



轻食餐饮 发展指南

从入门到可持续经营



引言

健康是民众实现美好生活愿景的重要基石，也是经济社会发展的基础条件。联合国《2030年可持续发展议程》将“良好健康与福祉”（SDG3）确立为全球最重要的17项可持续发展目标之一，指出“确保健康的生活方式，促进各年龄段所有人的福祉对可持续发展至关重要”。党的十八大以来，我国坚持以人的健康为中心，将“健康中国”作为全面提升中华民族健康素质、实现人民健康与经济社会协调发展的国家战略，围绕健康相关的各个领域开展了诸多专项行动，显著促进了全民健康水平、健康素养的提升。

饮食是保持健康的关键因素。国务院健康中国行动推进委员会在《健康中国行动（2019-2030年）》中提出“实施合理膳食行动”，包括：针对一般人群、特定人群和家庭，聚焦食堂、餐厅等场所，加强营养和膳食指导；鼓励全社会参与减盐、减油、减糖，研究完善盐、油、糖包装标准等，旨在充分调动全社会的积极性和创造性，不断塑造和完善我国国民的合理膳食行为。

同时，随着民众生活水平与健康意识的升级，消费者的饮食需求、饮食习惯正发生着快速的转变。追求营养健康、合理搭配膳食、适度适量摄入已成为人们的广泛共识。这其中，倡导低热量、低脂肪、低盐、高膳食纤维、高蛋白的轻食餐品日渐受到欢迎，并逐步从小众潮流走向大众选择，成为一种代表健康的饮食方式。

在此背景下，美团外卖联合全民健康生活促进研究院，在中国烹饪协会的指导下，与中国农业大学何计国课题组、商道纵横等专业机构携手，共同编制了此份《轻食

餐饮发展指南》（以下简称《指南》）。我们希望《指南》能够通过具体行动指引、行业实践案例及参考性材料等，为轻食餐饮从业人员、潜在创业者提供有益的支持，让更多餐饮从业者把握轻食餐饮的发展机遇，推动商户从“供给侧”进行转变升级，提供更多健康、优质、丰富的轻食餐品，进而让轻食成为更多人士的健康选择。

《指南》编写期间，我们面向美团外卖平台的广大消费者开展了线上调研，并选取了全国20余家具有代表性的轻食商户进行了实地走访，获取了丰富的调研资料。多位健康领域的专家学者和企业同仁也为《指南》提供了宝贵的审校意见。在此，我们向所有为《指南》作出贡献的朋友表示衷心的感谢。

后续，《指南》也将持续收集各方的意见，适时进行修订和完善，以期轻食餐饮发展提供更多的帮助。



如何使用本指南?

本《指南》的整体结构如下。如果您尚未开启轻食创业，但对轻食餐饮行业有兴趣，可从基础知识部分开始阅读；如果您已经在经营轻食餐厅，那么您可以将阅读重点放在轻食餐饮经营7要诀部分。



此外，在正文各部分，我们设置了不同模块，为您提供更多信息和资源支持，希望为您的轻食创业和经营带来更多帮助。

- 【小知识】** 该部分内容为您提供相关章节的延伸拓展知识，在正文和附录的“扩展资源”中均有涉及
- 【小工具】** 该部分内容为您提供了实际操作中可直接使用的工具/素材，在正文和附录的“工具包汇总”中均有涉及
- 【重要提示】** 该部分内容为相关模块的注意事项，提醒您重点关注相关内容
- 【给您一些灵感】** 该部分内容为同业在相关领域的优秀实践，希望您可以从中学取行动灵感

目录 CONTENTS

引言	01
如何使用本指南?	02
健康生活，美好寄语	04

走进轻食与轻食餐饮市场	08
什么是轻食?	09
来自消费者的声音	13
机遇与挑战并存的轻食餐饮市场	15

开始您的轻食餐饮创业	16
第一步：初期筹备阶段	17
第二步：店铺选址阶段	20
第三步：店铺准备阶段	22
第四步：资质证照办理阶段	23
第五步：开业阶段	23

行动指南：深耕日常的经营管理	24
食品安全无小事	25
营养健康有方法	40
消费体验新主张	47
运营管理有规范	52
品牌营销特色足	59
环境友好记心间	61
加盟连锁强管理	69

附录	73
附录一：工具包汇总	73
附录二：扩展资源	83

健康生活，美好寄语



2020年6月，美团外卖和人民日报社健康时报共同成立了全民健康生活促进研究院。研究院成立的初衷是搭建由科学家、食品行业、外卖平台和媒体等利益相关方组成的产学研平台，共同推动全民健康生活方式。一年过去，研究院围绕外卖餐饮所涉及的热难点问题，借助丰富的资源，做了许多有意义的工作，这本《轻食餐饮发展指南》的编制和发布就是其中一项。

当前，从社会共治的角度来说，不管是营养健康还是食品安全的研究与传播，都很需要研究院这样的第三方机构来组织开展工作。希望研究院未来能推动更多具体工作落地。

——陈君石，中国工程院院士，国家食品安全风险评估中心研究员、科技总顾问



民以食为天，实现健康中国建设目标，践行《健康中国行动》，需要国人作为健康的第一责任人，安排好自己和家人的一日三餐，选择营养美味的佳肴，遵循《中国居民膳食指南》，食物多样，吃动平衡，保持健康体魄，远离营养相关慢性病困扰。

——丁钢强，中国疾病预防控制中心营养与健康所所长



今年是中国共产党成立100周年，也是我国“十四五”的开局之年。中国共产党的百年历史，是践行初心使命，为民谋福，与人民心连心、同呼吸、共命运的历史。早在新中国建设时期，共产党便从满足人民群众日益增长的美好生活需要出发，提出“健康中国战略”，推动餐饮质量安全提升，提升全民族营养健康均衡水平。

随着人民生活水平的日益提高，餐饮消费进入追求营养健康的升级阶段，餐饮市场进入细分时代。本《指南》力求适应大众餐饮需求精细化、精准化趋势，从百姓消费越来越关注的食品安全、营养健康出发，做好对新生业态的规范管理，不断优化服务，努力满足人民就餐的幸福感和获得感。

——吴颖，中国烹饪协会副会长



《轻食餐饮发展指南》涵盖了轻食的食品安全制作、营养搭配和餐馆经营等内容，希望本《指南》能够对轻食制作商户提供帮助，帮助商户加强餐饮原材料、餐饮从业人员、餐饮制作经营场所、餐饮加工工具设备、餐饮加工制作过程和餐饮服务、外卖等方面的卫生管理，帮助商户进行科学营养搭配和营养标签标识，使商户能够为消费者提供安全、健康的轻食套餐，使轻食消费者在享受安全、美味的轻食套餐的同时，获得低能、低脂，维生素、矿物质充足的均衡营养。

——何计国，中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授



时光荏苒，距离全民健康生活促进研究院成立已经过去了一年时间。一年时间中，我非常高兴地看到，营养界、食品界、科学普及宣传界以及商业界密切沟通，共同促进外卖行业的健康发展。2021年，研究院结合近年来广为流行的轻食等消费热点，参与编写、审阅了《轻食餐饮发展指南》，从公众健康科普、促进商户健康发展等层面开展一系列工作，对于正确引导“轻食”在健康促进、疾病防治方面将发挥重要作用。我期待这样的健康轻食生活能够走进千家万户，研究院也可以在“健康中国2030”战略行动的号召下，持续发挥专业力量和宣传作用，利用平台优势推动全民的健康生活方式。

——陈伟，北京协和医院临床营养科主任医师



过去一年多里，我们共同经历了新冠肺炎疫情的考验。这场疫情，不仅让我们深刻认识到健康的重要性，也让我们看到全社会多方携手合作的巨大能量。轻食作为一种新兴的饮食方式，契合了人们追求健康和可持续的生活理念，但从一个新兴的餐饮业态，到成为成熟的消费市场，轻食产业的发展还需要全社会多方参与和引导。另一方面，随着社会各界对食品安全、健康和环保等议题的关注，轻食餐饮商户也必须更加积极地承担起自己的社会责任，特别是做好食品安全、做好规范运营、提升消费者服务体验、降低自身环境影响，以负责任的态度赢得消费者的信任。

这份《轻食餐饮发展指南》从轻食从业人员的视角出发，提供了一系列的实践指引。希望广大轻食餐饮商户能够不断提升经营管理水平，在把握轻食餐饮发展机遇、为民众提供优质轻食餐品的同时，实现商业价值与社会价值的双赢，共同驱动轻食餐饮的健康、可持续发展。

——郭沛源，商道纵横总经理

轻食 餐饮发展指南

从入门到可持续经营



扫一扫，查看完整版指南
了解更多干货信息

食品安全无小事

关注轻食品类主要食品安全风险点

- 细菌、病毒等微生物性风险
- 农药、重金属等化学性风险
- 泥沙、头发、虫害等异物性风险等



餐品制作

- 1 明确划分备餐区域，生熟食用具做好标识、分开存放
- 2 生鲜冷食加工操作区温度不高于25℃
- 3 需烧熟煮透的食物，热加工中心温度应达到70℃以上

营养搭配

- 1 建议配备专业营养或膳食指导人员
- 2 “餐品制作优先”原则
 - 按烹饪要求制作不同餐品
 - 根据食材构成和营养需求进行搭配
- 3 能量估算按需而定：午餐轻食餐品能量设计建议占全天总能量40%
 - 也可根据不同需求，制作满足一餐能量需求四个等级的轻食餐品



营养信息

- 1 以份/半份、每100克(g)/100毫升(mL)为标注单位
- 2 标注常见的致敏物质
- 3 标示营养信息参考

项目	含量(份)	
	千焦(KJ)或千卡(kcal)	
能量	克(g)	
蛋白质	克(g)	
脂肪	克(g)	
碳水化合物	克(g)	
钠	毫克(mg)/克(g)	

营养健康有方法

挑选食材

- 1 挑选食材遵循“三低两高”原则
 - 低热量/低脂肪/低盐/高蛋白
 - 高膳食纤维
- 2 食材种类丰富多元

人员规范

- 1 要求员工身着工作服、工作帽、口罩、手套等保护措施
- 2 确保员工均有健康合格证，每年至少进行一次健康检查
- 3 员工管理
 - 建立员工健康管理制度及档案
 - 定期进行食品安全培训

管理规范

- 1 建立供应商台账管理制度
- 2 制定标准化操作标准手册，提高运营效率

外卖运营

- 1 充分了解并熟悉外卖平台规则
- 2 购买食安责任险，共同维护消费者权益
- 3 外卖运营管理四步骤
 - 确定产品方向→推出主打活动→维护店铺评分→进行广告推广

运营管理有规范

打包及配送

- 1 专区打包，包装封签并标明食用时限
- 2 餐品分隔，避免配送途中污染
- 3 依据餐品及季节特点，配备保温、冷藏等配送设施

加工环境

- 1 生食原料需在专区清洗及消毒
- 2 不同类型及不同形式的食品分开存放
- 3 优先物理方法防治有害生物，必要时使用化学防治，但需注意污染隐患

原料采购

- 1 从优质供货方进货，做好索证索票
- 2 感官检测：观食材颜色，摸食材表面，确保无腐败变质
- 3 建议定期检测农药残留、中心温湿度、细菌总数等
- 4 遵循食材“先入先出”原则，标注适宜储存条件与期限

轻食餐饮经营7要诀

- 食品安全无小事
- 营养健康有方法
- 消费体验新主张
- 运营管理有规范
- 品牌营销特色足
- 环境保护记心间
- 加盟连锁强管理

环境友好记心间

- 1 优先选择使用天然气、液化石油气等清洁能源
- 2 定期统计餐厅的能耗、水耗情况，并制定能效、水效提升计划
- 3 含油污水应经隔油设施处理后排放，确保日常油水分离
- 4 合理预估提前备餐的数量，提供半份餐食以减少食物浪费
- 5 选择“易回收、可降解”的环保材质包装物
- 6 依据本地或通用回收规则进行垃圾分类
- 7 积极参与美团外卖青山计划等线上环保活动



走进轻食与轻食餐饮市场

世界卫生组织（WHO）披露的相关信息显示，健康的饮食有助于预防各种形式的营养不良，是健康和发展的基础。近年来，随着民众生活质量的日益提升，人们的健康意识有了显著提升。在此背景下，越来越多的消费者开始关注以改善健康为目标的饮食生活方式。“轻食”这一新兴的饮食理念，逐步走进了人们的视野，成为许多人的饮食新选择。

什么是轻食？

现代的轻食概念兴起于国外，从英式下午茶到西式简餐，制作简便的点心、三明治构成了早期轻食的雏形。后来，轻食在发展过程中又融合了日式餐饮的“定食”理念，并逐步表现出“三低两高”（低热量、低脂肪、低盐、高蛋白、高膳食纤维）的特点，越发受到消费者的欢迎。

轻食的演进

轻食在国内的发展经历了相似的历程，并受到了欧美国家简餐文化、健身文化的综合影响，而其适量、均衡、健康等特点，始终是人们评判轻食的重要标准。

简餐小食

下午茶等非正餐时间里，能够止饥果腹、食用方便、制作简单的小食和饮品。

食物品类

低热量、低脂肪、低盐，且富含高蛋白和高膳食纤维的食物，具有简单、适量、健康和均衡的特点。



饮食方式

“一种崇尚自然、健康、活力的饮食方式”，忙于工作但又注重饮食健康的都市白领们成为最早接受并钟爱轻食主义的人群。

轻食的营养学共识

2020年12月，中国营养学会曾发布《2020年中国人群轻食消费行为白皮书》，其中采用德尔菲法（专家调查法）向国内25位营养与食品领域专家进行调查，征询了轻食的定义及适宜人群的建议，并汇总形成了对于轻食的营养学共识。

营养与食品专家眼中的轻食

- **适量：**轻食以食物分量较少，油、盐、糖少、膳食纤维较高为其特点。建议一餐能量介于一天能量需要量的20%-30%为宜。
- **均衡：**食物组成中，主食常有粗杂粮和谷薯类，粗细搭配；蔬菜水果种类丰富，多有奶、豆、坚果、蛋类；动物性食物以禽肉和水产品为主，荤素搭配。
- **简单：**烹调加工方式简单，常采用拌、蒸、煮、焯、炖等方式，尽可能保存食物原有的营养成分。

轻食的特点

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。



分量轻：分量小，保证热量摄入满足需求。



味道轻：以生食、蒸、炖、煮、煎等方式为主，尽量避免油炸和爆炒。

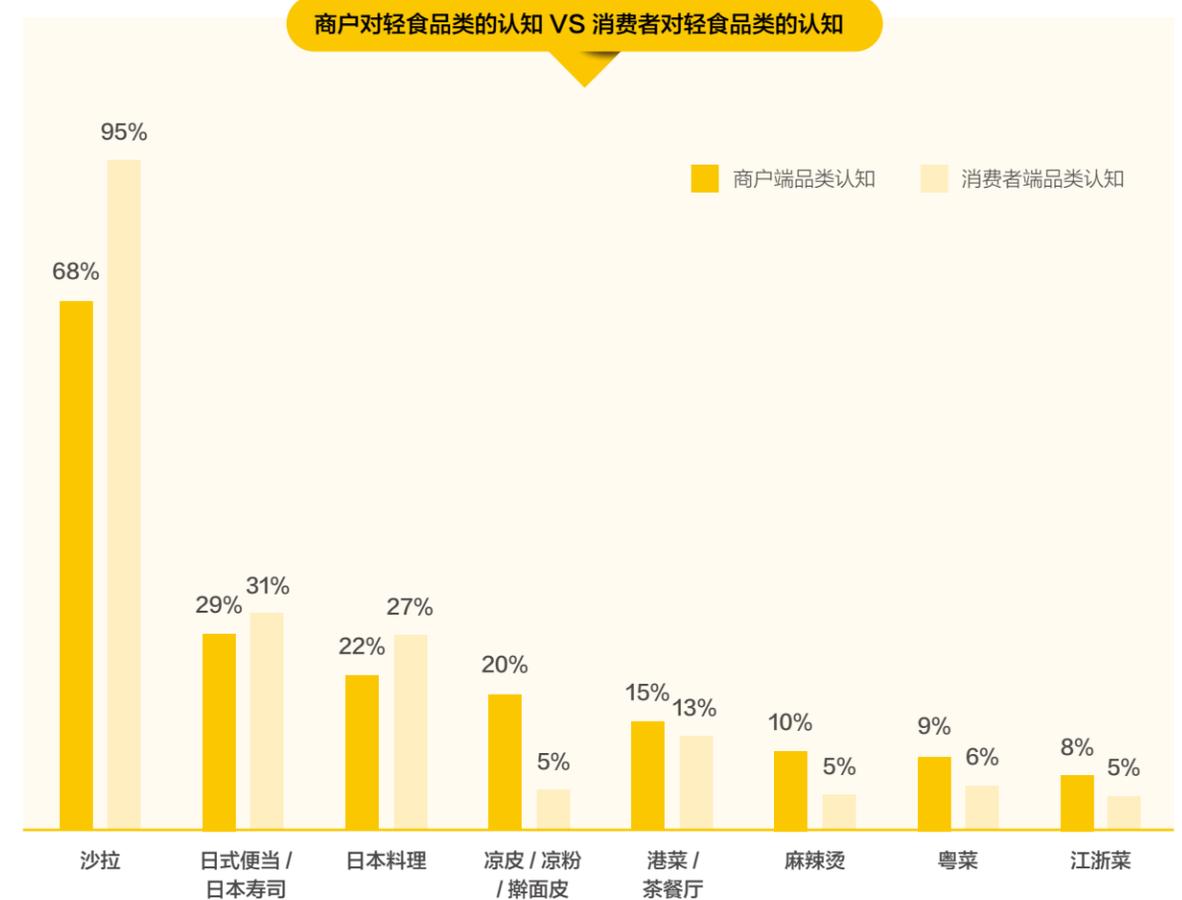


营养好：关注人体所需七大营养素（碳水化合物、脂肪、蛋白质、维生素、水和矿物质、膳食纤维）的平衡。

轻食的品类

我们的调查显示，沙拉仍然是轻食消费者群体中认知程度最高的轻食品类。而随着轻食本土化的进程向纵深发展，许多商户也在逐步摆脱沙拉等单一轻食品类的局限，结合轻食制作要求，在关东煮、日式料理、麻辣烫等品类上推陈出新，打造“轻食版”相关餐品。**因此，轻食可以是沙拉，也可以是符合健康理念的便当、杂粮饭等。**

消费者与商户的认知



轻食的市场发展

NCBD（餐宝典）发布的《2021 中国轻食沙拉行业投资决策分析报告》显示，2020 年中国轻食沙拉市场规模¹达到 55.6 亿元，同比增长 13.7%；预计 2021 年将会突破 90 亿元，达到 92.3 亿元；轻食沙拉消费者规模则预计将从 2020 年的 1180 万人增长至 2021 年的 1816 万人。

2017—2021 中国轻食沙拉市场规模及预测



数据来源:NCBD

2017—2021 中国轻食沙拉市场规模及预测



备注:2021年及以后数据根据市场发展情况预测数据,仅供参考

数据来源:NCBD

注:该项统计数据仅面向“沙拉”这一细分领域,并不包括所有轻食。

根据美团外卖平台数据分析,2015-2019 年美团外卖轻食沙拉品类订单增速均远超大盘。2020 年上半年,受新冠肺炎疫情影响,轻食外卖市场较为低迷,而随着疫情逐步缓和,轻食外卖市场恢复势头强劲,2020 年下半年,轻食订单年同比增长 50%,在线商户年同比增长 27%,交易用户年同比增长 42%。2020 年全年,美团外卖轻食品类商户的店均月售订单是普通外卖商户店均月售订单的 1.74 倍。

2020 年美团平台轻食沙拉品类分析

2020 年下半年

轻食外卖订单
全年同比增长

50%

在线商家年
同比增长

27%

交易用户年
同比增长

42%

2020 年全年

轻食品类商家店均月售订单是
普通外卖商家店均月售订单的

1.74 倍

总体来看,轻食仍属蓝海市场,整体处于需求大于供给状态,供给单产相当可观,外卖平台上许多轻食门店已达月售 9999+。同时,80 后、90 后的年轻人士是轻食消费的主力人群,且需求量仍在高速攀升。

来自消费者的声音

美团外卖轻食消费用户画像



- 以女性群体为主
- 年龄在 20-30 岁之间
- 学生及白领群体、本科以上学历、未婚或已婚未生子的用户对轻食的偏好度更高
- 关联度高的品类: 奶茶 超市 / 菜市场 / 便利店 甜点 咖啡 果汁 水果捞 火锅 美妆
- 搜索关键词: 轻食 沙拉 三明治 减脂餐 减肥餐
- 月点餐频次在 10 单以上
- 客单价在 15-35 元之间

数据来源:美团外卖 2020

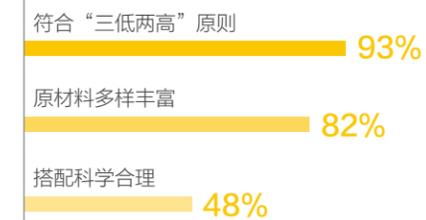
那么,消费者又是如何看待当前的轻食消费与轻食市场呢?我们的调研结果显示,外卖在目前的轻食消费渠道中仍然占据主导性优势,而商户也将外卖服务作为轻食销售的主要途径。

消费者眼中的轻食

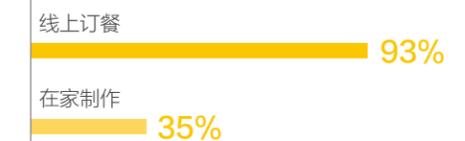
消费者对轻食的认知与消费情况如何?

71% 的消费者了解且吃过轻食

轻食认知

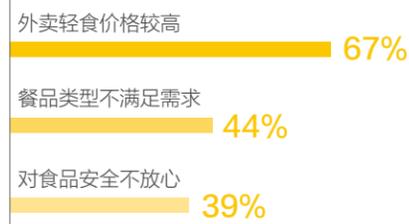


消费者消费轻食的主要渠道有哪些?

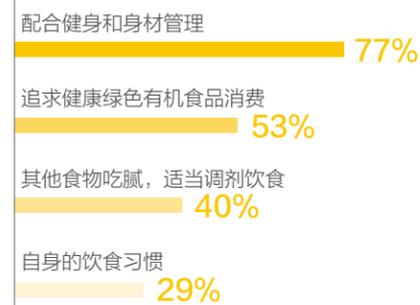


消费者眼中的轻食

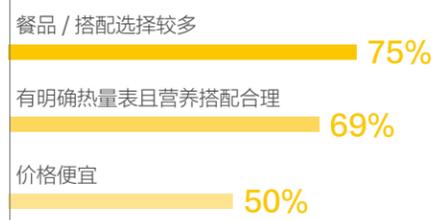
消费者选择在家制作轻食的主要原因是什么？



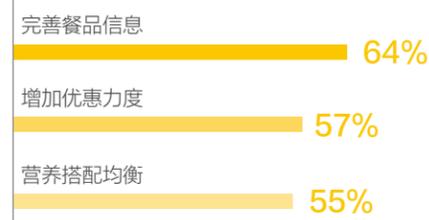
消费者选择轻食的主要驱动力有哪些？



什么样的轻食商户或餐品更受消费者青睐？



在消费者眼中，轻食商户还能在哪些方面做得更好？



除此之外，我们的调研结果还显示，消费者在对轻食的支付意愿和餐品营养标注等方面与商户的认知存在一定差异，您在未来的经营过程中可重点参考相关信息。

轻食支付意愿



餐品营养标注



机遇与挑战并存的轻食餐饮市场

轻食餐饮市场正处于蓬勃发展阶段，存在旺盛的消费需求和全新的市场机遇。但与此同时，由于现阶段存在市场认知不足、商户规模较小、食品安全管理难度高等问题，亟待多方携手予以改善，共同促进轻食餐饮的高质量、可持续发展。

机遇



契合国家政策导向，行业前景稳定：在2016年发布的《“健康中国2030”规划纲要》中，我国明确提出要“引导居民形成科学的膳食习惯，推进健康饮食文化建设”。轻食餐饮作为健康饮食方式的代表，是助力实现“健康中国”的重要组成部分，与国家提倡的健康理念有较高的适配度。



轻食消费需求旺盛，发展空间广阔：随着关注减肥、减脂、健康的90后、00后逐渐成为当代消费主力军，以及健康生活的消费升级，公众对餐饮的需求逐渐从“吃饱饭”向“吃好饭”过渡。而轻食以其搭配均衡、营养价值高等特点，将会受到越来越多消费者的青睐，具有极为广阔的发展前景。



销售渠道以外卖为主，运营相对简单：从目标消费人群的消费习惯来看，未来一段时间内，轻食餐饮消费仍将以线上外卖为主，这就决定了无论是在场地租赁还是在人力等运营成本投入上，轻食相较于传统餐饮行业都更具优势。

挑战



行业准入门槛较低，同质竞争严重：主流轻食餐品的可选原材料和制作方式相对有限，制作流程比较简单，且轻食消费理念主要在一、二线城市较为普及，这些因素导致了目前轻食餐饮行业准入门槛较低，市场上的轻食品牌大多面临着同质化竞争、在同一商圈“扎堆”开店等带来的压力。



对原材料品质要求高，食品安全备受关注：主流轻食餐品的原材料多需要新鲜果蔬和高品质肉类，且在烹饪方法上以冷食为主，缺少高温消毒杀菌的步骤，这对轻食餐饮行业的食材采购、供应链运输、加工制作、外卖配送等全流程提出了更高的食品安全要求。



轻食店规模普遍较小，标准化程度不高：我们的调研数据显示，88%的轻食商户拥有的员工数量在20人以下，属于规模较小的餐饮商户。由于缺乏系统和正确的指引，小型商户的运营标准化程度并不高，在突出品牌特色、为消费者提供个性化服务和体验等方面也存在一定的挑战。



开始您的轻食餐饮创业



在充分了解轻食餐饮市场的发展情况后，如果您已经决心加入却苦于无从下手，可以参考我们为您准备的这一份创业流程清单。

第一步：初期筹备阶段

了解市场状况

在进行正式的轻食餐饮创业前，我们强烈建议您进行前期的市场调查，充分了解轻食餐饮在当地的发展现状，以评估当地市场的供需状况、发展趋势，通过全面的市场洞察细化您的创业意向，初步明确经营策略、选址区位等。

市场洞察可考虑的维度和因素

行业洞察

您需要了解轻食品类的市场情况，未来发展趋势。如：

- 您所在的城市 / 区域的轻食市场现状（整个市场发展趋势、细分小品类类别、订单量等）
- 您所在的区域轻食商户分布和集中情况（可运用外卖平台 App 或者地图 App 的热力图功能）
- 您所在的城市 / 区域商业圈、住宅、写字楼分布情况及客流量
- 您所在的城市 / 区域客户群体消费水平
- 您所在的城市 / 区域交通便利状况等

客户洞察

您需要了解轻食行业的客户群体，了解消费者对轻食产品和对轻食商户的偏好。如：

- 您所在的区域客户群体的人均消费能力
- 您所在的区域客户群体年龄分布、男女比例分布、职业分布
- 您所在的区域客户群体消费场景偏好、饮食偏好等

竞争对手洞察

您需要了解您所在区域竞争市场、竞争对手的商业战略、营销方式、优劣势等，并从中找准差异化的发力点。如：

- 直接竞争对手（轻食商户）与间接竞争对手（高销量的非轻食商户）的数量、客单量、产品类别、平均价格、优劣势、宣传方式等

评估自身实力

其次，我们建议评估现有人、财、物资源的情况，创始人的经验、创业资金的累积、现有的物资状况都会影响轻食门店的规模大小和经营模式。明确的自身定位和资源的评估，有助于制定详细的创业计划和确定商业模式。

创业资源评估



您现在拥有的有形资产（如，店铺设备、创业资金、商铺等）资源有哪些？如何利用这些资源？分别有哪些优劣势？



您现在拥有的无形资产（如，餐饮知识、餐饮经验、创始人能力等）资源有哪些？如何利用这些资源？分别有哪些优劣势？



您现在拥有的社会关系（如，人脉、人际交往、合作伙伴）资源有哪些？如何利用这些资源？分别有哪些优劣势？

选择合适的开店模式

除了了解市场的整体情况和自身的综合条件，我们建议您进一步明确意向的轻食餐厅的开店模式，即，明确发展路线是以堂食为主、外卖为主或二者兼顾。

如果您认为自己的轻食餐品供给丰富、有突出特点，且注重消费体验，可以满足多样化点餐需求、服务于多种消费场景，那么，您可以考虑以堂食经营为主；如果您希望专注经营较为单一的轻食品类，那么，您可以考虑外卖经营为主。

开店模式	优势	劣势
堂食	<ul style="list-style-type: none"> 满足社交型（应酬、约会等）餐饮场景需求 消费者堂食消费对价格敏感度降低 便于提供更好的服务体验 	<ul style="list-style-type: none"> 选址、装修、服务、餐品的要求较高 人工成本高

开店模式	优势	劣势
外卖	<ul style="list-style-type: none"> 较低的投资成本和较快的开店周期 消费者对装修、服务要求不高，成本降低 更集中的经营品类 产品更容易做到标准化 	<ul style="list-style-type: none"> 消费者体验不足 平台上可选商户多，对价格敏感 没有店面，品牌沉淀速度慢
堂食 + 外卖	<ul style="list-style-type: none"> 易于增加品牌曝光，进行线下引领和转化 多渠道增加客单量 	<ul style="list-style-type: none"> 人工成本可能较高，需有专员负责外卖订单备餐和打包 消费高峰期对于备餐速度要求高

确定创立或加盟轻食品牌

接下来，您需要考虑选择自创轻食品牌还是加盟已有的轻食品牌。我们建议，如果您对自创轻食品牌有极大的兴趣，且在餐饮行业有较为丰富的经验和资源，充分了解餐饮创业的风险点，可考虑自创品牌；如果您是首次进行轻食创业，对整体的轻食发展仍处于观望状态，则可考虑加盟已有轻食品牌。在这里，我们重点为您介绍加盟轻食品牌的注意事项。

如果选择加盟已有轻食品牌，您需要了解意向加盟品牌的加盟流程，了解加盟品牌的情况、加盟条件和加盟配套管理支持系统。我们建议您遵循“多问、多查、多走访”的原则，对加盟品牌进行全面的考察与分析。

- 多问：**在了解公司的基本情况后，将关注或有疑惑的问题列成清单，主动咨询品牌商的加盟情况和财务状况，避免在现场被动接受信息。如，了解品牌发展与经营历史；在城市/区域的进入情况；品牌对于加盟商的支持措施；品牌的餐品/菜单；品牌价格定位、客单价；品牌闭店率等。
- 多查：**通过第三方软件查询公司的企业信用信息、商标情况及涉诉情况，以形成对意向加盟品牌全面整体的认知。
- 多走访：**通过实地走访加盟商户，向商户老板了解实际经营情况、品牌支持措施的落地等，深入了解是否符合自己的心理预期。



第二步：店铺选址阶段

经过初期的筹备，您应该已经对轻食餐厅发展有了比较明确的定位。接下来，便可以开启店铺选址工作。我们的调研显示，轻食商户在选址时会重点考虑商区的城市排名（63%）、轻食订单情况（60%）、用户需求饱和度（51%）等因素。

除了可以参考上述主要因素外，我们也为您列出了在选址上可以考虑的其他因素。

如果您的轻食餐厅以堂食为主

开在沿街商铺

- 建议考虑开在定位相符的人群中心附近（比如学校、社区、写字楼等），步行可达的距离能更好的吸引消费者线下消费。
- 建议考虑道路整体情况、堵车情况、停车场距离等，交通成本越低，消费者选择堂食的可能性越大。

开在购物商场

- 在启动资金充足的情况下，可以优先考虑在商场开店，经验丰富的大型开发商能为餐厅提供规范的物业管理和集中的消费者引流。
- 由于不同商场吸引的消费者类型不一致，建议在进驻商场前明确商场的消费者定位和预期是否一致。如，商场开在繁华的商业中心，消费者多为爱休闲的青年人；商场开在社区群附近，消费者多为全家出动。



如果您的轻食餐厅以外卖为主

选择外卖大热的商圈

- 先考虑商圈外卖订单，其次是同品类订单，以及最高订单及最低订单差。

确定轻食品类是否受欢迎

- 建议参考美团外卖轻食用户画像，了解所处商圈的用户结构，确定商圈主要消费群体是否与轻食消费用户画像匹配。
- 建议参考外卖平台公开数据，了解商圈内品牌竞品的产品、活动信息、订单评价转化率，以及商圈当前主打产品、活动力度和用户评价等信息。
- 除了轻食品类商户爆品销量排名外，也可以参考年轻人喜欢吃的其他品类餐品，如牛排、意面、便当类、肠粉等的销量排名。

确定商圈和您的商户消费水平是否一致

- 建议在选址时确定好轻食餐厅的价格范围。可以将商圈排名靠前的商户人均价列出，算出该商圈的人均价及轻食品类的商户的平均人均价作为参考。您的定价策略宜与该商圈平均水平保持一致。

确定商圈内的物流运力是否充足

- 了解附近 3-5 公里范围内的配送运力是否充足，能否及时满足外卖餐厅上线后的配送需求。

【注意事项】选址时有哪些“雷点”不要踩？

选址是餐饮创业者的头等大事，我们通过与品牌商户的深度访谈，了解门店运营面临的挑战，建议您注意规避以下问题。

- **经营环境：**注意观察地址周边的外部环境，避免选在用户体验差、外部食品安全卫生风险大的地方。
- **产品认知：**避免在不清楚地址周边用户需求以及自身餐品卖点的情况下选址。
- **盈利模型：**避免选在房租、水电、人力等成本超出自身可负担的区域内。
- **店内动线：**避免选择店铺动线设置不合理的店铺。

第三步：店铺准备阶段

选择好合适的店铺以后，您就可以正式开始进入到店铺的开张准备中了。

装修

获取店铺平面图，按照基本的食品安全、消防和环保要求，规划店面分区，开展装修活动。

招聘与培训

如果您的店铺规模较大，需要更多人手参与日常管理和运营工作，可以在此阶段着手开展招聘和培训。

轻食品牌 / 商户餐厅通常需要配备哪些员工？

岗位	主要职责
店长	协助进行餐厅的筹备开业；制定各项制度和管理规范，对餐厅进行全面有效管理；组织餐厅整体的服务工作，确保餐厅服务质量和卫生标准；做好餐厅人员的培训和管理，并最大限度调动员工的积极性。
经理	监督供货商保质保量供应食材原料；管理餐厅的订单系统，协同后厨做好日常点餐出单；检查餐厅营业区域，督导员工做好餐前准备；听取消费者的反馈和意见，及时处理消费者投诉。
营养师	餐厅如有条件，可配备有专业资格资质的营养师，为菜品的搭配、制作等提供营养学建议，并可由其测定菜品的主要成分、热量，确保餐品准确、清晰地标注各项营养信息。
厨师	组织日常备餐、出餐，确保餐品制作符合规程，满足出餐标准；协同店长 / 经理制定食材采购计划，合理使用原材料；确保后厨遵守安全卫生清洁规定；定期组织进行新品研发。
配餐员	在厨师指导下进行菜品的清洗、分切、调味、烹饪，根据订单情况进行摆盘、装盘和出餐；协助把控食材原料的质量。
勤杂工	进行蔬菜洗捡、食材的去皮去壳；餐具、厨具的清洁和消毒工作；后厨及厨房的保洁工作等。
服务员	如您的店铺提供堂食，可根据店铺规模，配备适量的服务员，为消费者提供热情、周到的服务。

第四步：资质证照办理阶段

现在，一切准备就绪，您可以开始进行资质证照办理工作。我们提供了基本的办理流程和需要准备的材料，您也可以结合当地政府需要，灵活进行调整。



营业执照：准备好店铺租赁合同、房产证复印件和个人身份证等文件信息，到所在地市场监管或行政审批机构办理。



食品经营许可证：提交营业执照、店铺规划图、食品加工操作流程图和健康证明等信息，到所在地市场监管或行政审批机构办理。



环保备案：您可到当地环保局网站，找到“建设项目环境影响登记表备案系统”，填报登记表后，备案系统将自动生成备案编号和回执，即备案成功。可将登记表打印后由法人签字或公司盖章，并妥善保存以配合环保部门抽查、检查；如餐厅规模达到相应分类管理标准，需按要求开展环境影响评价。



消防手续：提交申请书、餐厅位置平面图，并领取《消防安全重点行业审批表》，由消防主管部门派防火检验员检查验收。



健康证明：从事直接入口食品工作的从业人员应取得健康证明后方可上岗。

如果您的轻食餐厅以外卖为主，那么在实体店证件办理齐全后，您可以准备入驻外卖平台。有关如何入驻美团外卖平台的信息，请参见 <https://kd.meituan.com/>。

第五步：开业阶段

经过以上四步，您的轻食餐厅已经具备了开业的基本条件和基础。现在，选择合适的时间，准备开业吧！





行动指南

深耕日常的经营管理



现在，您的轻食餐厅已经开始营业了。日常经营过程中，可能会面临更多的挑战。那么，请跟随我们的脚步，一起看看《指南》为您提供了哪些方面的帮助吧！

食品安全无小事

食品安全是餐饮业的重中之重，对于注重营养均衡、偏好生食方式的轻食餐饮更为重要。一旦轻食餐厅发生食品安全事件，不仅创业努力付之东流，更会面临相关法律法规的处罚风险。对此，我们建议所有的轻食从业者筑牢食品安全底线思维，参照食品安全法律法规、国家与行业标准以及本《指南》指引，从源头起全力消除食品安全风险隐患。

轻食食品安全有哪些风险点？

相对于其他餐饮品类，轻食品类在经营过程中，主要存在如下风险点：

细菌、病毒等微生物性风险



在轻食制作过程中，食品原料、加工环境、加工人员、加工工具及容器具都可能造成细菌、病毒、寄生虫等污染。由于轻食品类主要以沙拉等冷食为主，这类冷食在制作过程中加热杀菌较少，因此原料的微生物风险尤其重要。如不对食材来源进行严格把关和彻底清洗、消毒，原材料自身携带的微生物对消费者健康的风险将极大增加。

农药、重金属、真菌毒素等化学性风险



食品原料中的化学危害往往在后续加工中不能除去，在制作过程中会转移到成品中。多数轻食商户的规模较小，没有检验条件，因此索证索票对化学性风险的控制尤为重要。如不进行操作规范指引，正确进行原辅料的采购验收，食品安全的风险将大大提高。

泥沙、头发、虫害等异物性风险



和其他餐饮品类一样，异物是轻食类食品投诉最多的原因之一，其中员工的头发、虫害最为常见，因此应通过操作规范指引，控制环境虫害、保持员工的个人卫生，降低异物性风险。

同时，加工过程工器具的清洗和消毒对于最终食品的安全也非常关键，如果控制不当，引起交叉污染的风险也非常高。



【重要提示】食品安全风险警钟常在



由非法使用违禁药品造成的食品安全风险事件

2001年8月，浙江省桐庐县发生1起因食用含有瘦肉精的猪肉和猪内脏集体中毒事件，中毒180余人；2001年11月，广东省河源市有690多名市民因食用瘦肉精猪肉同时中毒；2006年，上海市瘦肉精中毒事件涉及9个区，有超过300人次的中毒人员到医院或医务室就诊。



由操作人员健康隐患造成的食品安全风险事件

2018年8月，广西桂林举办的某大型会议中，参会人员在当地某酒店用餐后，有92人因腹泻、呕吐、发烧等症状入院治疗。经调查，事故原因为制作“卤味拼盘”的厨师携带肠炎沙门氏菌。



由贮存加工不当造成的食品安全风险事件

2016年7月13-14日，在海南某酒店用餐后，20名消费者出现腹痛、腹泻、发热，并伴有恶心、呕吐等症状。经现场流行病学调查确认，该酒店虽然使用的刀、板、盆等工具容器有明显标识，能做到生熟分开，但由于将豇豆与海白螺同时存放在冰箱内，导致豇豆被海白螺交叉污染副溶血性弧菌，进而引发的食源性疾病暴发事件。

我的轻食餐厅应该怎么做？

原料采购

原料采购和验收是食品安全中重要的一环，是确保您的轻食餐厅食品卫生安全的第一步。我们建议您建立并适时更新原料的采购和验收指导文件，从有资质的供货方购买合格的原材料，做好索证索票，并及时准确地记录原料的批次等关键信息，对原料的感官品质做好检查，对于有问题或有风险的原材料坚决不予使用，避免对制作的食品带来额外的风险。

您可采用快速测定法，通过配备试纸等快速检测的工具，对原料的农药残留等指标进行筛选和监测，及时识别和管控原料的风险。对于有条件的餐饮商户，可设立检验部门并配备具有专业资质的检验人员、检测实验室等，开展更加细致、深入的专项检查。



【小知识】食品原料通用检验项目

您可以结合轻食食品的加工过程及食用方法，分析可能发生的安全危害，确定通用检验项目和（或）专项检验项目。其中，通用检验项目通常包括：

- 感官指标测定（如，通过观察食品的颜色，触摸食品的表面等方式，确认食品有无腐败变质的情况发生）
- 果蔬类的农药残留快速测定
- 食品加工、运输、贮藏、销售中的中心温度测定
- 食品加工区域的温湿度测定
- 鲜榨果蔬汁饮料等直接入口食品的细菌总数、大肠菌群测定

加工环境

环境卫生

轻食餐饮场所、设施、设备应定期维护和清洁消毒，出现问题要及时维修或者更换。同时，您需定期清洁食品处理区的设施和设备，并保持地面无垃圾、无积水、无油渍，墙壁和门窗无污渍、无灰尘，天花板无霉斑、无灰尘。您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“餐饮服务场所、设施、设备及工具清洁方法”。



- 不同类型的食品原料、不同存在形式的食品（原料、半成品、成品等）分开存放，其盛放容器和加工制作工具分类管理、分开使用，定位存放。



- 不在食品处理区内从事可能污染食品的活动。
- 不在食品处理区外从事食品加工活动。
- 接触食品的容器和工具不直接放置在地面上或者接触不洁物。



有害生物防治

餐厅中常见的有害生物包括鼠类、蟑螂、苍蝇、蚊子等，会对餐厅经营造成负面影响，并对消费者和员工的健康、安全和福利构成威胁。我们建议，如您在经营过程中发现有有害生物痕迹，应追查其来源；一旦发现有害生物，应尽快将其杀灭，坚决杜绝有害生物产生的食品安全风险。



防治原则：优先使用物理方法，必要时使用化学方法。



防治设施：可根据需要配备适宜的有害生物防治设施，如灭蝇灯、防蝇帘、风幕机、粘鼠板等，防止有害生物侵入。



结构防护：做好天花板、墙壁及门窗缝隙等的封堵，对于容易藏匿虫害的关键位置定期进行检查和清理。



清洁卫生：定期做好设备、工器具的清洁，尤其针对清洗区、库房等虫害风险较高的位置确保清洁卫生，避免虫害孳生风险。



严防污染：避免食品或者食品容器、工具、设备等在有害生物防治过程中受到污染。如不慎遭到污染，请注意彻底清洁，消除污染隐患。此外，如果您的餐厅中存放有化学防治药剂，请将其存放在专门设施内并上锁管理，以保障食品安全和人身安全。

餐品制作

从业人员

我们建议您的轻食餐厅建立从业人员健康管理制度和食品安全培训计划、制度，为每位从业人员配备相应的健康管理档案、进行相应的食品安全知识培训，确保上岗的从业人员均取得健康证明，并每年进行至少一次健康检查。您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“XX店岗前健康检查记录表”“餐饮服务从业人员洗手消毒方法”。

操作人员示意图

谁需要佩戴清洁的工作帽并将头发全部盖住？

- 接触直接入口食品的从业人员
- 进入食品处理区的非加工制作从业人员

制作哪些餐食的从业人员需要佩戴口罩并遮住口鼻？

- 现榨果蔬汁 / 果蔬拼盘 / 植物性冷食类食品（不含非发酵豆制品）
- 简单加工后即可供应的预包装食品
- 调制可直接食用调味料
- 备餐
- 专用操作区内从事其他加工制作
- 其他接触直接入口食品
- 发生重大公共卫生事件时进入现场及附近



- 工作服应干净整洁
- 进入专间前，加工制作人员应更换专用的工作服
- 接触直接入口食品的从业人员应及时清洗更换工作服，确保清洁

需要洗净并消毒双手的情形有哪些？

- 进入食品处理区和就餐区前
- 进入专间或专用操作区前
- 加工制作食品前
- 打包食品前
- 加工过程中触摸口鼻、眼睛、耳朵、口腔或身体其他部位后
- 咳嗽、打喷嚏用手捂口鼻或擤鼻涕后
- 清洁餐桌、餐具、环境卫生后
- 使用卫生间后
- 接触化学品和 / 或不洁物品后
- 手部有明显污染物时等

需要佩戴一次性手套的场景有哪些？

- 加工食品时
- 配餐时
- 打包时

从业人员不应留长指甲、涂指甲油

从业人员手部有伤口时，使用的创可贴宜防水且颜色鲜明

- 从业人员工作时，佩戴的手表、手镯、手链、手串、戒指、耳环等饰物不应外露
- 食品处理区内的从业人员不应化妆

制作工具

我们建议，凡是与食品接触的容器、工具和设备部件，应使用陶瓷、玻璃、铝制、不锈钢、塑料等食品级原料，表面光滑，易于清洁和保养。请您确保这些容器、工具和设备部件不用于与食品盛放、加工等无关的用途。切记不可重复使用一次性餐饮用具。



做好区分标识：用于盛放和加工原料、半成品、成品的容器、工具和设备能明显区分，分开放置、使用，并做好标识。



注意清洁消毒：使用餐饮用具、盛放或接触直接入口的容器和工具前请消毒，使用后及时洗净。清洁消毒后的餐饮用具定位存放在专用、不敞开、定期清洁消毒并保持干燥的保洁设施或消毒柜中。您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“餐饮用具清洗消毒指引”及“餐具消毒效果检查情况记录”。



定期检查维护：定期检查、维护餐饮用具，确保其没有缺口、裂缝、磨损和染色等情况。



生熟分开存放：分开存放盛装生食与熟食的餐饮用具。



【小知识】分类又分色，砧板与刀具使用不出错

砧板和刀具是食材处理的常见工具，做好这两项工具的日常收纳和分类，对确保食品制作环境的安全来说至关重要。我们建议您将砧板和刀具存放在专用位置上，定期检查砧板和刀具状态以确保其状况良好，并通过不同砧板和刀具的颜色来区分、切配不同类型的餐品。



红色砧板与红色手柄的刀具：切配牛肉等生肉类食品



蓝色砧板与蓝色手柄的刀具：切配生海鲜类（包括生食刺身）食品
（注：处理生食刺身时使用专用蓝色砧板和蓝色手柄刀具）



黄色砧板与黄色手柄的刀具：切配生家禽食品



绿色砧板与绿色手柄的刀具：切配沙拉、消毒后或已削皮的蔬菜和水果



白色砧板与白色手柄的刀具：切配其他即食食品



【小知识】什么是一次性餐饮具？

根据 GB/T18006.3 的定义：

- **一次性餐饮具：**指预期使用于用餐或类似用途的器具，包括一次性使用的餐盒、盘、碟、刀、叉、勺、筷子、碗、被、桶、罐、壶、盖等，也包括有外托的一次性内衬餐具，也包括用餐目的的或类似用途的食品包装物。但不包括无预期用餐目的或类似用途的食品包装物。如生鲜食品托盘、酸奶杯、果冻杯等，也不包括仅用于食品保鲜、展示、贮存、封装目的的食品包装物如饼干衬托、蛋糕盒等。
- **一次性可降解餐饮具：**用可降解³⁴材料制作的一次性餐饮具。

注：可降解指在自然界如土壤、沙土、水等条件下，或者是在特定条件如堆肥化或厌氧消化条件下或水性培养液中，可最终被分解为成为较简单的化合物及所含元素的矿化无机盐、生物死体的一种性质。

制作流程

初加工

初加工主要分为解冻、原料清洗或原料处理等几种情形。



解冻：如需要解冻肉类、禽类和 / 或鱼类，我们推荐您在时间允许的条件下，优先使用冷藏解冻的温度控制法，将食品置于冷藏冰箱的最底层货架上进行解冻。此外，您还可采用微波解冻的方式。请注意，冷冻肉解冻后应立即加工制作，或在特定的环境和时间内进行暂存（您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“食品解冻操作规范参考”）。



原料清洗：请分开使用盛放不同类型食品原料的工具和容器。对于未事先清洗的禽蛋，使用前需清洗外壳，必要时消毒。生食蔬菜、水果和生食水产品原料在专用区域或设施内清洗处理，必要时进行消毒（您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“生食蔬菜、水果清洗消毒指南”）。



原料处理：在粗加工制作区剔除原料不可 / 不宜食用部分。



烹饪

轻食的烹饪通常涉及冷食加工和热食加工两种方式，这两种方式在食品安全方面需要注意的侧重点各不相同，我们为您提供如下建议。

冷食加工

加工区域要求：如需完成直接入口易腐食品的冷却、分装和分切等操作，请在明显标注其用途的专间或专用操作区由专人进行加工，专间和专用操作区内温度不高于 25℃。请注意，不要在专间内从事非清洁操作区的加工制作活动。

加工制作要求：加工前检查待加工食品原料，发现有腐败变质或其他感官性状异常的，不得进行加工。制作过程中，无人通过及食品传递时，专间门窗应保持关闭。

热食加工

热加工前：检查待加工食品原料，如发现有腐败变质或其他感官性状异常的原料，不得进行热加工。同时，不得将回收后的食品（包括辅料）经热加工后再次供应。

热加工中：检查记录内部烹调温度，每餐随机检测各类食品其中一种的内部烹调温度并如实记录。请注意，需要烧熟煮透的食品，加工制作时其中心温度应达到 70℃ 以上；对特殊加工工艺、中心温度低于 70℃ 的食品，需严格控制原料的质量安全。

热加工后：如发现烹调中心温度不达标，请继续加热至限值或做废弃处理（您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“最低烹调中心温度和持续最短时间要求”）。



【重要提示】加工现榨果蔬饮料需要注意什么？

您的轻食餐厅可能会考虑售卖鲜榨果蔬饮料，从制作到销售，请您务必注意以下各项环节：



消毒：加工现榨果蔬饮料使用的果蔬应消毒，消毒后用预包装饮用水、符合相关规定的净化设备处理后的直饮水或煮沸冷却后的生活饮用水冲洗。



制作：严禁掺杂、掺假、使用非食用物质，且不得使用食品添加剂。



存放：果蔬食材从完成消毒到制作现榨果蔬饮料的时间不应超过 6 小时，超时未使用的果蔬应重新消毒，无法再次消毒的应废弃。请注意，现榨果蔬饮料应现榨现售，不能即时供应的存放于 8℃ 以下的温度条件下，存放时间不超过 2 小时。



清洁：加工完成后应及时将使用后餐饮具、容器及相关的加工工具清洗消毒，对使用后的环境及设施设备进行清洁，及时清理加工剩余的废弃物，保持专用操作场所的清洁。



热食冷却

烹饪后需要冷冻（藏）的易腐食品应及时冷却，可采取将食品切成小块、搅拌、冷水浴，或者使用专用速冷设备等措施，将食品的中心温度在 2 小时内从 60℃ 降至 21℃，再经 2 小时或更短时间降至 8℃。

冷却后的食品必须盖好并贴上标签，放置在密闭容器内或使用保鲜膜等进行无污染覆盖，立刻储存至冷食专用的冷冻（藏）环境中。同时，我们建议您完整保存冷却时间和初始的温度记录。



【小知识】哪些食品属于高危易腐食品？



新鲜的蔬菜水果



乳制品、蛋类



禽畜肉



鱼类



豆制品

注：高危易腐食品是指蛋白质或碳水化合物含量较高（通常酸碱度（pH）大于 4.6 且水分活度（Aw）大于 0.85），常温下容易腐败变质的食品。

打包



打包容器：可根据食品特点选择符合国家安全标准的餐饮用具。外卖餐品应有包装或盛装在密闭容器中，同时做好防止配送途中撒漏的措施，必要时配备保温、冷藏等设施。如使用非一次性包装容器，在打包前应进行清洁，接触直接入口食品的非一次性包装容器，还应消毒，防止食品受到污染。



打包区域：打包应在专门的打包专间或专用操作区进行。每餐或每班在使用专间和专用操作区前，应对操作台面、专间或专用操作区的空气进行消毒。



打包过程：不同的餐品应使用容器或者独立包装，并对不同制品进行分隔，包装应完整、清洁，防止交叉污染。我们建议您使用外卖包装封签并在外卖餐品包装上标明食用时限，便于消费者更好地了解餐品信息。

配送

如果您的轻食餐厅以外卖渠道为主，可能需要考虑使用平台外卖骑手或选择自有配送渠道。当选择自有配送渠道时，配送过程中的食品安全工作也十分关键。我们建议重点考虑以下方面，防止食品在配送过程中受到污染。

配送前

- 对配送工具进行清洁，并分隔直接入口食品和非直接入口食品、需低温保存的食品和热食品，不将食品与其他有毒、有害物品混装配送。
- 配送人员符合食品从业人员的健康与卫生要求。

配送中

- 采取有效防护措施，如选择具备防雨、防尘功能的配送工具，必要时配备保温、冷藏等设施，在确保食品配送过程的温度等条件符合食品安全要求的同时，保证包装没有破损。

废弃物

轻食在加工制作过程中会产生餐厨垃圾、食材包装物垃圾等废弃物，相应废弃物的处置应当符合法律、法规和规章的要求，废弃物存放设施应及时清洁并在必要时消毒。有关废弃物处理的详细指引，您可参考本《指南》的“环境友好记心间”章节。



关于食品安全，给您一些灵感

Fitgreen 适绿轻食

Fitgreen 适绿轻食（以下简称“Fitgreen”）2017年创始于长沙，目前在全国有30余家外卖门店。

轻食冷食、生食的特点使Fitgreen格外关注对食品安全和卫生的管理。Fitgreen采用“质量、服务、清洁”（QSC）管理模式，制定了严格的食品安全管理制度，对门店设备布局、厨具清洁、工艺流程、食材储存、员工操作等方面做出规范。通过门店实时监控及每月运营部门的抽查，Fitgreen对门店的卫生及食品安全情况进行了监督并出具相关报告。

此外，通过对标餐厅凉菜间的安全卫生要求以及行业头部品牌的管理方法，Fitgreen在食材存放、人员操作、门店卫生等方面都有较好的实践。



Fitgreen 中央厨房食材保存、操作与处理

- 
食材存放：严格遵循分区、分架、分类、离墙、离地的食品存放要求，并定期检查、处理变质或超过保质期限的食物；委托专业厂家定制储存设备，保证5℃的冷藏温度和-18℃的冷冻温度。
- 
人员操作：制定操作间着装要求，明确刀具、砧板、抹布等工具的分类使用规范、规定器具消毒方式和频率；通过员工培训、门店监控、制定奖惩制度等方式，确保相关规范的落实。
- 
门店卫生：在后厨与取餐区之间加装玻璃隔断以保证后厨操作区的相对封闭性，杜绝食品接触不洁物；每日对门店进行卫生检查与登记，并定期进行大扫除与消毒保证门店清洁；与专业虫害公司进行合作，防止老鼠、蟑螂等生物入侵。

营养健康有方法

高品质的餐品是经营一家成功轻食餐厅的核心。不同于传统餐饮行业，轻食消费者往往更注重餐品搭配与制作的营养和健康，这也对轻食餐厅的餐品研发与设计提出了更高的要求。在本《指南》中，我们为您提供了一套较为科学的餐品研发思路。

组建团队

在一切开始前，我们建议您组建一支餐品研发团队，且这支团队应至少拥有一名专职或兼职的营养或膳食指导人员，负责轻食配餐方案的制定、餐厅从业人员的标准化出餐培训等。这支专业的餐品研发团队可以帮助您的轻食餐厅设计出符合健康理念且丰富多样的轻食餐品，从而满足不同类型消费者的个性化需求。

挑选食材

餐品研发团队组建完成后，您就可以开始选择制作轻食套餐的原料了。如我们在第一章所讨论，轻食套餐的搭配应符合“**三低两高**”原则，即，低热量、低脂肪、低盐、高蛋白、高膳食纤维。在食材的选择上，也应该遵循这一原则。综合参考世界卫生组织《健康饮食建议》（参见“附录二：扩展资源”）、中国营养学会《中国居民膳食指南》（参见“附录二：扩展资源”）以及营养学专家的搭配建议，您可以考虑挑选如下食材。



谷薯类食品：宜采用全谷物、杂豆和薯类食品，如全麦面包、紫米、糙米、玉米粒、青毛豆粒、甜豌豆粒、红豆、绿豆、鹰嘴豆、土豆、白薯、芋头等。



蔬果类食品：宜多样，蔬菜以深色蔬菜为主，如生菜、荷兰豆、黄瓜、胡萝卜、圣女果、青椒，可包含十字花科如油菜、西蓝花和菌藻类如木耳、蘑菇、海藻等，水果以草莓、苹果块、香蕉段、无籽葡萄等方便消费者食用的品种为主。



肉蛋类食品：宜使用脂肪含量低的肉蛋类食品，如鸡胸肉、牛肉等；水产品宜使用无刺的巴沙鱼、贝类、虾仁或含有 ω -3脂肪酸的海产品等。



坚果和大豆类食品：可配以部分坚果（如低盐腰果、杏仁、花生仁）以及豆制品。



调味料：宜采用低脂、低能量的沙拉酱或其他调味品。



奶类：宜采用低脂牛奶、酸奶等。



【小知识】 ω -3 脂肪酸

ω -3 脂肪酸是一种多不饱和脂肪酸，主要包括 α -亚麻酸和 DHA、EPA。

- α -亚麻酸：主要来源于植物油，如紫苏籽油、亚麻籽油、奇亚籽油等；
- DHA、EPA：主要来源于深海鱼类，如凤尾鱼、鲑鱼、鲱鱼、鲭鱼、鲑鱼、沙丁鱼、鲱鱼、湖鳟鱼和金枪鱼等。

营养搭配

我们建议您采用“餐品制作优先”的原则，先按照烹饪要求制作不同的餐品，再根据餐品的食材构成和营养需求进行搭配，保证餐品在拥有良好色、香、味、形的同时，也符合营养要求。

满足消费者个性化、定制化的饮食需求在轻食餐品研发过程中尤为重要。在餐品的合理搭配方面，您可以先对消费者进行人群（如，男性、女性）和需求（如，健身、瘦身等）的划分，再根据不同的需要，制作食材搭配不同、能量来源比例不同的轻食餐品。



【重要提示】如何分配一份轻食餐品的营养配比？

我们建议您对轻食餐品设置能量等级。在确定全天总能量的基础上，配制不同能量等级的产品。

对于轻食餐品，建议一餐能量介于一天能量需要量的 20%-30% 为宜；如制作适用于午餐的轻食餐品，可按全天总能量 40% 来进行估算。

此外，您也可根据不同需求，制作满足一餐能量需求 50%、60%、70%、80% 等四个等级的轻食套餐。





【小工具】如何估算人体全天总能量？

人体每日所需的能量估算有三种主要方式：参考专业标准推荐的能量参考摄入量；根据体型计算所需能量；以及根据年龄、性别、身高、体重计算所需能量。其中，国家卫生健康委员会曾发布卫生行业标准 WST578.1，为不同年龄段和不同体力劳动程度人群的全天总能量摄入需求提供了参考。您可考虑结合此表，合理配比您的轻食餐品。

中国居民膳食能量需要量（EER）^注

单位：千卡（kcal）/天

年龄	男性			女性		
	轻体力	中体力	重体力	轻体力	中体力	重体力
15~	2550	2850	3200	2050	2300	2550
16~	2600	2900	3250	2050	2350	2600
17~	2650	3000	3350	2100	2350	2650
18~	2250	2600	3000	1800	2100	2400
50~	2100	2450	2800	1750	2050	2350
65~	1950	2350	-	1700	1950	-
80~	1900	2200	-	1500	1750	-

注：本表参考自 WST578.1《中国居民膳食营养素参考摄入量第 1 部分：宏量营养素》

营养信息

营养信息是消费者了解食品营养成分组成和特征的重要途径。我们的消费者端调研结果亦显示，69% 的轻食消费者在选择轻食时倾向选择食品有明确热量表且营养搭配合理的商户；与此同时，多达 64% 的消费者希望完善餐品信息（如原材料、热量 / 卡路里、营养素、适用人群）。为了让消费者更好了解轻食餐品的营养信息，吸引更多消费者选择您的店铺，我们建议您可以采取如下做法。



标什么？

您可参考国家卫生健康委发布的《餐饮食品营养标识指南》，对能量和营养素名称、含量等进行标示，并可进一步标示膳食纤维等轻食中含量较高的营养素，以及对常见致敏物质进行提示。

基本标示内容

能量
 脂肪
 Na 钠
 相当于钠的食盐量（1 毫克（mg）钠 = 2.5 毫克（mg）食盐）

可选择标示内容

- 包括蛋白质、碳水化合物、糖、维生素及矿物质等。
- NRV** 鼓励在标示能量和营养素含量的同时标示出其占营养素参考值（NRV）的百分比，NRV 数值参照《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》（GB 28050）中相关规定。
- 鼓励在菜单上声明“成年人每日能量需要量为 2000kcal”和“成年人每日食盐摄入量不超过 5g”（相当于钠摄入量不超过 2000mg）。

来源：国家卫生健康委《餐饮食品营养标识指南》



【小知识】常见致敏物质有哪些？

- 含有麸质的谷物及其制品（如小麦、黑麦、大麦、燕麦、斯佩耳特小麦或它们的杂交品系）
- 甲壳纲类动物及其制品（如虾、龙虾、蟹等）
- 鱼类及其制品
- 蛋类及其制品
- 花生及其制品
- 大豆及其制品
- 乳及乳制品（包括乳糖）
- 坚果及其果仁类制品

怎么标？

我们建议采用份、半份等作为单位进行标注，也可以参考《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》（GB 28050）中规定的“每 100 克（g）或 100 毫升（ml）”作为单位进行标注。

如何算？

对于大部分轻食商户来说，根据食材计算营养成分为最为常见和简便的计算方法。如果条件允许，您可以考虑购买线上营养成分计算工具，提高计算效率和准确度。



【小工具】如何根据食材计算餐品中的营养成分？

轻食餐品中营养成分的含量可以参考《中国食物成分表》中提供的数据进行计算。

计算方法为每种原料的实际含量 × 营养素含量 / 100，所有原料相加即每份套餐中该营养素的含量。

标在哪？

我们建议您可以考虑在如下位置标记营养标签，同时，我们为您提供了营养标签的通用呈现形式。请注意，我们鼓励您在营养标签上标注除了基本内容以外的特色营养信息。

- 外卖平台 / 线上点餐平台的餐品名称处
- 外卖平台 / 线上点餐平台的餐品图片内
- 外卖平台 / 线上点餐平台的餐品详情页中
- 外卖包装盒外侧
- 门店菜单等
- 自助取用和展示用的餐饮食品，可在餐饮食品旁标示营养信息

项目	含量（份）	NRV%
能量	千焦（kJ）或千卡（kcal）	
蛋白质	克（g）	
脂肪	克（g）	
碳水化合物	克（g）	
钠	毫克（mg）/ 克（g）	



关于营养健康，给您一些灵感

维士数字餐饮

维士建立了自己的小程序平台，消费者登录平台，在输入基础信息，选择饮食目的、口味、过敏原等信息后，便可自动生成每天每顿的卡路里摄入建议及每顿食用餐品的建议。

在外卖餐盒方面，维士特别制作了三色外卖盒，绿盒代表蔬菜，红盒代表蛋白质，白盒代表碳水化合物，每个盒子上均标注了详细的营养信息。同时，维士拥有总面积 4000 平方米的中央厨房，其功能涵盖加工、生产、包装、检验、仓储等端到端全流程功能。值得一提的是，维士高度重视餐品的食品安全和营养健康，在中央厨房配备了专业持证营养师、农残检测实验室和营养素检测室，与国内一流营养专家及机构合作，不断推进营养菜品的研究与创新。



农残检测实验室：配备先进食品综合分析仪，快速检测菜品原材料中的农残兽残，对每一批次原材料都进行二次检验检测，确保所有食材都没有农药兽药污染。



营养素检测室：在营养素检测室配备了检测蛋白质的自动凯氏定氮仪，检测脂肪的全自动索氏提取仪，检测水分、灰分所需的恒温箱、马弗炉，以及万分之一克高精度的电子分析天平。此外，每个样品均要做 2 次平行检测，以保证结果稳定。



消费者可以通过维士自有小程序获取每天每顿的卡路里摄入和食用餐品的建议



维士三色外卖盒每个餐盒上都标注了详细的营养信息



维士中央厨房农残检测室

关于营养健康，给您一些灵感

暖柠轻食

暖柠轻食是博霖餐饮旗下的全国连锁健康品牌，在餐品研发方面，暖柠轻食配备了专职营养师，专职营养师根据成年人每天对营养素（碳水，蛋白质，脂肪量等）及热量摄入的需求，在餐品的原料配方科学性和制作规范方面进行控制，严格按照产品配方进行生产，力求将产品精确到每份餐多少克以及每份食材多少克，确保标准化出餐，从而达到营养均衡的目的。

此外，暖柠轻食主要通过公众号进行营养学知识推送，利用短视频平台进行直播讲解，鼓励全体员工在私域中科普营养学知识，以及在外卖平台介绍餐品营养知识等方式对公众传播健康知识。目前，暖柠轻食已经推出了 20 多节营养学课程。

享瘦轻食作为博霖餐饮旗下另一品牌，在轻食创业培训领域深耕多年。为了推广专业、科学的营养健康理念，享瘦轻食成为了 IBFA（国际身体阻力与体适能训练协会）运动营养师授权培训基地，并在团队中配备了营养师，为创业者提供系统的营养学知识以及考证服务，支持行业培育更多专业轻食创业者。



暖柠轻食推出的营养学课程

消费体验新主张

轻食的兴起迎合了消费升级浪潮下人们对健康、品质生活的追求，轻食消费者不仅关注吃饱、吃好，对餐品品质、服务质量等综合消费体验的要求也日益提升。为了在竞争激烈的轻食品类中拔得头筹，轻食商户还需从消费者需求出发，关注餐品的种类与口味，优化餐品创新流程与菜单设计，并积极倾听消费者的意见与反馈，从而不断优化消费体验。



餐品的种类与口味

相较传统中餐、西餐，轻食餐品通常采用更简单的烹饪方式，以保留食材天然的口感与营养。具体而言，市场上常见的轻食套餐主要组成包括：

- 
主食：面包、杂粮饭、意面、荞麦面、紫薯、土豆等谷薯类食品，加工方式多为蒸、煮、烤等。
- 
蔬菜：生菜、芝麻菜、圣女果等蔬果类食品，多为生食或简单的水煮。
- 
肉食：鸡胸肉、鸡蛋等肉蛋类食品，多采用调味后进行煎、烤等低油低盐的烹饪方式。
- 
配料酱汁：芝麻酱、沙拉酱、油醋汁等调味品，以及坚果和大豆类食品等配料。
- 
饮品：气泡水、果汁、酸奶、脱脂奶等。

如何在经典的轻食搭配公式之上提供更优质的餐品，是消费者对轻食商户提出的考验。我们的消费者调研结果显示，75%的消费者更倾向餐品选择较多、搭配丰富的商户，65%左右的消费者则会关注轻食商品对口味口感的描述。鉴于消费者对餐品种类与口味的高度关注，我们建议您在遵循“三低两高”营养原则的基础上，探索对轻食餐品进行丰富和改良，从而创造更好的轻食消费体验。您可以考虑从以下三个方面着手：

提供餐品自由搭配选择：除门店预先设计的固定餐品之外，可通过提供餐品DIY选项，给予消费者更多在食材、酱汁、饮品等方面的自主选择权，最大程度丰富门店的餐品类型以满足消费者的需求。

提升原材料品质：原材料的品质在很大程度上影响了轻食餐品的口味，在成本可控的前提下可选择更加新鲜、优质的食材，提升轻食餐品品质与口味。

差异化产品研发：通过食材搭配、食材处理方式等方面的创新，如引入不常见的食材，或尝试新颖的搭配组合，开发新的酱料并改善餐品口味。

新品研发与更新

无论是从餐品的种类或口味角度，轻食都容易被模仿、复制。因此，稳定推出高质量的新品是轻食商户持续提升消费者粘性、保持行业竞争力的必然要求。经过我们的调研发现，34%的轻食商户每月推出新菜单，另有13%的商户以周为单位进行餐品更新。与其他餐饮品类相比，轻食品类的菜单更新频率维持在相对较高的水平。

以下列举了几个轻食新品研发的考虑因素，您可以结合门店订单量及研发能力，选择最适合自身的菜单更新策略：

地域：根据不同地区消费者的饮食口味、饮食文化，选择本地食材进行餐品搭配和烹饪方式的创新。

季节：根据季节，及时调整菜单内冷热食的比例，或根据时令推出当季限定餐品，以满足消费者在不同季节下的口感需求。如，推出适合冬季的暖食沙拉，增加烤制食材，有效打破轻食季节性壁垒。

市场反馈：通过用户调研或小范围新品试餐，提前了解受众需求，并在餐品上新后跟踪分析餐品销量与消费者评价，及时淘汰尾部餐品，以确保餐品随时满足消费者的口味需求。

在具体的餐品研发方面，您可以参考以下几种常见的餐品创新方式，同时积极开发符合自身品牌特点的个性化餐品系列，进行高效合理的餐品迭代更新：

引入新食材：在传统的鸡胸、牛肉之外，引入海鲜或地方性特色食材，丰富菜单内容。

调配新酱汁：酱汁是提升轻食口感的灵魂。通过特色口味、零脂零卡等新式调味酱汁的研发，即可在不进行大量投入的条件下，打造出口味独特的轻食新品。

烹饪新方法：在保持传统菜肴基本食材和风味的基础上，通过烹饪方式的创新，如将“炒”改为“烤”，打造传统菜系更为健康的“轻食版本”。

推出新功能：您可以根据餐品的营养成分，推出面向健身人士、学生群体等不同的功能性产品，此外也可提供定制菜单等服务性产品丰富您的产品系列。

消费者评价与反馈

消费者评价是商户直接了解消费者用餐体验的重要窗口，积极真诚的回复对于提升消费者满意度而言至关重要。同时，通过对消费者评价进行归类与分析，有助于商户进一步识别并针对性地解决消费者消费体验中的痛点，实现事半功倍的改善效果。

针对消费者的评价与反馈，您可以在以下几个方面采取行动：

评价回应：对消费者评价的及时处理有助于维持门店的消费者群体并树立重视消费者体验的形象，因此您可以建立一套针对消费者好评、中评、差评的回复及应对方法，以回复及时、态度真诚、具有针对性、承诺改进为原则回应消费者反馈。

差评分析：消费者差评能够反映出门店经营过程中存在的问题，您可以对消费者差评进行分析，识别并完善经营活动中的缺陷。您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“XX店差评分析表”。

除客户评价与反馈外，您可以通过以下方式主动拓宽消费者沟通渠道，提升品牌口碑：

消费者调研：通过开展消费者满意度调查、消费者回访等，了解消费者需求并获取反馈意见。

社群互动：打造门店消费者社群，与消费者建立直接联系，获取及时的消费者反馈。

关于消费体验，给您一些灵感

氢筒厨房

氢筒厨房创立于2020年5月，目前已在全国开设了50余家加盟店铺。在不长的发展时间内，氢筒厨房已经建立起了一套较为完善的运营管理体系，在食材采购、酱汁创新等方面有较多突出实践。

食材采购来源与方式：通过自有供应链业务，与第三方平台合作，在北京、上海、杭州、武汉等地设有分仓，可以实现加盟店一站式采购包装用品、酱料、门店耗材、冻品等；对于新鲜度要求较高的生鲜类食材，则由总部制定采购规则，加盟商在当地按照要求进行采购。

定制酱汁：除了传统的芝麻酱、凯撒酱等西式酱汁外，氢筒厨房开发了新中式系列酱汁，包括中式油醋汁、青瓜辣酱、密制剁椒酱等，让酱汁和其他产品更加符合中国人的口味。其中，“青瓜辣酱”是与虎帮辣酱联名推出的产品，得到了消费者的好评。



氢筒厨房售卖的酱汁，其外包装可以拼成完整的图案，通过这种创新的方式，增强与消费者的互动

关于消费体验，给您一些灵感

Subway 赛百味

赛百味是全球知名的三明治连锁加盟品牌，在面包、蔬菜、酱料、加料等品类上为消费者提供丰富的餐品搭配选择。

在实体店中，丰富的餐品选择“搭配”与店员的实时沟通，可以为消费者带来良好的消费体验。而在外卖平台上，过多的选择可能会让消费者、特别是首次入店的消费者产生不知道如何点单的困惑。

为了减少外卖平台上的点单困扰，赛百味特别推出了“小赛推荐标准搭配”（以下简称“小赛标配”），小赛标配中选择的蔬菜和酱料均为大多数消费者经常选择的品类，对外卖平台上的消费者较为友好，有效避免了点单“踩雷”。

Subway 建议，由于轻食品类的配料一般较为繁杂，因此，如果您的轻食餐厅需要上线外卖平台，需要特别注意外卖平台的选品与搭配，给消费者带来最佳消费体验。



赛百味在线下门店的个性化配料区域



赛百味在外卖平台上上线的“小赛标配”规格

运营管理有规范

规范化的运营管理能帮助门店高效运转，减少运营成本并规避不必要的风险。轻食商户应根据自身发展阶段、能力资源等因素，综合选择合适的食材供货及餐品加工模式，制定并完善成本管理和制度规范，并利用好线上平台资源，最大化发挥外卖优势。

食材管理

食材供应链是所有餐饮企业的“生命线”。轻食餐品加工烹饪步骤少，因而也对食材品质有着更高的要求。同时，随着越来越多的轻食商户开始连锁化发展，如何通过供应链体系建设对加盟店进行有效管理，也成为轻食商户考虑的重点之一。

目前轻食商户常见的食材供货策略包括：



自建供应链：由轻食品牌自主成立食材加工厂或中央厨房，对所有门店的食材进行统一采购、加工、储存、配送。此类模式能够最大程度实现标准化生产，严控原材料的品质与食品安全，并能根据品牌需求定制餐品，但对企业的资金实力、规模体量和管理能力要求较高，适合在连锁化和规模化方面已较为成熟的轻食品牌。



第三方合作：与第三方专业供应链服务平台合作，由平台统一采购并向门店供应肉食、果蔬、酱汁等食材。此类模式成本适中，能够帮助轻食品牌轻装上阵并实现更快速的扩展、更安全的品控。通常来说，如果您的轻食餐厅已经具有一定规模，可以采用第三方供应链模式。



门店自采：由门店自主在周边菜市场、超市采购所需食材，所需成本较低，但在原材料品控、标准化管理、食品安全等方面存在较大风险。



综合模式：多数商户并非单独采用上述某一种模式，而是通过结合“第三方合作”+“门店自采”，或部分食材由中央厨房配送，部分由第三方提供或自采的模式进行食材供应，以满足品牌发展阶段的不同需求。

为确保食材的安全与健康，建议您在选购过程中重点关注以下方面的相关规范：



供应商合规管理：建立供应商审核批准管理程序，对供应商的合规性、历史绩效、资金状况、应急响应等方面进行审核与评估。



原料采购与验收：验明产品合格证明和产品标识，确保采购的产品符合规定的采购要求和国家有关的安全标准，查验并留存相关许可资质证明，以及有供货方盖章（或签字）的送货单或购货凭证。



台账管理与检验制度：建立电子或纸质台账，包括食品的名称、规格、数量、生产日期或者生产批号、保质期、进货日期以及供货者名称、地址、联系方式等内容；建立并适时更新餐饮食品的安全检验管理制度（您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“供货台账”）。



餐食加工

不同的原材料供应模式也影响着餐食加工的标准化程度。以下为一些常见的加工模式：



中央厨房：由品牌自建中央厨房，统一制作餐食成品或半成品配送至门店，门店只需进行简单的加热、配餐等操作工序。此类模式能够确保门店的标准化出餐，并减少门店的人力需求，但同时中央厨房的建立与运作也依赖较高的资金投入与物流成本。

代工

代加工 (Original Equipment Manufacturer, OEM)：通过与代加工厂合作，为门店提供统一的半成品，随后由门店负责煎、烤等熟制加工。此类模式能够以可控的成本批量供应标准化半成品，在一定程度上控制食材的品质与口味，能较好地适应品牌扩张需求。



门店操作：由门店员工现场完成食材清洗、处理、烹饪等全套流程。此类模式能够灵活调节餐品搭配，但要求门店员工拥有较高的餐品制作技术，同时难以保证餐品口味、品质的标准化。

成本管理

轻食门店普遍规模较小，这就要求门店落实精细化管理，对每一部分成本都做到精打细算，才能实现持续运营和获利。您可以从几个方面着手成本管理：



做好成本核算：对门店运营的原料、房租、人工、水电燃气等成本进行分类与核算，做好成本的预结算，并持续改善成本结构。



合理餐品定价：遵循销售价与成本价的合理配比原则，进行餐品利润的合理计算，包括高利润产品占比、中等利润餐品占比、薄利润产品占比、特殊餐品的考量等（您可在具体管理中使用“附录一：工具包汇总”中的“菜单利润测算”表）。



减少食材损耗：严格控制餐品出品克数，同时定期核算餐品成本；与熟悉食材的供货商保持良好沟通关系，建立稳定的供应链；菜单“瘦身”，提炼小而精的餐品搭配。

操作规范

无论是考虑到食品安全和卫生，还是成本控制与运营效率，标准化、流程化、执行度高的操作规范都能够让门店管理受益匪浅。您可以尝试从如下几个方面来逐步规范门店操作流程：



制定操作标准：制定门店人员、环境、食材、设备等方面的标准化管理手册（Standard Operating Procedure, SOP），以及配套的奖惩机制、举报制度，为门店日常运营操作提供统一的执行标准。



设立门店督导：建立门店督导制度，设立内部督导专岗，通过门店走访、数据监控、人员监督，以及支持门店定期进行规范化操作培训，确保操作规范得到贯彻落实。



安装门店监控：在门店安装摄像头，实时了解门店员工操作情况，并对不规范操作进行及时处理和纠正。



关注门店评分：通过监测门店的消费者评价，侧面了解门店日常运营情况，及时对门店差评及评分下降等情况进行应对并采取改善措施。

线上外卖运营

线上订餐是当前轻食品类的主要销售渠道。我们建议您充分熟悉外卖平台规则、玩转外卖运营技巧，让外卖商户脱颖而出。



平台规则：外卖平台对商户招商、品控、交易、品牌营销等方面的行为有具体的管理规范，在入驻外卖平台前，您可以详细了解平台运营的具体规则保证门店合规运营。



门店曝光：通过调整营业时长、活动力度与丰富度等，提升门店的自然排名，从而增加门店曝光。



进店转化率与下单转化率：通过调整展示图片、餐品陈列、菜单设计与活动方案等方式提升门店转化率。



【小知识】轻食餐厅线上运营 Q&A

轻食外卖作为外卖的一个分支，其消费群体和点单特点有独特之处。我们准备了一份 Q&A 清单，为轻食外卖线上运营提供参考。

Q：从轻食的消费群体来看，我的餐厅可以做哪些运营工作？

A：轻食消费者多为注重身体健康和身材管理的年轻人、写字楼白领和女性，其对产品及线上视觉效果要求较高。建议可以从图片拍摄与选择等方面入手，重点优化外卖餐厅的视觉效果。

Q：轻食消费者有哪些点单特点？针对这些特点，我的餐厅可以采取什么运营模式？

A：轻食消费者的预定单较常规外卖订单更多，部分区域上午 10 点半 - 11 点半已是订单高峰期，比常规高峰较早。此外，轻食品类的点单具体较强的时令性，一般来说，夏季（3-10 月）订单量较大，且冷食较受欢迎；秋冬季（11 月 - 次年 4 月）订单量有所回落，且暖食较受欢迎。建议可以根据点单特点，提案做好备菜、餐品创新等准备工作。

Q：轻食运营过程的关键步骤有哪些？

A：基本可分为确定产品方向，推出主打活动，维护店铺评分以及进行广告推广四大步骤。



确定产品方向：建议菜单中使用较为丰富的原材料，且有热销单品。常见的引流产品有鸡胸肉沙拉等鸡胸肉类餐品，以及黑椒牛肉沙拉等牛肉类餐品。



推出主打活动：常用活动方案包括减配活动（如，全免配送费）、折扣活动（以 9.9-19.99 元居多）、新客活动（如，新客立减 1-3 元）和收藏门店（如，用 0.01 元可添加小份水果、酸奶、脱脂奶）等。



维护店铺评分：轻食客户重视品质体验，尤其关注店铺评分，建议关注评分趋势，做好评分维护，提高入店及复购率。



进行广告推广：轻食客户的广告投放把控非常重要，以美团外卖平台为例，可考虑投放点金推广（为主）+ 少量铂金推广 / 购买流量卡等。



关于运营管理，给您一些灵感

Fitgreen 适绿轻食

Fitgreen 于 2017 年创立于长沙，独特的 QSC 管理模式帮助 Fitgreen 不断完善从源头到餐桌的高质量运营管理体系。



食材供应：通过自建或合作净菜车间，完成原材料的切配、杀菌、冲洗和甩干等工序制成净菜，通过冷链配送至门店，实现蔬菜的高质量、标准化供应；通过与专业供应商合作，获取肉类、海鲜等食材供应，保证食材的新鲜与安全，大大降低了源头的食品安全隐患。



成本管理：根据品牌战略定位与市场行情，对门店的餐品价格、餐盒容量及包装袋规格进行多次调整，在产品品质及成本之间达成了平衡并保证了门店的利润率；对主料与调料规格进行了标准化，定制了匹配固定重量主料的调料包，在稳定口味的同时减少浪费。



门店操作：设置标准化餐品制作 SOP，为门店搭配克称、量勺、量杯，保证餐品的标准化份量；制定食材试味、衣着检查等门店开市流程及设备清洁、水电气检查等收市流程，保证门店经营的安全与规范；每月对门店进行 QSC 到店评分并公示评分情况，确保门店执行规范。



客诉处理：根据问题的严重程度将消费者投诉问题分为 S 级与 B 级两类，对出现 S 级投诉的门店进行处罚，并在当天进行复盘会议讨论原因及解决方案；针对 B 级投诉，由店长与问题负责人沟通解决问题，若 B 级投诉数量达到 3 次及以上则对员工进行处罚，要求店长进行问题原因分析并提出解决方案。

关于运营管理，给您一些灵感

沙野轻食

沙野轻食通过自建供应链以及仓储物流体系，将每家门店的采购工作耗时控制在十分钟以内，大大提升了门店标准品的采购效率。



配送范围：物流覆盖全国，在上海，北京，武汉，杭州，深圳设置分仓。



配送时间：如门店在晚上 10 点之前下单，自建供应链和物流可以在次日 8 点之前送达。



配送内容：提供全品类供货，涵盖门店所需的全部食材和包装。



下单方式：各门店可以使用小程序、微信公众号下单，支持在线支付。



沙野轻食自建供应链的仓储内景

品牌营销特色足

树立良好的品牌形象、建立有效的营销策略，是帮助您的轻食餐厅在激烈的竞争环境中持续获得消费者青睐、增加消费者粘度的关键。我们建议您明确您轻食餐厅的核心服务人群以及自身品牌的核心竞争优势，并结合品牌外部竞争环境，制定符合品牌 / 餐厅发展阶段的品牌营销策略。本《指南》为您提供了一些打造品牌形象的方向和思路。



让品牌自己说故事

如今，越来越多的消费者开始青睐有“故事”的商户。我们建议您可以为轻食餐厅打造一个品牌故事，进一步提高餐厅知名度，正向引导消费者的购买和复购。对此，美团外卖商户版为您提供了具体的操作指引，可以参考进行操作。

外卖也可以有“小心思”

尽管轻食品类以在线上完成与消费者的交互为主，您也可以借助外卖配送的渠道与消费者完成更加紧密的线下沟通。常见的交互方式有提高外卖餐盒的设计感，随外卖附赠包含品牌元素、营养健康科普知识和 / 或商户品牌故事的精美小卡片等。

善用自媒体和社交平台

自媒体的迅速发展大大降低了营销的成本，让所有餐饮企业都有机会在几乎没有任何成本的情况下进行千万量级的宣传。我们建议您合理利用自媒体和社交平台，通过有趣的内容，打造有特色的轻食品牌 IP，增强与消费者的互动，带动品牌的知名度，提升消费者的购买欲望。在美团新餐饮研究院微信公众号上，我们为您提供了从 0 开始做自媒体运营的步骤与方法，详细内容可参考“附录二：扩展资源”。

试试跨界营销

近年来，“跨界营销”的概念开始逐渐兴起。跨界营销通过寻求非业内合作伙伴，发挥不同类别品牌的协同效应，以达到合作共赢的目的。您可以根据轻食消费群体的用户画像，考虑联合所在商圈的商场（超市）、电影院、健身房等轻食消费群体常去的主要场所，共同开展营销活动，让您的轻食餐厅触达更多潜在消费人群。

关于品牌营销，给您一些灵感

共禾之约·创意轻食

共禾之约拥有 5 年轻食市场运营经验，旗下在全国有百余家“共禾之约·创意轻食”品牌连锁门店，以及“共禾之约·轻食优选”新零售产品体系。

共禾之约充分利用自媒体和社交平台进行品牌营销。通过某直播平台，共禾之约共发布过百余条短视频，涵盖探店 vlog、健康知识科普、创业经验分享等内容，收获了十多万粉丝的关注。共禾之约有专门团队负责直播宣传，团队富有创新性地后厨直接对产品加工和出品进行直播，曾创下同时在线人数 9000 余人，三小时内观看量达 200 多万，一天之内微信新增加盟咨询的人数约 3000 人的记录。依靠自媒体和社交平台的力量，共禾之约在 2020 年餐饮行业受疫情冲击较大的情况下仍然拓展了几十家加盟店，门店数达到百余家。

超能鹿战队

超能鹿战队是一家主营功能性商业健身餐的品牌，具备 IFBB（国际健美联合会）职业国际运动营养师的培训和证书发放资质，餐品研发均基于专业营养师团队的营养指导和运动员的实验数据。在品牌营销方面，超能鹿战队从活动和内容等方面开展创意品牌营销工作。



超能鹿战队与健身健美赛事合作进行品牌露出，并为健身人士提供营养餐品



活动营销：每年赞助 20 场以上大型健身健美赛事，并成为部分官方赛事的指定赞助商，与赛事知名运动员联合，进行品牌露出。



内容营销：跨界游戏、传统媒体和自媒体等行业，与王者荣耀、许愿神龙电影、星期零植物肉等共同推出联名活动。

几余轻食

几余轻食于 2018 年在哈尔滨开设了第一家门店，公司主要从事几余健身轻食营养课程培训，线上线下营养搭配知识咨询及订餐、配餐等一系列服务。

几余轻食注重从包装、随餐卡片等细节上优化用户体验，其包装和卡片都经过精心设计，配图美观且具有趣味性。消费者可以收集 6 个包装袋到店换取一瓶酸奶，集齐一定数量卡片可以到店换取免费咖啡，通过开展此类活动，几余轻食在进行品牌营销的同时也在可持续经营上起到良好效果。

环境友好记心间

餐饮业在持续蓬勃发展的同时，其自身的环保状况越发受到关注。相对于传统的餐饮品类，轻食餐饮虽具有多蒸煮、少油炸、少烹调的特点，产生的油烟气浓度较低，但从食材加工过程中的用水用电，到产生的油烟、废水和餐厨垃圾等，轻食餐饮仍会带来显著的环境影响。

遵守环保合规底线

参考生态环境部出台的相关政策、标准与各地的法规与指引，我们建议您对照以下内容，评估您的轻食餐厅达到环保标准和要求。

选址装修

目前，全国各地已普遍将环保审查作为办理食品经营许可证的一项前置条件。因此，项目在选址阶段就应当充分考虑环保要求，避开不符合要求的区域，提前设立好相关的油烟、污水排放设施，并办理环保备案或环境影响评价许可手续。

- 了解目标区域的城市规划，若所在城市已划定在集中住宅区内、教学区内、城市规划规定不得兴办饮食服务业的其他区域，必须避开此类区域。
- 油烟排放口不得低于所在建筑物最高位置；距离居民住宅、医院或者学校 9 米以上。
- 尽可能从规划配套的商业服务区域内进行选址。
- 所在建筑物应当在结构上具备专用烟道等污染防治条件。
- 合理设置工作区域与流线，人流、物流出入口应分开设置。



设施配备

您的餐厅应设有或预留下列设备、设施的配套空间，将油烟气的排风管道进行分区并相对集中设置，并置于专用井道内。



送、排风机：根据厨房的排风条件、灶具、设备散热情况等，评估厨房的通风需求，选配合适通风量的通风设备，确保厨房内的油烟、水蒸汽及热量能及时排出。



油烟净化设备：根据厨房排风及灶头数量等，选配油烟净化器或油烟净化一体机，确保有效吸收空气中的油烟气体，保障后厨的工作环境。



隔油设施：根据厨房的规模、预估处理水量，选配油水分离器、隔油池等设施，确保满足隔油设施要求，含油污水经隔油设施处理后排放。



固体废物临时存放场地：根据厨房功能分区，预留出废弃物容器的放置位置，并在厨房外适当地点设置结构密闭的废弃物临时集中存放设施。



专用井道：预先规划出专用的排油烟风管井道，确保油烟气垂直向上排放，不可以接入消防排烟道或下水管道。



资源使用

餐饮企业在日常经营过程中要消耗大量的水、电、燃气、日用卫生品等。从源头提高资源、能源的利用率，不仅有助于避免相关资源的浪费，更有助于降低餐厅的成本开支。



用能方式：您可根据当地的能源供应条件，选择使用天然气、液化石油气等清洁能源。同时，尽可能以高效电能设备替代传统燃气炊具（如，电磁炉、电烤箱、电蒸柜、微波炉、煮汤锅等）。用电设备在长期使用过程中具有成本优势，且有助于提升工作效率和安全性。



节能设备：在选购用能设备时查看商品上的“中国能源效率标识”，优先选用能源效率标识为1级、2级的设备。针对照明设备，可使用LED灯泡替换白炽灯泡。



节水设备：在选购用水设备时查看商品上的“中国水效标识”，优先选用水效标识为1级的设备。其他的节水机会还包括：为水龙头加装节流器、节水阀；采用脚踏式、膝压式等可肢体控制的水龙头等。



能效水效监控：您可结合厨房的实际情况，制定能效、水效提升计划，并定期（如月度或季度）统计餐厅的能耗、水耗情况，以评估相关计划的进展和有效性。如条件允许，还可采用物联网技术来跟踪和监控设施中的用水、用电情况，以提供自动警报用于识别和消除资源浪费。



油烟净化

油烟是餐饮业产生的最主要的污染物，并已成为城市大气的重要污染源。其构成主要为烹饪过程中产生的油烟颗粒物与挥发性有机物，为消除油烟污染，应务必确保相关净化设施的安装和有效运行。

- 按照相关规定设置集气罩、排气筒和排风机，同时安装适配的油烟净化设施并保证正常运行。
- 油烟净化设施应与排风机联动，且应按净化设备正常运行要求定期维护保养，并清晰记录更换与维护情况。
- 在排放口设置永久性测试孔、采样平台及排污口标注，以配合环保部门监测采样。
- 在新建或更换油烟污染物净化设施时，确保净化设施的污染物去除效率满足 GB18483《饮食业油烟排放标准》或相关地方规定。

排水隔油

轻食餐饮烹饪中仍使用一定量的食用油，在清洗厨具、餐具及倒掉残油的过程中，油脂会与厨间生活污水混合进入下水道。若含油污水直接进入市政污水管网，不仅会造成水体污染，还易导致管网堵塞。

- 含油污水应经隔油设施处理后排放，且与其他排水分流设计。
- 根据含油污水排放量、隔油工艺等选购安装隔油设施，确保日常油水分离。
- 隔油设施不应设在厨房、饮食制作间及其他有卫生要求的空间。
- 当选用隔油池时，遵循相关技术规范对水力停留时间、水流流速进行规范。

固体废物

轻食餐饮产生的固体废弃物主要为餐厨垃圾、食材包装物等。对此，首先应充分地梳理废弃物的来源、类别，分类设置好合适的存放场地与容器，并及时与环卫、清运单位联系，将废弃物进行正确处置和资源化利用。

- 固体废弃物应实行分类存放，分类存放容器的容量和数量应能容纳垃圾高峰时日排出体积和重量。
- 餐厨垃圾、废弃油脂等应放置在有盖容器内，并可配合当地有资质的清运收储单位，进行资源化回收及利用。
- 包装纸箱、酱料瓶等可回收物可在分类收集后联系当地废品回收站或回收企业回收。
- 建立废弃物处置台账，将废弃物类型、来源、体积/重量、处置时间、收运方等信息记录准确，确保废弃物的责任主体明确，垃圾的流向可追溯。
- 可在门店设置垃圾分类指引，引导消费者进行正确垃圾分类。

外卖包装

外卖是当前轻食市场的最主要的消费方式。从商户到消费者手中，每份轻食外卖都需要餐盒与包装袋，并配备相应的餐具。对此，可遵循“源头减量——材质替换——循环再生”的思路，共同减少塑料垃圾污染，支持全社会的减塑行动。



源头减量：在平台商铺显著位置提醒消费者注意选择是否需要餐具，向消费者明确告知“不主动提供一次性餐具”，严格执行“无需餐具”外卖订单；为堂食消费者提供选择可重复利用的餐具，减少一次性物品的使用。



材质替换：按照“易回收、可降解”的原则选择环保材质的包装物，包括：餐盒——纸浆模塑、纸淋生物降解塑料膜等材质；包装袋——纸袋、生物降解塑料袋，可循环使用的无纺布袋等；吸管——优先考虑纸吸管、PLA（聚乳酸）生物降解塑料吸管等。



循环再生：积极参与外卖平台的环保行动，利用随餐便签纸、点餐界面等向消费者传递垃圾分类理念。如有条件，可发起餐盒回收行动，在门店设置塑料餐盒回收设施，鼓励消费者自送或邮寄回外卖餐盒，并委托有资质的企业进行回收处置。



成为可持续餐饮商户

餐饮的可持续性意味着以对环境和社会友好、并可兼顾自身经济效益的方式经营，包括保护自然环境、促进社会公平、改善人们与社区的生活、注重长期价值创造。拓展可持续的商业实践有助于降低运营成本，向消费者传递绿色、可持续的品牌感知。从长远来看，不仅是轻食品牌/商户打造品牌的好机会，更有助于行业的长期健康与成功。



【小知识】轻食餐饮与可持续消费

轻食餐饮富含健康、绿色、天然的生活态度，与环保、可持续的理念不谋而合。根据《2020 中国可持续消费报告》，轻食的主力消费者——年轻群体对可持续消费的参与意愿非常高。轻食商户在做好环保工作的基础上，可积极拓展可持续实践，树立绿色、可持续的价值观与品牌形象，与轻食消费者建立有效的沟通。

减少食物浪费

食物浪费是指对可安全食用或者饮用的食品未能按照其功能目的利用，主要指采购、储藏和烹饪过程中的食材损耗，以及消费者享用环节的食物浪费。从商户端减少食物浪费，不仅有助于降低餐厅成本损耗，也是提高公众认可的重要机会。



采购及仓储：结合往日的客流量、订单量，合理预估当日或当周各类食材的采购量；对蔬果生鲜类食材，尽可能选择本地采购，保证食材供应的新鲜度；标注每类食材的适宜储存条件与期限，遵循“先入先出”原则，确保食物不过期。



烹饪及出餐：结合往日午晚高峰期订单量，结合储藏保鲜条件，合理预估提前备餐的数量；优化菜单与菜品规格，根据消费者需求提供半份、小份组合等不同规格；引导消费者适量点餐。



剩余食物：在保证食品安全和质量的前提下，可将当日剩余餐食加工为员工餐，或以打折、特价等方式销售（需注明加工与最晚食用时间）；也可与有资质的社会福利机构、慈善组织合作，向困难群体捐助。

影响您的供应链

您的品牌或餐厅应积极将可持续发展理念纳入采购流程，通过采购更多本地、有机和健康的食材，减少业务对社会和环境的影响，同时还可以吸引越来越关注食物选择的新消费者群体。

- 制定可持续采购政策，杜绝采购任何种类的野生动植物，抵制非法捕捞渔获物。
- 优先采购当地应季蔬菜，包括从本地中小农户直接采购新鲜蔬菜。
- 采购获得相关绿色认证的生态农业食材（如绿色食品、有机产品等），或通过实地考察与当地的生态种植农场建立稳定合作关系。
- 主动了解供应商当前的环保实践，结合本《指南》及相关规范，推动供应商解决供应链中的问题，帮助他们开展可持续实践并了解其好处。

管理碳排放

我国政府已承诺“2030 年前实现碳达峰，2060 年前实现碳中和”，实现这一目标需要全社会共同的努力。轻食餐饮在经营过程中亦可主动衡量、管理和降低自身的碳排放，为助力碳中和目标做出贡献。

- 了解您的品牌或餐厅当前的碳足迹，梳理各项温室气体排放源和基础的环境数据。
- 核算餐厅的温室气体排放量/碳足迹。您可通过第三方平台（如碳足迹—碳足迹计算器）进行大致估算，或在条件允许下聘请专业公司提供温室气体盘查服务。
- 制定测量、跟踪可持续性指标的行动计划，应尽可能覆盖能源使用、水使用、温室气体排放、废弃物等指标。
- 可通过定期更新指标系统，识别变化趋势和减排机会，并可制定每个指标的适当减排目标，定期监测评估减排目标的实施进展。



💡 关于环境友好，给您一些灵感

维士数字饮食

维士数字饮食是一家倡导精准量化饮食的餐饮企业，在外卖包装方面独立研发了代表蛋白质、碳水和蔬菜的维士三色盒，全部由可回收材料制作而成。面对每天大量消耗的餐盒，维士数字餐饮发起了“餐盒回收计划”。消费者在餐后用餐盒清洁后，可通过自送、邮寄、上门收取等方式，将废旧餐盒返还至门店，用以兑换现金券。其回收的餐盒可通过粉碎、抽粒等工艺处置后，实现塑料的重生再利用。

2021年6月5日世界环保日来临之际，维士数字饮食还发起了“三色盒环保创意大赛”，消费者可使用维士三色盒子制作体现环保主题的绘画、雕刻等手工作品，以兑换相应的礼品。通过这种方式，鼓励消费者为餐盒的再利用贡献奇思妙想，促进低碳环保理念普及。



gaga 鲜语

每年的4月22日是世界地球日。以“鲜果茶+西式轻食+社交空间”的复合型商业模式为特色的gaga鲜语，在2021年世界地球日到来之际，联合植物肉品牌星期零共同开展“green bubble”活动，鼓励消费者在随手拔掉待机家电、打消冲动消费念头等生活小事中践行环保理念，向消费者倡导鲜活且赋有懂憬的环保主义，希望人们参与到更平衡健康的生活与饮食方式中。



加盟连锁强管理

目前，许多轻食餐饮品牌已度过了初创时期的单店经营思路，进入了品牌化、连锁化发展的新阶段。与从“0”到“1”的单店精耕细作不同；从“1”到“N”将更加考验创始人、品牌的综合管理能力。对此，少数轻食品牌采取了直营开店模式，由原始团队直接经营、投资、管理各个门店，以保障实施统一经营策略、统一开发和运用；但在激烈的市场竞争中，较多的轻食品牌选择了加盟连锁模式，以求实现快速的裂变扩展。



	加盟店	直营店
模式	将其服务标章授权给加盟店主，让加盟店主可以用加盟总部的形象、品牌、声誉等在消费市场上招揽消费者。	指由总公司直接经营的连锁店，即由公司总部直接经营、投资、管理各个零售门店的经营形态。
优点	各加盟店的灵活性、主动性和自主性较强。市场比较稳定，有自主品牌，总部的广告宣传力度较大。比较容易管理，进货、装修等比较统一。	可以统一调动资金，统一经营战略，统一开发和运用整体性事业；在人才培养使用、新技术产品开发推广、信息和管理现代化等方面，易于发挥整体优势。
缺点	各加盟店容易各自为阵，缺乏团队合作精神，不便于统一管理、统一运营。	各直营店自主权小，积极性、创造性和主动性容易受到限制。

标准化管理

无论是直营还是加盟，轻食餐饮连锁经营的关键是统一化、标准化管理。而未能做到统一化管理的连锁餐饮企业，可能往往会因为一家直营店、加盟店的管理缺失（餐品品质、服务水平等），使品牌形象大大受损。

- 为加盟商提供需配备的设备设施清单，确保满足各项开店要求，并有助于统一不同门店的操作流程与规范。
- 在资金成本能控制的情况下，尽可能使用设备操作，减少人工操作环节。
- 凡需人工操作的环节，应确保人员均完成上手培训，并可录制操作视频，长期留存学习。
- 安装智能巡店系统，让后厨 / 前厅生产流程、卫生及员工服务，都按照一整套标准且规范化的流程严格执行。

运营扶持

- 在合同期内按规定提供加盟商全套运作手册，持续为加盟商免费提供经营及改进建议。
- 为加盟商提供专业技能培训和经营管理培训。
- 为加盟商提供长期食材、酱料等货源供应及技术支持，确保加盟店的服务品质。
- 允许并适当鼓励加盟商在实践经营中进行管理创新、餐品创新。
- 为加盟商提供后续支持服务，包括更新运作手册、支持广告促销等。
- 派遣督导人员上门巡店，并进行指导反馈，帮助加盟商改进经营管理短板。

供应链支持

针对加盟商的食材、调料、设备工具等，应优先考虑统一采购，有助于发挥规模化采购优势，控制采购成本。但针对蔬菜、水果等生鲜食材，可准许异地加盟商自行采购，但也需进行食材检测、成本统计。

对于单个城市门店较多的轻食品牌，可考虑在当地建设统一的中央厨房，由中央厨房制作半成品（如净菜、预处理肉食等）或配方和原料，对各个门店进行统一科学的供应。

关于加盟连锁，给您一些灵感

暖柠轻食

自成立以来，暖柠轻食已为全国近 200 家门店的加盟商提供全方位支持。

16

16 步服务流程：为每一位加盟商提供从前期筹建、新店开张到上线运营的一条龙服务，细致梳理 16 个加盟过程中的关键流程环节，主要包括选址、装修、证件办理、采购、外卖平台搭建、开业、新品上新等，全面支持加盟商解决可能遇到的所有问题。

46

46 项服务内容：借助专业的人员队伍与丰富的运营经验，从门店定制、专业培训、店铺运营、数据分析、品牌营销、评价及客诉处理等方面制定了多达 46 项服务内容，帮助加盟商解决运营专业问题。

暖柠轻食特色服务内容（部分）

门店量身定制与专业装修验收

根据加盟商提供的门店尺寸，量身定制平面图、施工图，为加盟商一站式解决装修设计烦恼，并在门店装修验收方面实行全国统一化管理，确保装修品质。

国家级营养师授课

由具备专业资质的讲师提供共 28 节课时的线上课程，帮助加盟商从 0 起步学习并掌握营养学知识。

数据分析支持

与第三方服务商合作，使用能更好监督加盟商外卖平台数据的外卖管理系统，运营专员可以根据数据的变化波动及时作出调整，并定期向加盟商发送日报 / 周报 / 月报。

关于加盟连锁，给您一些灵感

暖柠轻食特色服务内容（部分）

外卖店铺诊断	当店铺出现订单量下滑时，运营团队及时做出门店分析诊断，对症下药及时解决问题。
品牌营销支持	结合线上数据监控及线下运营情况，为加盟商策划最优活动方案，提供与健身房、美容院、减肥中心等跨界合作指导，并根据时间段为加盟商争取更多的线上流量支持。
评价与客诉处理	总结全套评价回复模板，并结合丰富的门店经验，针对客诉情况匹配最优回复内容，减少客户流失。

共禾之约·创意轻食

共禾之约于2015年12月创立品牌，发展至今全国门店数达到百余家。针对加盟商，共禾之约设立了一套独立的培训系统，加盟商在新店开业前需要到总部参加为期至少五天的标准化培训，由专业老师进行面对面授课，且在培训结束后接受多方面考核。如考试不通过，则需要继续学习，返回所在地后，老师也会在加盟商开业前对相应内容进行复盘。

开业后，共禾之约要求所有加盟商在店铺内安装至少三个监控摄像头，并进行视频内容共享，总部会不定时检查店铺安全操作情况；同时，门店督导会定期进行线下巡店、抽查。

附录

附录一：工具包汇总

食品安全

1. 餐饮业食品与原辅料、餐饮具等加工工具容器重点检测项目表

检测对象	检测项目
熟食及其制品	菌落总数、大肠菌群、致病菌、亚硝酸盐（外购定型包装）
乳与乳制品	菌落总数、大肠菌群、脂肪含量、蛋白质含量、非脂乳固体等
水产品	挥发性盐基氮
粮食	矿物油 过氧化苯甲酰等
饮用水	菌落总数、大肠菌群、霉菌、酵母菌、电导率、亚硝酸盐等
塑料	蒸发残渣 高锰酸钾消耗量、重金属、（有色）脱色试验等
原纸	大肠菌群、铅、砷、荧光物质、（有色）脱色试验等
餐饮具洗涤剂	菌落总数、大肠菌群、砷、重金属等
餐饮具、接触直接入口食品环节	大肠菌群定性、烷基苯磺酸钠
榨汁机	菌落总数、大肠菌群
植物油	酸价、过氧化值、极性组分、矿物油等
酱油	氨基酸态氮、菌落总数、大肠菌群
糕点	菌落总数、大肠菌群、酸价、过氧化值、人工合成色素等
冷冻饮品	菌落总数、大肠菌群、金黄色葡萄球菌、人工合成色素、铅等
饮料	菌落总数、大肠菌群、金黄色葡萄球菌、霉菌、酵母菌、人工合成色素、糖精钠、苯甲酸钠、山梨酸钾等
豆制品	菌落总数、大肠菌群、柠檬黄等
酱腌菜	大肠菌群、苯甲酸钠、山梨酸钾、亚硝酸盐等
生肉	挥发性盐基氮、注水肉、瘦肉精等
食品添加剂	重金属、砷等

2. 餐饮业快速检测项目

检测项目	检测对象	方法	
食品生产加工环境指标	紫外照度	专间	仪器
	光照度	加工间	仪器
	风速	加工间	仪器
	中心温度	食品	仪器
	环境温度	专间, 冰箱等	仪器
	余氯	食饮具	仪器或试纸
	有效氯	消毒液	仪器或试纸
	浑浊度	饮用水	仪器
	三磷酸腺苷 (ATP)	食品直接接触面	仪器
	一般卫生状况指标	pH 值 (酸碱度)	饮料、水等
过氧化值		食用油	试纸
酸价		食用油	试纸
极性组分		煎炸油	仪器
水分		猪肉等	仪器或试纸
碘		食盐	试剂
游离矿酸		食醋	试剂
谷氨酸钠		味精	试剂
氨基酸态氮		酱油	仪器
总酸		食醋	试剂
食品污染物指标	有机磷农药	蔬菜, 水果等	试纸或仪器
	亚硝酸盐	食盐、蔬菜等	试剂或仪器
	真菌毒素	食用油、粮食	仪器
	氯霉素	牛奶、蜂蜜等	试剂
	磺胺	猪肉、水产品	试剂
	四环素	猪肉、水产品	试剂
	乙烯雌酚	猪肉、水产品	试剂
	黄曲霉毒素	粮食、食用油	试剂
	金黄色葡萄球菌毒素	动物性食品等	试剂
瘦肉精	猪肉、猪尿等	试剂	

检测项目	检测对象	方法	
食品掺杂掺假指标	甲醛	水发产品、米面制品	试剂
	吊白块	米面制品	试剂
	过氧化氢	水发产品、禽畜肉	试剂
	二氧化硫	干制蔬菜、食糖等	仪器
	硼砂	粉丝、油条肉丸等	试剂
	甲醇	白酒	仪器
	荧光增白剂	磨菇、餐巾纸等	仪器
	油条中洗衣粉	油条	仪器
	苏丹红	辣椒酱、鸭蛋等	试剂
微生物指标	菌落总数	食品直接接触面或部分食品	纸片或载片
	大肠菌群	食品直接接触面或部分食品	纸片或载片
	霉菌和酵母菌	食品直接接触面或部分食品	纸片或载片
	金黄色葡萄球菌	食品直接接触面或部分食品	纸片或载片

3. 餐饮服务场所、设施、设备及工具清洁方法 (推荐)

场所/设施/设备	清洁频率	使用物品	方法
地面	每天完工 / 有需要时	扫帚、拖把、刷子、清洁剂	1. 用扫帚扫地 2. 用拖把以清洁剂拖地 3. 用刷子刷去余下污物 4. 用水冲洗干净 5. 用干拖把拖干地面
排水沟	每天完工 / 有需要时	铲子、刷子、清洁剂	1. 用铲子铲去沟内大部分污物 2. 用清洁剂洗净排水沟 3. 用刷子刷去余下污物 4. 用水冲洗干净
墙壁、门窗及天花板 (包括照明设施)	每月一次 / 有需要时	抹布、刷子、清洁剂	1. 用干抹布去除干的污物 2. 用湿抹布擦抹或用水冲刷 3. 用清洁剂清洗 4. 用湿抹布抹净或用水冲洗干净 5. 用清洁的抹布抹干 / 风干

场所/设施/设备	清洁频率	使用物品	方法
冷冻(藏)库	每周一次 / 有需要时	抹布、刷子、清洁剂	1. 清除食物残渣及污物 2. 用湿抹布擦抹或用水冲刷 3. 用清洁剂清洗 4. 用湿抹布抹净或用水冲洗干净 5. 用清洁的抹布抹干 / 风干
排烟设施	表面每周一次, 内部每年 2 次以上	抹布、刷子、清洁剂	1. 用清洁剂清洗 2. 用刷子、抹布去除油污 3. 用湿抹布抹净或用水冲洗干净 4. 风干
工作台及洗涤盆	每次使用后	抹布、刷子、清洁剂、消毒剂	1. 清除食物残渣及污物 2. 用湿抹布擦抹或用水冲刷 3. 用清洁剂清洗 4. 用湿抹布抹净或用水冲洗干净 5. 用消毒剂消毒 6. 用水冲洗干净 7. 风干
餐厨废弃物存放容器	每天完工 / 有需要时	刷子、清洁剂、消毒剂	1. 清除食物残渣及污物 2. 用水冲刷 3. 用清洁剂清洗 4. 用水冲洗干净 5. 用消毒剂消毒 6. 风干
设备、工具	每次使用后	抹布、刷子、清洁剂、消毒剂	1. 清除食物残渣及污物 2. 用水冲刷 3. 用清洁剂清洗 4. 用水冲洗干净 5. 用消毒剂消毒 6. 用水冲洗干净 7. 风干

4.XX 店岗前健康检查记录表 (示例)

日期	班组	姓名	体温	有无腹泻	有无手外伤	有无其他疾病	个人卫生状况	检查人签字	处理情况

患有发热、腹泻、咽部炎症等病症及皮肤有伤口或感染的从业人员, 暂停从事接触直接入口食品的工作。患有霍乱、细菌性和阿米巴性痢疾、伤寒和副伤寒、病毒性肝炎(甲型、戊型)、活动性肺结核、化脓性或渗出性皮肤病等有碍食品安全的疾病, 不应从事接触直接入口食品的工作。个人卫生状况: 穿戴清洁的工作衣帽, 头发不外露, 双手清洁, 不留长指甲, 不涂指甲油, 饰品不外露。以上都满足, 填写“合格”, 否则为“不合格”。

5. 餐饮服务从业人员洗手消毒方法

清洁手部程序

1. 打开水龙头, 用自来水(宜为温水)将双手弄湿。
2. 双手涂上皂液或洗手液等, 洗手液应符合 GB/T 34855《洗手液》的相关要求。
3. 双手及腕部互相搓擦 20 秒(必要时, 以洁净的指甲刷清洁指甲)。工作服为长袖的应洗到腕部, 工作服为短袖的应洗到肘部。
4. 用自来水冲净双手。
5. 关闭水龙头(手动式水龙头应用肘部或以清洁纸巾包裹水龙头将其关闭)。
6. 用清洁纸巾、卷轴式清洁抹布或干手机干燥双手。

标准的清洗手部方法



消毒手部方法

消毒手部前应先洗净手部。我们为您提供两种手部消毒方式：

方法一：将洗净后的双手在消毒剂水溶液中浸泡 20-30 秒，用自来水将双手冲净。手消毒剂应符合 GB27950《手消毒剂通用要求》的相关要求。

方法二：取适量的乙醇类速干手消毒剂于掌心，按照标准的清洗手部方法充分搓擦双手 20-30 秒，搓擦时保证手消毒剂完全覆盖双手皮肤，直至干燥。

6. 餐饮用具清洗消毒指引

规范的餐饮用具清洗和消毒行为，可以有效阻隔细菌滋生，保障食品安全。我们建议您建立餐饮用具清洁消毒制度，每餐或每班在使用专间和专用操作区前，应对操作台面、专间或专用操作区的空气进行消毒，并参考以下清洁消毒步骤。此外，如您的餐厅使用紫外线灯消毒，则应在无人加工制作时开启紫外线灯 30 分钟以上并做好记录。

手工清洁

- 1. 去除残渣：**去除餐饮用具表面可见食物残渣等污垢。
- 2. 清洗：**将餐饮用具放进清洁池中，使用洗涤剂清洗，洗涤剂应符合 GB 14930.1《食品安全国家标准 洗涤剂》的要求，并参照产品说明书使用。
- 3. 冲洗：**使用清水冲洗餐饮用具表面的污垢和残留的清洁剂。

手工热力消毒（蒸汽、煮沸等）

将清洁后的餐饮用具放置在指定的消毒设备中，温度控制在 100℃ 以上，并保持 10 分钟以上，完成后将餐饮用具充分倒置沥干。

手工化学消毒

- 1. 消毒：**清洁后的餐饮用具在消毒池中使用消毒溶液完全浸没，消毒溶液应符合 GB 14930.2《食品安全国家标准 消毒剂》的要求，并参照说明书使用。
- 2. 冲洗：**在冲洗池中用清水将已消毒的餐饮用具表面消毒剂残留去除。

- 3. 干燥：**将餐饮用具存放在指定区域充分倒置沥干、烘干。如您使用抹布，请确保使用的抹布为专用抹布并经清洗消毒。
4. 如因餐饮用具的材料、大小等原因无法采用物理消毒方式，或使用消毒液无法完全浸没的化学消毒方式消毒的，宜采用喷洒、擦拭等化学消毒方式，消毒后冲水、沥干或烘干。
5. 化学消毒的消毒溶液应现用现配，并定时测量消毒液的消毒浓度，按照说明书及时更换消毒溶液。

请注意，在清洁消毒时，操作人员应佩戴手套，接触消毒后的餐饮用具前应更换手套，手套宜用颜色区分。

除手工消毒外，您还可以选择使用洗碗机、消毒柜等自动设备进行餐饮用具的清洗消毒。当使用自动设备时，请您按照设备使用说明书进行操作，设备使用的洗涤剂应符合 GB 14930.1《食品安全国家标准 洗涤剂》的要求，并定期检查设备的运行状态。

清洁消毒后，请检查餐饮用具表面是否光洁，不应存在油渍、泡沫、异味等附着物，同时，相关理化指标、微生物限量应符合 GB 14934《食品安全国家标准 消毒餐（饮）具》的要求。

7. 餐具消毒效果检查情况记录（示例）

消毒日期	消毒液名称	消毒液浓度	消毒液温度	热力消毒温度	感官检查	储存条件	检查餐具品种及数量	操作人员签字	备注

8. 食品解冻操作规范参考

解冻前检查

- 检查包装是否完善，生产日期是否清晰并确保冷冻肉在保质期内、冷冻肉不应变色，表面不应有冰霜，底面不应有血冰。

解冻前处理

- 已拆包冷冻肉应按照不同种类、规格分类储放在托盘、货架或其他装置内，设置相应的标识牌，不应直接码放在地面上。

不同解冻方法与要求

- **冷藏解冻：**将食品置于冷藏冰箱的最底层货架上进行解冻，在 0~8℃ 的温度下解冻，此种方法可最大程度减少营养流失。
- **微波解冻：**解冻频率应为 915MHz（兆赫）或 2450MHz，冷冻肉表面不宜有水。
- **空气解冻：**空气质量应符合相关室内空气质量标准的规定，静态气流解冻时解冻温度应不高于 18℃，流动气体解冻时解冻温度应不高于 21℃，空气相对湿度宜为 90% 以上，解冻环境内空气湿度应高于 10%，风速宜为 1m/s~2m/s。解冻时间应不超过 24 小时。

暂存

- 冷冻肉解冻后应于 0℃~4℃ 的环境中暂存，暂存时间不宜超过 48 小时。
- 不同畜禽品种的解冻肉应避免混放。
- 解冻肉应暂存在卫生状况良好的空间和场所，不得与有毒、有害、有异味、易挥发、易腐蚀的物品同时暂存。

9. 生食蔬菜、水果清洗消毒指南

清洗

- 使用自来水洗去蔬菜、水果表面的污物和杂质。
- 叶菜应将叶子分开清洗，以便洗去较为隐蔽的污物或杂质。
- 沥干清洗后的蔬菜、水果表面的水滴。

消毒

- 使选择适用于蔬菜、水果消毒的含氯消毒液、二氧化氯消毒剂或其他消毒剂。
- 严格按照消毒剂产品说明书的要求配置消毒液。
- 将清洗、沥干的蔬菜、水果完全浸没在配置好的消毒液中，浸泡时间严格按照产品说明书要求。
- 定时测量消毒液中的有效成分浓度，浓度低于要求时应更换；若浓度仍在要求范围内，但使用时间超出产品说明书要求，也应及时更换。

浸泡或冲淋

- 用洁净饮用水浸泡消毒后的蔬菜、水果；浸泡操作可能会影响质量的，可用洁净饮用水冲淋。
- 将浸泡或冲淋后的蔬菜、水果放置在洁净的容器或区域沥干。
- 沥干后的蔬菜、水果应尽快使用，或放入存放即食食品的冷藏冰箱中备用。
- 存放时应避免清洗消毒后的蔬菜、水果受到污染，应进行无污染覆盖或密闭包装。

注意事项

- 去皮后直接食用的水果削皮前可不进行消毒，但应清洗，清洗后擦干水分后再削皮。
- 接触蔬菜、水果的双手和水池、食品容器、工具、设备应事先进行清洗和消毒。
- 采用蔬菜、水果清洗机或消毒机进行清洗消毒的，应严格按照设备使用说明操作。

10. 最低烹调中心温度和持续最短时间要求

产品类别	最低烹调中心温度和持续最短时间要求
家禽类（固体和碎肉）	74℃，并保持 15 秒
馅料类食品	74℃，并保持 15 秒
碎肉 / 肉片类	70℃，并保持 15 秒
猪肉 / 牛肉 / 羊肉等其他红肉类	70℃，并保持 15 秒
鱼类和海产品类	70℃，并保持 15 秒
新鲜鸡蛋 / 经过巴氏杀菌法灭菌的鸡蛋 / 鸡蛋菜式类	70℃，并保持 15 秒
用微波炉烹调类	74℃，并保持 15 秒
其他食品	70℃，并保持 15 秒

运营管理

11.XX 店差评分析表（示例）

XXX 店差评分析（示例）					主要问题分析			
序号	平台	评价日期	评价星级	评价内容	主要问题	次要问题	问题类型	占比

12. 供货台账（示例）

序号	进货日期	产品名称	规格	数量	生产批号或日期	生产者	地址及联系方式（电话等）	供货者	地址及联系方式（电话等）	随货证明文件查验				入库检查		自检或委检情况	记录人	备注
										许可证（如有）	营业执照（如有）	购货凭证	该批产品检验报告	其他合格证明（如有）	外观检查			

13. 菜单利润测算

线上餐品利润测算

序号	菜名	外卖价格	打包盒	线下含打包盒价	外卖毛利	外卖实际收入（扣除自营销）	外卖销售量	外卖销售金额（预计收入含平台扣点）	食材价格	食材金额	包材成本	包材金额	平台扣点18%	人力成本	能耗	宣传推广	物流成本	折旧摊销	管理费	单品毛利	单品利润率	毛利润

线下餐品利润测算

序号	菜名	线下价格	线下销售金额	食材价格	食材金额	人力成本	能耗	宣传推广	物流成本	折旧摊销	管理费	单品毛利	单品利润率	毛利润

附录二：扩展资源

食品安全

1. 世界卫生组织食品安全处《食品安全五大要点》
2. 国家市场监督管理总局《餐饮服务食品安全操作规范》
3. 国家市场监督管理总局《餐饮服务食品安全操作规范宣传册》
4. 国家卫生健康委员会食品安全国家标准目录
5. 食品安全国家标准数据检索平台
6. 美团新餐饮研究院《轻食品类食安与健康》
7. 《中小餐饮商户食品安全操作系列指引》

运营管理

1. 美团外卖开店平台
2. 美团规则中心
3. 美团新餐饮研究院《轻食店怎么开才赚钱？》

营养健康

1. 世界卫生组织《健康饮食建议》
2. “健康中国 2030”规划纲要
3. 健康中国行动（2019-2030 年）
4. 中国营养学会《中国居民膳食指南》2016
5. 国家卫生健康委《餐饮食品营养标识指南》

环境友好

1. 《中华人民共和国反食品浪费法》
2. 美团《可持续餐饮商户指南》
3. WWF 食谱碳排放计算器

其他资源



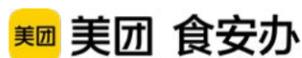
扫一扫，关注美团新餐饮研究院微信公众号

联合发布单位

指导单位



牵头发起方



联合发起方



联合倡议商户（排名不分先后）



特别鸣谢

本《指南》在撰写过程中，得到了行业专家、个人及机构的宝贵指导与建议。美团外卖特别鸣谢参与本次线上和线下调研的全部商户和消费者。

参与调研与访谈的商户（排名不分先后）：Foodbowl 超级碗健康轻食、凡芙沙拉三明治轻食、正一口袋·轻食营养餐、SAWA 低卡轻食、Calorie 轻食·健康餐、多点沙拉、绿卡轻食、厚蛋吐司、纤度创意轻食、味来可期·轻食沙拉、享瘦·沙拉轻食健康餐。

编委会名单

编委

何计国 孙宏伟 林琳 开莉 杨碧聪
薛冰 白秀峰 张岩峰 张勇 杨汛

编写组

裴燕 张英贞 郝帅 姚于淼 宋超 蔺媛莉 黄培坤 田瑾 卫张宁 孙雨珊
王昕 李浩然 李赢 周辛玥 刘春元 申佳祺 胡承广 叶晓君 陈然 杨娟
卢黛丽 何凌峰 唐格欣

数据说明

本《指南》所涉及的数据，除特别说明外，均来自美团外卖平台，以及美团外卖于 2021 年 5 月开展的轻食消费线上调研及轻食商户线上调研。两项调研的具体信息如下：

- 轻食消费线上调研：面向全体外卖消费者（包括有过轻食消费记录及没有轻食消费记录的外卖用户）开展线上调研，共回收有效问卷 2769 份。
- 轻食商户线上调研：面向全体商户（包括已在经营轻食的商户、对做轻食品类有兴趣的商户以及尚未计划涉及轻食品类的商户）开展线上调研，共回收有效问卷 1906 份。

免责声明

在本《指南》编制过程中，美团外卖感谢编写指导单位、牵头发起方、联合发起方和联合倡议商户的大力支持，并特别鸣谢组织或个人对本《指南》及其内容所提供的极富价值的贡献（包括但不限于提供的任何建议或意见等）。任何贡献的提供行为不代表贡献者与美团外卖之间形成任何形式的法律关系，也不代表上述贡献者为针对本《指南》所提出的任何结论或建议提供背书。

本《指南》包含特定经营建议，对任何企业或其他组织的投资或经营行为的获利，美团外卖将不会提供任何保证。

本《指南》在编写过程中依赖其认为可靠的信息和数据来源，因此《指南》的全部意见仅代表美团外卖的单方意见，仅可作为参考，美团外卖或其员工均不对任何因使用或依赖本《指南》所载信息而产生的任何性质的索赔或损失负责。



帮大家吃得更好，生活更好。
We help people eat better, live better.