

2021年中国轻食沙拉行业分析报告- 市场深度研究与运营商机前瞻

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国轻食沙拉行业分析报告-市场深度研究与运营商机前瞻》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/547123547123.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

轻食最早起源于17世纪欧洲的下午茶，时至今日，形成了各具文化特色的轻食，其中轻食沙拉因低卡、低油、低热量、制作简单，逐渐在我国盛行。

2017年以来，我国轻食沙拉用户规模强势扩张，在2020年用户规模突破1000万人达1180万人，同比增长22.9%。同时，随着用户规模的增多，我国轻食沙拉市场规模也随之逐年增长，从2017年的9.5亿元增至2020年的55.6亿元。

2017-2021年我国轻食沙拉用户规模及预测 数据来源：观研天下整理

2017-2021年我国轻食沙拉市场规模及预测 数据来源：观研天下整理

一、优势分析（S）

轻食沙拉行业之所以在国内得到迅速发展，得以于其具有快捷便利、节约成本及外卖市场的兴起。

1.快捷便利 当代年轻人追求快速便捷的生活方式，轻食沙拉运用线上线下相结合的运营方式，消费者线上点单，轻食门店制作，外卖员准时送餐上门，轻食沙拉更加符合年轻人的消费习惯。

2.节约成本 轻食沙拉制作简单，轻食沙拉的制作摒弃了复杂的煎炒烹炸，不需要大厨和复杂的制作工序，节约了人力，也节省了商家的时间和精力。

3.外卖市场的兴起

外卖的兴起，方便了大家的生活，人们饮食观念的转变带来了“轻食主义”的盛行，更多消费者选择外卖轻食沙拉。

二、劣势分析（W）

虽然我国轻食沙拉市场规模快速扩增，但同时一些劣势愈加凸显，如市场总体客单价较高，大部分产品营养难以做到全面，食品安全、保质期成为发展短板，典型的季节性消费让轻食沙拉在冬季难以售出，入行门槛低导致同质化严重。

1.市场总体客单价较高

对于价格敏感的普罗大众，轻食消费就相当于付出了买肉的钱食草，“腰部人群”和“下沉市场”更是对轻食不太敏感。以较为知名的轻食沙拉产品gaga与Wagas为例，两种品牌的平均客单价均接近80元，对于普通上班族而言，单餐的预算过高。

2020年gaga与Wagas平均客单价 数据来源：观研天下整理

2.大部分产品营养不够全面，难以真正做到健康营养

一般轻食中的蔬菜为生食，蔬菜叶子体积大，但重量很轻，大约在300~500克，难以饱腹。此外，轻食中主食量也较少，部分沙拉中没有主食，经常吃易引起营养不均衡；还有的轻食中缺乏肉类，导致蛋白质不足，加快身体肌肉流失速度。

3.食品安全、保质期短等成发展短板

沙拉作为一种需要保鲜的产品，其保质期较短，生产后需即时配送。无论是成本，还是

时间效率上，这对供应链、物流配送等方面具有很高要求。提前切配的沙拉经过一段时间的空气接触后，其食用品质也难以保证。此外，在冷食沙拉中有可能会有大量致病菌繁殖，直接生吃很有可能会导致感染。

4.沙拉消费具有典型的季节性，冬季销量下降难以避免

沙拉多数为冷食，对于多数想在寒冷的季节吃上热食的消费者而言，会大大降低他们食用轻食沙拉的欲望及选择，因此，轻食沙拉在冬季销量难免会大幅下降。

5.入行门槛低，同质化严重

轻食沙拉所需食材种类不多，对厨艺要求不高，不需要复杂的烹饪技术，菜品的标准化程度较高，而且食材的仓储、物流相对比较简单，所以生产模式容易复制。

三、机遇分析（O）

近年来，我国肥胖人士数量增长，并随着健康饮食理念的普及、当下健身潮的盛行，我国轻食沙拉行业迎来重大的发展机遇。

1.我国肥胖人群规模较大，超九成瘦身网民愿意为瘦身付费

随着人们生活节奏加快，作息不规律机缺乏锻炼使得我国人口肥胖问题尤为突出。数据显示，2019年中国肥胖人口已超2.5亿人，由肥胖引起的健康问题已逐渐成为社会关注的焦点，而改变饮食结构成为多数肥胖人士选择减肥的主要方式。此外，人们为健康消费的意愿提升，愿意为瘦身进行付费的用户也不断增多，数据显示，91.6%的受访网民表示愿意为瘦身进行付费，其中近六成愿意付费1000元以上。

2020年我国自我感觉超重网民瘦身意愿支出比例 数据来源：观研天下整理

2.健康饮食理念的普及

人们生活水平的提高，吃惯了大鱼大肉，转而追求更健康更高品质的饮食方式。轻食沙拉低油、低盐、低卡，符合大众对健康饮食的要求。

3.轻食沙拉与当下的健身风潮紧密相连

越来越多的年轻人追求腹肌和翘臀，轻食常常与健身、减脂等词汇链接在一起，健身达人和减肥人士对健身和饮食的有机结合有了更加科学的认识，轻食沙拉减肥理念已深入人心。

。

四、威胁分析（T）

轻食沙拉行业面临的威胁主要来自外卖专门店成本的变化及其他代餐食品的替代。

1.外卖专门店成本变化及难以形成技术壁垒的威胁

店铺租金、人力、设备的支出成本是固定的，间歇性营业使得成本漏洞越来越大，导致商家最终陷入“入不敷出”的境地。进入轻食沙拉行业的壁垒较低，容易形成规模化，很多餐饮行业特有的不确定因素也导致一家企业难以形成真的技术壁垒。此外，运营轻食店成本昂贵，轻食的品质主要依靠原材料的质量，且保存需要的设备必不可少。销售非常依赖外卖，各种设备、人力、房租、成本、包装、外卖平台抽成等加起来就是一笔不小的支出。

2.代餐食品的替代威胁

减肥人士除了选择轻食沙拉，还有其他代餐食品可以替代，且部分代餐产品单价较轻食沙拉便宜。

代餐产品品类认知情况 数据来源：观研天下整理（TC）

观研报告网发布的《2021年中国轻食沙拉行业分析报告-市场深度研究与运营商机前瞻》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国轻食沙拉行业发展概述

第一节 轻食沙拉行业发展情况概述

一、轻食沙拉行业相关定义

二、轻食沙拉行业基本情况介绍

三、轻食沙拉行业发展特点分析

四、轻食沙拉行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、轻食沙拉行业需求主体分析

第二节 中国轻食沙拉行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、轻食沙拉行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国轻食沙拉行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国轻食沙拉行业生命周期分析

一、轻食沙拉行业生命周期理论概述

二、轻食沙拉行业所属的生命周期分析

第四节 轻食沙拉行业经济指标分析

一、轻食沙拉行业的赢利性分析

二、轻食沙拉行业的经济周期分析

三、轻食沙拉行业附加值的提升空间分析

第五节 中国轻食沙拉行业进入壁垒分析

一、轻食沙拉行业资金壁垒分析

二、轻食沙拉行业技术壁垒分析

三、轻食沙拉行业人才壁垒分析

四、轻食沙拉行业品牌壁垒分析

五、轻食沙拉行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球轻食沙拉行业市场发展现状分析

第一节 全球轻食沙拉行业发展历程回顾

第二节 全球轻食沙拉行业市场区域分布情况

第三节 亚洲轻食沙拉行业地区市场分析

一、亚洲轻食沙拉行业市场现状分析

二、亚洲轻食沙拉行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲轻食沙拉行业市场前景分析

第四节 北美轻食沙拉行业地区市场分析

一、北美轻食沙拉行业市场现状分析

二、北美轻食沙拉行业市场规模与市场需求分析

三、北美轻食沙拉行业市场前景分析

第五节 欧洲轻食沙拉行业地区市场分析

一、欧洲轻食沙拉行业市场现状分析

二、欧洲轻食沙拉行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲轻食沙拉行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界轻食沙拉行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球轻食沙拉行业市场规模预测

第三章 中国轻食沙拉产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品轻食沙拉总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国轻食沙拉行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国轻食沙拉产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国轻食沙拉行业运行情况

第一节 中国轻食沙拉行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国轻食沙拉行业市场规模分析

第三节 中国轻食沙拉行业供应情况分析

第四节 中国轻食沙拉行业需求情况分析

第五节 我国轻食沙拉行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国轻食沙拉行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国轻食沙拉行业供需平衡分析

第八节 中国轻食沙拉行业发展趋势分析

第五章 中国轻食沙拉所属行业运行数据监测

第一节 中国轻食沙拉所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国轻食沙拉所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国轻食沙拉所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国轻食沙拉市场格局分析

第一节 中国轻食沙拉行业竞争现状分析

一、中国轻食沙拉行业竞争情况分析

二、中国轻食沙拉行业主要品牌分析

第二节 中国轻食沙拉行业集中度分析

一、中国轻食沙拉行业市场集中度影响因素分析

二、中国轻食沙拉行业市场集中度分析

第三节 中国轻食沙拉行业存在的问题

第四节 中国轻食沙拉行业解决问题的策略分析

第五节 中国轻食沙拉行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国轻食沙拉行业需求特点与动态分析

第一节 中国轻食沙拉行业消费市场动态情况

第二节 中国轻食沙拉行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 轻食沙拉行业成本结构分析

第四节 轻食沙拉行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国轻食沙拉行业价格现状分析

第六节 中国轻食沙拉行业平均价格走势预测

一、中国轻食沙拉行业价格影响因素

二、中国轻食沙拉行业平均价格走势预测

三、中国轻食沙拉行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国轻食沙拉行业区域市场现状分析

第一节 中国轻食沙拉行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区轻食沙拉市场分析

一、华东地区概述

- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区轻食沙拉市场规模分析
- 四、华东地区轻食沙拉市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区轻食沙拉市场规模分析
- 四、华中地区轻食沙拉市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区轻食沙拉市场规模分析
- 四、华南地区轻食沙拉市场规模预测

第九章 2017-2021年中国轻食沙拉行业竞争情况

第一节 中国轻食沙拉行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国轻食沙拉行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国轻食沙拉行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 轻食沙拉行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国轻食沙拉行业发展前景分析与预测

第一节 中国轻食沙拉行业未来发展前景分析

- 一、轻食沙拉行业国内投资环境分析
- 二、中国轻食沙拉行业市场机会分析
- 三、中国轻食沙拉行业投资增速预测

第二节 中国轻食沙拉行业未来发展趋势预测

第三节 中国轻食沙拉行业市场发展前景预测

- 一、中国轻食沙拉行业市场规模预测
- 二、中国轻食沙拉行业市场规模增速预测
- 三、中国轻食沙拉行业产值规模预测
- 四、中国轻食沙拉行业产值增速预测
- 五、中国轻食沙拉行业供需情况预测
- 第四节 中国轻食沙拉行业盈利走势预测
- 一、中国轻食沙拉行业毛利润同比增速预测
- 二、中国轻食沙拉行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国轻食沙拉行业投资风险与营销分析

第一节 轻食沙拉行业投资风险分析

- 一、轻食沙拉行业政策风险分析
- 二、轻食沙拉行业技术风险分析
- 三、轻食沙拉行业竞争风险
- 四、轻食沙拉行业其他风险分析

第二节 轻食沙拉行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国轻食沙拉行业发展战略及规划建议

第一节 中国轻食沙拉行业品牌战略分析

- 一、轻食沙拉企业品牌的重要性
- 二、轻食沙拉企业实施品牌战略的意义
- 三、轻食沙拉企业品牌的现状分析
- 四、轻食沙拉企业的品牌战略
- 五、轻食沙拉品牌战略管理的策略

第二节 中国轻食沙拉行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国轻食沙拉行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划

- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国轻食沙拉行业发展策略及投资建议

第一节 中国轻食沙拉行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国轻食沙拉行业营销渠道策略

- 一、轻食沙拉行业渠道选择策略
- 二、轻食沙拉行业营销策略

第三节 中国轻食沙拉行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国轻食沙拉行业重点投资区域分析
- 二、中国轻食沙拉行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/547123547123.html>