

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、让人馋涎欲滴的美味佳肴。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，汇集成一小盘，里面的各种营养物齐全，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、脂肪和水分等。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，轻食被传播到全球各地，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，但从我自身的感受来看，并没有觉得有什么异样，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，将西蓝花、胡萝卜、黄瓜、紫甘蓝、鹰嘴豆、芸豆、鸡胸肉等搭配好，然后按照每顿的量分装好放在冰箱里。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”已然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、芦荟等营养含量高的食材。

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日期销售等，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。