

年轻人引领轻食新“食尚”

在北京某金融公司工作的90后女生小鲁,为了“在夏天穿上漂亮的小裙子”,已经和同事一起“打卡”多家轻食门店了。小鲁表示,“身边很多朋友都在吃轻食,既节省时间也能好好吃饭、好好享瘦。”

中国农业大学食品学院营养与食品安全系副教授范志红提到,轻食的“轻”字,击中了当代年轻人的软肋,女性都希望自己轻盈好身材,男性也希望自己清爽不油腻。“在轻食当中,生活变得更加轻松和随意,轻食甚至已经演变成了一种健康概念。”

这样一个曾经小众的饮食方式,靠低卡、高颜值和背后的健康理念,在年轻人心中刷了一大波“存在感”。“就像现在的新茶饮,年轻人买了高颜值奶茶后在社交平台上晒图互动,已成为一种习惯”,华旦天使投资创始人兼CEO张洁也是轻食爱好者,每次在朋友圈晒自己的轻食套餐时,都会有许多男生和女生留言,“有的咨询轻食好不好吃,有的分享经验。轻食在某种程度上已被赋予了社交属性,这也是轻食能够吸引年轻人的原因之一”。

做轻食如何抓住年轻人的胃

欧睿国际的一项数据显示:预计2022年,中国轻食代餐市场规模将达到1200亿元。其实,火爆背后,轻食市场在中国也经历了起伏。

美团外卖数据显示,疫情之下,公众对于健康生活的追求日益增强,2020年下半年轻食类外卖订单同比增长50%,同期在线的轻食商家数量也同比增长了27%。

市场广阔但又竞争激烈的轻食行业,怎么抓住年轻人的胃?

在杭州市推出单品到订阅制轻食,已成立5年的檬悦轻食在当地的年轻白领中,收获了大批“忠实粉丝”。其创始人刘宸表示,从最初便瞄准年轻白领,“客群以女性为主,我们的营养师会根据国人女性的体质特征,进行碳水、蔬菜纤维、肉

进入中国十几年,“舶来品”轻食逐渐被越来越多的年轻人熟知并选择。2020年12月,中国营养学会发布的《2020年中国人群轻食消费行为白皮书》显示,调查人群中94.9%的人至少每周消费一次轻食,55.7%的人一周消费2-4次,职业为企业普通职员和大学生在轻食消费人群中占比最多。当乐于尝鲜的年轻人选择轻食时,他们吃的是什

当轻食成为“新社交”
这门生意怎么做

后,针对季节不同带来的不同饮食习惯,我们在秋冬季自研并推出低卡饭,以谷物为主,以蔬菜和肉类为辅,既有饱腹感又带有健康附加值。”蔬小盒创始人张笑松介绍说,沙拉在春夏两季的销量占比约为60%,但到了秋冬季节,低卡饭则占总体销量的60%。

“其实食材搭配既要符合营养结构,也要符合中国人的口味,同时还要满足年轻人的视觉追求”。张笑松认为,健康饮食是未来一大趋势,尽管轻食只是一类细分行业,但仍在迅速崛起,“从自身数据看,今年3月的销量已创了历年新高。目前我们为很多互联网公司提供企业团餐解决方案,未来我们还将针对家庭健康饮食推出更多业务”。

“去年疫情防控阶段,我们复工后的第一周订单就已经涨了近50%”。刘宸和团队一直思考的是,抓住这一波热潮的竞争力在哪里,“产品需要不断迭代,保证新鲜感,这样就考验了研发能力和后厨能力

展,开发空间巨大。

“蛋糕”虽大,但要在轻食细分行业长久留存下来,仍旧有不小的难度。

截至今年3月底,2016年成立的连锁品牌超能鹿战队,全国门店已经达到470家。其联合创始人梅天宇认为:“选择吃轻食的人越来越多,轻食赛道将是一个增量市场。庞大市场下的竞争是多元的,除了不断创新研发食谱外,针对年轻人的营销上,还会与一些健身

健美赛事进行合作,做出品牌差异化。”

“研发之外,未来将会是轻食品牌的竞争。”刘宸表示,“尽管市场大,但不要只看到表面上的高订单量,其背后用在研发、人工、供应链等方面的成本算下来,轻食并非是一个特别赚钱的行业,需要谨慎考虑自己的竞争力在哪里。”

张洁认为,对于轻食赛道的创业者,应该认真经营好自己的赛道,要么不断扩大有竞争力的品类,要么是深耕所在城市目标客群,增加渗透率和认可度。”

对于种类繁多的轻食餐,范志红也表示,轻食里也可能有许多“陷阱”,轻食沙拉看似一大盘蔬菜,其实蔬菜总量是不足的;轻食沙拉中通常含有蒸煮或生食的鱼、肉类,但总量非常小,配合的主食也非常少。经常食用蔬菜沙拉替代正餐,还容易引起蛋白质不足等问题。范志红认为,喜爱轻食的年轻人要意识到,如果只是追求时尚概念的尝鲜,那么爱吃什么类型的轻食、怎么吃都行;如果是为了解决两餐之间或晚间加班时的饥饿感,把轻食当成加餐或夜宵确实比较健康;但如果是为了减肥和美容,仅靠轻食未必能够达到目标,蛋白质不足的饮食生活,还会使皮肤干枯、头发脱落、体力下降等。“只要使用健康的食材,加上减少高温、减少油盐糖的烹调方法,轻食本身就是健康的。至于如何巧妙地把它组合在长期的健康饮食当中,在保持身体轻盈的同时也提升生活质量,就在于年轻人的智慧了”。

(据《中国青年报》)

奶酪市场规模
年均增速20%

近年来,奶酪的健康属性和功能属性越来越被各方看好。在近日举办的2021中国奶酪发展高峰论坛(第二届)上,众多行业人士表示,我国奶酪市场发展潜力巨大,未来5年-10年内市场规模有望突破千亿元大关。

近年来,我国奶酪市场快速发展。欧睿咨询数据显示,2020年我国奶酪行业市场规模达到88.43亿元,较2019年同比增长22.72%,2006年-2020年复合增长率超过20%。

北京银河路经贸有限公司总经理骆志刚表示,我国奶酪进口量在世界总进口量中占比不高,但增速很快。2008年,我国奶酪进口量在世界奶酪进口总量中占比只有1%,到2019年这一比例已达8%。2021年5月,我国奶酪进口量达到8.27万吨,同比增长66.4%。

中国奶业协会副会长兼秘书长刘亚清在表示,大力发展奶酪产业,是促进奶业振兴的重要抓手。中国奶业协会会长李德发,抓住奶酪这一重要突破口、拉动乳品消费是深化奶业供给侧结构性改革,提升我国奶业国际竞争力的有力措施。

农业农村部畜牧兽医局副局长魏宏阳表示,发展奶酪是顺应消费升级的需要,也是奶业升级的需要。

中国奶业协会名誉会长高鸿宾表示,西方国家的奶酪消费占奶制品消费比重为40%,世界平均水平是20%,我国还不到2%。目前我国奶酪的年人均消费量只有0.2千克,未来发展空间很大。

全国畜牧总站研究员、国家高级乳品品鉴师张书义认为,我国奶酪行业将经历三个发展阶段。一是打造品牌阶段,树立一批具有市场影响力、竞争力的国产品牌;二是相得益彰阶段,一批骨干企业在天然奶酪的开发方面发力,在缓解进口制约的同时,也满足自身日趋庞大的再制奶酪原料需求;三是品种丰富阶段,市场中会有一大批专业做优质奶酪的企业为市场提供物美价廉的各种奶酪。

(中国商报网)

千亿轻食市场蛋糕
虽大
但不能盲入

类等的配比,严格控制热量。食材新鲜、食品安全是底线,尽管客户一次性可以订一周到20天的餐食,但我们会在当天制作,每天中午12点前送到客户手中”。刘宸介绍说,当下处于旺季,每周约有200-300人订餐,累计用户约四五万人。

和檬悦轻食主打外卖不同,北京的“网红”轻食品牌蔬小盒已经落地了11家直营门店,最近又签约了5家新门店。“自行研发了调味品和烹饪方式

天眼查数据显示,我国目前有超过8000家状态为在业、存续、迁入、迁出的轻食代餐相关企业。近5年来,我国轻食代餐相关企业年注册量整体呈上涨趋势。以工商登记为准,我国2020年新增轻食代餐相关企业已经超过3000家;截至4月29日,今年我国已新增近1300家。有业内人士分析认为,随着二三线城市居民生活水平提高和对健康饮食的需求增加,轻食代餐消费将向二三线城市发