

2022年中国轻食行业分析报告- 行业发展监测与投资潜力分析

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《2022年中国轻食行业分析报告-行业发展监测与投资潜力分析》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/566788.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

轻食最早源自欧洲，进入我国之后，逐渐演变为健身人士青睐的“轻食健身餐”，发展为讲究营养均衡配比的低热量熟食。其实严格来说，轻食并不是一种特定的食物，而是任意食物的一种形态，主要特征是简单、健康、低糖、低脂、低盐，可以增强饱腹感，且富含高纤维和营养，代表着“轻盈、清爽、均衡、自然”的状态。轻食类食品通常以新鲜蔬菜和水果、低脂肉类、五谷杂粮等食材为主，强调食物的新鲜与多样性搭配，在满足饱腹感的同时尽可能减少人体对脂肪和糖分的摄入。其中主要包含沙拉、鸡胸肉以及甜品等。

中国轻食行业起步较晚，2013年我国大部分消费者才开始了解轻食，很多的沙拉品牌也都是在2014年才诞生的；2015年到2017年我国轻食行业处在资本加持阶段；2018年开始，市场开始回归理性，资本降温；但到了2020年之后，餐饮市场刮起了一场“健康”与“瘦身”并行的“轻食之风”，轻食行业关注度不断上升。

资料来源：观研天下整理

市场快速发展，年轻女性为主要消费者

近些年，我国轻食行业得到较快发展。行业内企业注册数量大幅增长。据企查查数据显示，2015年我国轻食企业注册数量还只有236家，然而到2020年，便达到3522家。

从2017年至今，我国轻食沙拉的市场规模也是逐年递增，2017年我国轻食沙拉市场规模10亿元不到，到2020年我国轻食沙拉市场规模达到55.6亿元，增长率为13.7%。

数据来源：企查查

数据来源：公开资料整理

轻食代表的是一种健康的生活方式和态度。轻食行业快速发展的背后，是我国国民从“吃饱”“吃好”到“吃健康”饮食观的转变。2020年疫情以来，全民健身浪潮兴起，人们对健康生活的关注也逐渐提高，轻食被越来越多的人认可接受。2020年我国轻食标签关注度占比中，“低卡”占比最高，为56%。

数据来源：美团

另外，根据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，在消费过轻食的人中，在发现自己体重明显上升后消费轻食的人群占比最多，为63.2%，且有94.9%的人至少每周消费一次轻食，55.7%的人每周消费2至4次。可以看出我国大多数轻食消费者是出于减肥及其他健康目的消费轻食。

当前我国消费者消费轻食的途径主要是线上订餐和在家制作。从消费者画像来看，根据美团外卖发布的《中国轻食外卖消费报告》显示，外卖轻食消费者中，一、二线城市消费者占比

在八成以上，女性消费者占比接近七成，90后消费者占比69%；80后占27%。

数据来源：美团

数据来源：美团

迎来机遇

随着我国居民可支配收入的增加和健康饮食消费观念的增强，我国轻食行业发展也迎来了发展机遇。

到目前为止我国居民恩格尔系数已经连续下降九年，我国居民生活水平得到明显提高，居民的营养不良状况得到较好解决，同时膳食相关慢性疾病的发生率逐年提高，我国也成为全球肥胖人口增长最多的国家，这也成为我国重要的公共卫生问题。因此人们的健康饮食和减肥意识也随之提高，更愿意追求健康低热量的饮食，而以低脂、低热量、少盐少糖为特色的轻食正好迎合了这一趋势，越来越多的人出于减肥和其它健康的目的而选择轻食，消费者对轻食的需求旺盛。这成为我国轻食行业发展的机遇之一。

在中共中央、国务院发布的《“健康中国2030”规划纲要》和《国民营养计划（2017-2030年）》中，国家均强调了合理膳食的重要性，并提出要重视完善营养法规政策和标准体系，重视健康烹饪模式与营养均衡膳食。可见我国轻食行业是契合国家层面的导向，未来我国轻食行业发展前景稳定。

另外，与国外发达国家地区相比，2020年我国轻食渗透率还只有40%，欧美国家和地区已经达到90%，可见我国轻食行业市场还远未达到天花板，未来发展空间较大。而且，当前我国轻食消费者主要集中在北上广深等经济发达的高线城市，随着我国城市化进程的加快，欠发达的新一线城市及中低线城市也仍然存在较大开发空间。

数据来源：公开资料整理

而且，在我国当轻食行业仍属于比较新兴的行业，尽管我国轻食行业内相关企业注册数量较多，但是头部品牌企业还未形成，而消费者需求又较旺盛，这对我国轻食行业参与者来说，此时正是打造自家品牌的大好机会。

充满挑战

凡是均有两面性，我国轻食行业迎来发展机遇的同时也充满着诸多挑战。

一方面由于行业门槛低，制作容易。创办轻食店只需要经过简单的培训便可上手，无论是轻食品牌加盟还是轻食店的相关证件办理，都只需要极其简单的流程和手续。轻食的菜品选择、制造、包装等也都已经实现了高度的标准化，而且出于少油少盐的减脂需求，轻食的制造步骤不需要像传统菜品一样考虑火候、配菜等方面，轻食菜品制作简单，可复制性强。这就导致了行业内同质化严重。

对此，我国轻食相关企业可从个性化、场景化轻食入手，精准定位人群，联动宣传。比如可

以个性化需求定制服务人群，针对减肥人群、糖尿病人群、高血压人群、孕妇等不同人群实行一对一营养定制服务，或针对某一特殊人群推出自家主打菜品。同时还可将轻食和线下健身房，线上keep打卡等场景进行联动宣传。

另一方面则是轻食菜品原材料的安全性问题。轻食原材料多为新鲜果蔬和高品质肉类，且多为冷食，缺少高温消毒，蔬菜原料和冷食的沙拉存在致病菌增殖隐患。

对于这一点，相关轻食企业则需要脚踏实地，从食材采购、供应链运输、加工制作到外卖配送等过程严格把控，用高品质的产品赢得消费者的认可。（LQM）

观研报告网发布的《2022年中国轻食行业分析报告-行业发展监测与投资潜力分析》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2018-2022年中国轻食行业发展概述

第一节 轻食行业发展情况概述

一、轻食行业相关定义

二、轻食行业基本情况介绍

三、轻食行业发展特点分析

四、轻食行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、轻食行业需求主体分析

第二节 中国轻食行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、轻食行业产业链条分析

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 中国轻食行业生命周期分析

一、轻食行业生命周期理论概述

二、轻食行业所属的生命周期分析

第四节 轻食行业经济指标分析

一、轻食行业的赢利性分析

二、轻食行业的经济周期分析

三、轻食行业附加值的提升空间分析

第五节 中国轻食行业进入壁垒分析

一、轻食行业资金壁垒分析

二、轻食行业技术壁垒分析

三、轻食行业人才壁垒分析

四、轻食行业品牌壁垒分析

五、轻食行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球轻食行业市场发展现状分析

第一节 全球轻食行业发展历程回顾

第二节 全球轻食行业市场区域分布情况

第三节 亚洲轻食行业地区市场分析

- 一、亚洲轻食行业市场现状分析
- 二、亚洲轻食行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲轻食行业市场前景分析
- 第四节 北美轻食行业地区市场分析
 - 一、北美轻食行业市场现状分析
 - 二、北美轻食行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美轻食行业市场前景分析
- 第五节 欧洲轻食行业地区市场分析
 - 一、欧洲轻食行业市场现状分析
 - 二、欧洲轻食行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲轻食行业市场前景分析
- 第六节2022-2027年世界轻食行业分布走势预测
- 第七节2022-2027年全球轻食行业市场规模预测

第三章 中国轻食产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国轻食行业运行情况

第一节 中国轻食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

三、行业发展特点分析

第二节 中国轻食行业市场规模分析

第三节 中国轻食行业供应情况分析

第四节 中国轻食行业需求情况分析

第五节 我国轻食行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国轻食行业供需平衡分析

第七节 中国轻食行业发展趋势分析

第五章 中国轻食所属行业运行数据监测

第一节 中国轻食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 2018-2022年中国轻食市场格局分析

第一节 中国轻食行业竞争现状分析

一、中国轻食行业竞争情况分析

二、中国轻食行业主要品牌分析

第二节 中国轻食行业集中度分析

一、中国轻食行业市场集中度影响因素分析

二、中国轻食行业市场集中度分析

第三节 中国轻食行业存在的问题

第四节 中国轻食行业解决问题的策略分析

第五节 中国轻食行业钻石模型分析

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2018-2022年中国轻食行业需求特点与动态分析

第一节 中国轻食行业消费市场动态情况

第二节 中国轻食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 轻食行业成本结构分析

第四节 轻食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 中国轻食行业价格现状分析

第六节 中国轻食行业平均价格走势预测

一、中国轻食行业价格影响因素

二、中国轻食行业平均价格走势预测

三、中国轻食行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国轻食行业区域市场现状分析

第一节 中国轻食行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区轻食市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区轻食市场规模分析

四、华东地区轻食市场规模预测

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、华中地区轻食市场规模分析
- 四、华中地区轻食市场规模预测

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、华南地区轻食市场规模分析
- 四、华南地区轻食市场规模预测

第五节 华北地区轻食市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区轻食市场规模分析
- 四、华北地区轻食市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区轻食市场规模分析
- 四、东北地区轻食市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区轻食市场规模分析
- 四、西部地区轻食市场规模预测

第九章2018-2022年中国轻食行业竞争情况

第一节 中国轻食行业竞争结构分析（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2022-2027年中国轻食行业发展前景分析与预测

第一节 中国轻食行业未来发展前景分析

一、轻食行业国内投资环境分析

二、中国轻食行业市场机会分析

三、中国轻食行业投资增速预测

第二节 中国轻食行业未来发展趋势预测

第三节 中国轻食行业市场发展预测

一、中国轻食行业市场规模预测

二、中国轻食行业市场规模增速预测

三、中国轻食行业产值规模预测

四、中国轻食行业产值增速预测

五、中国轻食行业供需情况预测

第四节 中国轻食行业盈利走势预测

一、中国轻食行业毛利润同比增速预测

二、中国轻食行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国轻食行业投资风险与营销分析

第一节 轻食行业投资风险分析

一、轻食行业政策风险分析

二、轻食行业技术风险分析

三、轻食行业竞争风险分析

四、轻食行业其他风险分析

第二节 轻食行业应对策略

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2022-2027年中国轻食行业发展战略及规划建议

第一节 中国轻食行业品牌战略分析

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

第二节 中国轻食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 2022-2027年中国轻食行业发展策略及投资建议

第一节 中国轻食行业产品策略分析

- 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 中国轻食行业营销渠道策略

- 一、轻食行业渠道选择策略
- 二、轻食行业营销策略

第三节 中国轻食行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国轻食行业重点投资区域分析
- 二、中国轻食行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/566788.html>