

轻食消费越来越受青睐——

今天你“吃草”了吗

本报记者 常理

夏天到了,爱美的你是否已经开始节食、健身、燃烧卡路里,以期甩掉身上多余的赘肉?

伴随着人们健康意识的提高,倡导低脂、低热量、低糖低盐、高纤维、高饱腹感的轻食越来越受到消费者尤其是年轻消费者的青睐。由于轻食中蔬菜是不可或缺的“主角”,因此,轻食消费也被年轻人戏称为“吃草”。

“食草一族”逐步壮大

市场上的美食铺天盖地,各种信息平台上更是充斥着五花八门、让人垂涎欲滴的美味佳肴。想吃,又不想长胖,对消费者来说确实是一个两难抉择。而轻食有效解决了这一难题——将各式各样的蔬菜、谷物、水果、肉类通过健康的烹饪方式,汇集成一盘,

里面的各种营养物质齐全,口味丰富,而且热量低,让人少吃但不缺营养。这可真是两全其美,让消费者和商家都皆大欢喜。

北京中体力源的健身教练张海东是一名健身达人,同时也是一名轻食爱好者。为了保持身材,他会严格控制每天摄入的碳水化合物、蛋白质、脂肪和水分量。而且,他还会引导学员们跟他一起“吃草”,帮助大家记录每天卡路里的摄入量,给出合理进食建议。

摩卡站是北京一家主打轻食的连锁餐饮店,推出了各种轻食简餐,价格基本在60元至100元之间。沙拉、糙米、三文鱼、鸡胸肉等是热门食品,而且,每款菜品后面会标明是否纯素食、有无麸质等。“店里配餐都是根据蛋白质、碳水化合物等营养素的合理配比,以及低热量、少油少盐的标准制定的。”摩卡站蓝色港湾店店员赵奎乐告诉记者,这两年明显感觉购买轻食的人越来越多,很多消费者都是长期健身或是练瑜伽的,对饮食和营养搭配有很高要求。周末高峰时段,他们店铺一天的客流量约有400人次至500人次,以年轻女性居多。

美团外卖发布的《轻食消费大数据报告》也印证了这一现象:在轻食消费中,“90后”消费者占62%以上,“80后”占26%,女性占70%以上。

在国务院发展研究中心研究员漆云兰看来,当前,城市生活节奏加快,压力加大,在饮食方面,消费者更倾向于简单、无负担的健康食品。轻食的便利性、营养合理性和价格水平都非常适合快节奏城市生活的需要。同时,层出不穷的轻食产品以及轻食餐饮企业的主动出击,广告宣传也吸引越来越多的消费者关注轻食。

健康生活渐行渐近

轻食最早起源于17世纪欧洲的下午茶,在之后数百年的发展中,轻食被传播到世界各地,并和当地的饮食结合,形成了各具文化特色的轻食。三明治、沙拉、寿司等,都是轻食的代表。

时至今日,轻食的概念更加包罗万象,它成为低卡、低油、低热量、制作简单的健康食品代名词。轻食消费的蓬勃发展,凸显了人们饮食更关注健康的趋势。

“我觉得轻食其实是一种自然、简约、本真的生活方式。”中国农业科学院农业质量标准与检测技术研究所研究员王静认为,由于轻食在生产过程中避免了过度加工,减少了对食材的破坏,更多保留了食材真正的味道和营养,对身体更加友好。而且,轻食强调少食,这也能有效减少人体消化系统的负担。

记者在采访时发现,很多轻食爱好者在长期注意饮食的过程中,已经形成了良好的生活习惯。这不能不说是人们追求更高品质生活的一种体现。

在北京某大型互联网公司工作的常潇是一名轻

食+素食主义者。“这在很多人看来是不可思议的,但从自身的感受来看,并没有觉得有什么异常,通过植物蛋白的摄入也可以保障人体所需要的蛋白质。常年的坚持,我的身体已经适应了这样的饮食结构,不仅可以保持良好身材,而且还免去了很多‘富贵病’的困扰。”

移动互联网时代,信息无处不在,这也为轻食文化、轻食理念创造了良好的传播环境。点开小红书APP,许多美食博主和健身达人都将自己每天的饮食晒出来供大家参考。北京丰台区市民刘颖说,由于她长期关注轻食,所以每次打开小红书,系统都会自动给她推送各种轻食的做法。比起点外卖,她更喜欢按照博主们的推荐自己制作食物,因为这样既节省开支,又符合个人的口感需求。“我通常会一次性采购3天左右的食材,将西兰花、胡萝卜、黄瓜、紫甘蓝、鹰嘴豆、芸豆、鸡胸肉等搭配好,然后按照每顿的分量装好放在冰箱里。吃的时候加点调料,热一下就可以了。”刘颖已经习惯了这样健康、绿色的生活方式。

食品安全不能忽视

当前,轻食消费呈现出线上线下齐头并进的发展趋势。

从线上看,在淘宝平台,“轻食代餐”已是食品赛道里的一匹黑马;美团APP2019年轻食的搜索次数比上一年同比增长235.8%;大众点评、拼多多、小红书、抖音等各大APP都推出了形式多样的轻食产品和轻食内容,引导消费者关注轻食和健康生活;运动科技品牌Keep也推出了全新业务线KeepLite轻食,为用户提供配合运动目标的食物和指导。

从线下看,各种主打轻食的店铺层出不穷,产品也不断推陈出新。摩卡站为了吸引顾客,相继推出了摩洛哥烩大虾、俄式牛肉糙米饭、墨西哥风味饭等特色轻食,吊足了消费者的胃口;新元素餐厅则让消费者拥有更多的自主权,可依据个人喜好添加如蛋白粉、人参、芦荟等营养成分高的食材。

轻食行业的快速发展,不仅得益于消费者对于这种饮食模式的认可,也得益于轻食品牌和背后资本的力量,很多轻食品牌都获得了多轮融资并且成功上市。天眼查数据显示,目前,我国有超过7500家企业名称中含有“轻食”两字,且状态为在业、存续、迁入、迁出。值得注意的是,约78%的新增轻食相关企业成立于2018年之后。

而美团外卖2019年发布的《轻食消费大数据报告》也预计,中国轻食产业的规模有望在3年内突破1000亿元,5年内逐步占到餐饮业总收入的10%左右。

对此,漆云兰认为,不少轻食企业成规模的快速扩张和一些品牌的成功上市,说明轻食行业已经形成了相对稳定的消费市场,拥有了相对稳定的消费群体,具备了比较成熟的盈利模式。未来,轻食消费有望向次一级城市渗透和扩张,具有较好的发展前景。

但同时,漆云兰也指出,轻食行业的健康发展更要在安全标准和卫生标准上下功夫。相关主管部门要对轻食产品的范围予以明确界定,对质量进行严格把控,确保食品安全。另外,要谨防部分轻食餐饮企业夸大宣传,误导消费者。

王静也表示,从食品安全角度来看,轻食是否新鲜,是否有污染、破损、腐败,冷链环节是否保证低温,销售环节是否严格按照保质期销售等,这些问题都直接关系到消费者的身体健康和合法权益,需要引起轻食生产和销售企业的高度重视。

市场瞭望

轻食消费兴起背后,体现出消费者饮食理念的改变。轻食迎合了人们口味变化,拥有健康、绿色的标签,已经成为不少餐厅和各大外卖平台热卖的“新时尚”。

目前市场上热销的轻食产品以食物组成丰富、烹饪方式简约、新鲜和能量低为主要特点,成为人们在一段时间内的选择性餐食。然而,被商家包装推崇的轻食消费,是否就是你想要的健康食品?答案不仅因人而异,而且因人而异。

消费轻食不能马虎,必须严把食品安全关。烹饪再简约,必须要有底线。轻食作为一种符合当前潮流的饮食,食品安全问题不能忽视,安全监管更须更不能放松。无论是餐厅还是居家制作轻食,食材的选择、存储和制作等方面的安全性都需要注重。随着国家大力推进实施健康中国合理膳食行动和国民营养计划,轻食产品提供者更要筑牢食品安全基石。这样才能抓住商机,让消费者放心,使行业健康发展。

本版编辑 陈郁美 编 王子莹



北京西单大悦城的一家轻食餐厅。

本报记者 常理摄

天眼查数据显示

目前我国有超过7500家企业名称中含有“轻食”两字

且状态为

在业 存续 迁入 迁出

值得注意的是

约78%的新增轻食相关企业成立于2018年之后

无青团 不春天

本报记者 蒋波

整个春天,青团飘香。

青团是江南地区的传统特色小吃,具有悠久历史,主要是用山野的艾草或田间的麦叶汁水拌进糯米粉里,再包裹进莲蓉等馅料,因甜糯可口而广受消费者青睐。

江苏南京市秦淮区普华巷的许阿姨糕团店门口,前来购买青团的顾客排出了近百米的长队。“青团油绿如玉,讨人喜欢,而且还是天然绿色的健康食品,吃起来糯糯软软,闻起来清香扑鼻,所以经常绕道来买。”顾客骆维群告诉记者,自己最喜欢青团清新的口感和带给人愉悦的青草香气。现在,青团已经成为全家人都喜欢的小零食,隔三差五就会来买上几个带回家。

许阿姨糕团店店长许长花告诉记者,她们家制作销售青团已经有20多年历史,近几年随着网络的快速传播,青团这种江南小吃被越来越多的人所喜爱,成了春天里更多人喜爱的时令美食。

“店里目前主要销售的是芝麻、豆沙、蛋黄馅等传统口味的青团,清明节前后那段时间,每天取号等待购买的顾客达到1500多位,日均出售青团超过1万个。”许长花说。

记者走访南京多家生鲜超市和连锁餐饮、糕点店时发现,除了传统口味的青团,各种五花八门奇巧口味搭配青团层出不穷,吸引了充满好奇心和喜欢尝鲜的年轻消费者。

来自河南的“00后”张凯是南京一所高职院校的学生,一直热衷于探寻风味美食。他告诉记者,在河南老家,青团很少见,来到南京上学之后,对青团有了更深入的了解,不过南方的甜口食品,北方人不太适应。

前些天,张凯在盒马生鲜超市发现了螺蛳粉口味青团。“吃起来感觉特别过瘾,它让螺蛳粉的浓烈与麦汁、糯米粉的清新融合在一起,口感上给人以强烈冲击力,因此特地多买一些带回去和同学一起分享。”张凯说,很多传统小吃都在不断融合现代时尚,创新更迭,体验感更

好,更符合年轻消费者的需求。超市里销售的酸辣风爪青团、笋干菜青团、栗蓉芝士青团等一批特色青团就受到很多年轻人追捧。

南京财经大学食品科学与工程学院硕士生导师丁俭一直关注青团产业发展。他说,目前江南地区的青团产品主要以手工制作为主,尚不能满足江南以外地区消费者的需求。“青团含有丰富的矿物质和酶类物质,具有健脾暖胃、消食降火等功效,是非常值得打造和推广的品牌,但目前亟待解决原料储藏保鲜和营养品质保持等问题。”丁俭说,“我们正在研究筛选可供水晶汤圆和青团加工的特种糯米粉加工方法,探究不同品种糯米粉支链淀粉和直链淀粉比例、特性和制粉方式对产品品质的影响,在不影响口感的前提下,添加黄原胶等多糖物质提升产品品质。”

最近,江苏省烹饪协会对青团产业发展情况进行了调研。协会常务副会长龚剑锋告诉记者,以各地老字号为代表的点心食品加工企业均涵盖了青团一类的产品,但青团产品市场需求量非常大,大部分企业处于供不应求的状态,群众排队购买青团的状况成为常态。“我们初步估算,江苏青团食品目前已达到千万元级的市场规模,如果加以扶持和产业化发展,青团产业规模完全具备突破亿元的条件。”

龚剑锋也坦言,青团食品虽然在江南地区广受欢迎,但就全国而言,其产业影响力和品牌知名度还受到时令和地域的制约。为了做大做强江南传统小吃产业,江苏省烹饪协会正指导有关企业加快转型升级的步伐。

“协会将成立江苏省面点专业委员会,加强



顾客在位于上海豫园的宁波汤团店选购新上市的青团。

新华社记者 刘颖摄

人才培养和技艺传承,并与高校食品学院合作,组织行业专家、技术专家、烹饪大师对生产线和产品品种进行技术攻关,通过工艺优化、技术改良和创新,推动企业生产实现标准化、工业化和批量化。同时,加强南北饮食文化交流,依托冷链等餐饮相关产业的发展,扩大消费范围,把江苏的特色点心推向全国。”龚剑锋表示。

轻食并不「轻」

李万祥