018年数据为例，第二季度的轻食单量增速为全年最快，同比增长228.9%。一方面与年轻人夏天减肥需求更强烈相关，另外一方面，不同于需要经过复杂煎炒过程的中餐热食，轻食类餐品大部分食材无需复杂制作和调味，只需简单搭配调制即可出餐，在炎热高温的夏天，一份清爽、新鲜的轻食沙拉成为年轻人再合适不过的选择。

除此之外，越来越多年轻人开始提防“每逢佳节胖三斤”的魔咒，于是在节假日期间，一改过去的自我放纵，将轻食作为假日新宠。《报告》显示，2018年，五一期间美团外卖轻食订单占比相较2017同比增长134.9%，而十一黄金周期间同比增长44.6%。

一直以来，南方人由于饮食结构以大米、蔬菜和猪肉为主，讲究荤素搭配，因此对轻食接受

度更高。《报告》显示，2018年美团外卖轻食订单量排名前30的城市中，南北方城市比例为23比7，主要集中在江苏省（6个城市）、广东省（4个城市）。

不过，随着人们健康生活均衡饮食理念的加强，北方市场开始展现出了巨大的潜力。《报告》显示，2018年轻食用户数增速最快的10个城市为西安、天津、沈阳、北京、重庆、海口、郑州、大连、成都、青岛，其中北方城市抢占7席。此外，西安、天津、沈阳三个北方城市的轻食用户数增长速度更是位列前三，增速均超过270%。

轻食DIY兼顾口味与均衡，专家建议：科学吃才健康

一般来说，轻食不仅会使用到高纤维的全谷杂粮食材，搭配优质的生鲜蔬菜、时令水果，以及高品质的水产海鲜，并以烫、蒸、炖、煮等简单的烹饪方式保留食材的天然滋味，均衡营养的同时兼顾食物多样性，这也使用户有了更多自主选择和搭配的空间。

>> 下转14版