

广州简餐装修 广州简餐设计 广州城市快餐店效果图案例公司

产品名称	广州简餐装修 广州简餐设计 广州城市快餐店效果图案例公司
公司名称	深圳市美易居装饰工程有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	全国所有城市均可提供服务
联系电话	13714545508

产品详情

广州简餐装修 广州简餐设计 广州城市快餐店效果图案例公司

简餐轻食品牌的商业模式多样化

经典简餐轻食模式

简餐轻食本质的一面就是素食+低脂肉食简单加工，市场上出现了一批主打素食的经典轻食模式。

新潮小吃简餐轻食休闲化

简餐轻食潮流的兴起，也让一部分新潮小吃看到了曙光。

简餐轻食IP化

IP跨界与简餐轻食品类的联合，增加噱头，获得更多的消费者关注到简餐轻食行业。餐饮品牌入局简餐轻食“简餐轻食的市场潜力慢慢被各大餐饮品牌注意，一些大型的餐饮连锁品牌悄悄布局简餐轻食市场。例如肯德基的K PRO在杭州开业。

简餐轻食品类发展的趋势

简餐轻食品牌除了品牌打造，还有餐厅的环境、菜品的特色、就餐的体验，甚至是菜品的价格消费者都有一定的衡量标准，进而催生简餐轻食品类的更多的需求，以及简餐轻食品类发展呈现快时尚化、特色化、健康化、潮流化等趋势，推动简餐轻食品类的发展。

简餐轻食品牌面临的问题

连锁餐饮品牌进入简餐轻食品类，直接导致行业竞争越来越激烈。简餐轻食品牌如火如荼的发展，将会遇到哪些问题呢？

一是追求发展，简餐轻食对于自身品牌定位模糊;久而久之就会被消费者忘记;二是消费群体定位不清晰，

没有对其进行细分;

三是产品趋同化，导致品牌的核心产品无明显竞争优势;

四是餐饮品牌发展规划不清晰，盲目扩张。

轻食餐饮能否成为一种饮食趋势，现在下结论还太早，但不可否认的是，在多元化的饮食消费中，这种新的概念餐饮还是很值得期待的。简餐轻食新入局品牌，需要有清晰的品牌定位入局简餐轻食之前要明确自身的品牌定位，即要把“卖什么”说清楚。

即要明确品牌，品牌主张是什么?品牌理念是什么?品牌能够提供给消费者什么价值?

从人、货、场、数角度分析简餐轻食行业

深入了解用户需求，根据“人、货、场和数”的四度终端价值挖掘并促进场景消费。

人：明确自身品牌的核心目标群体;深入了解用户的需求。

货：即消费者能够享受到的食物。对于食物的要求是不是具有特色?及消费者体验轻食时的满足感?简单的衡量标准是同等价格品质好，或同等品质价格低。

场：简餐轻食售卖模式于门店+外卖的形式。通过外卖购买产品的消费者，接触品牌大的信息是产品和包装;到店铺堂吃的消费者和品牌接触点就有很多了。有效的判断准则用户是否会主动并且乐于自动拍照评论转发。

数：不仅是大数据，还包括小数据，以及信息和资讯，需求和满足。能否围绕人货场进行有机结构建构并对需求链、供应链、价值链和产业链进行迭代和优化及升级是需要的数据应用。

另外，拓展简餐轻食门店，需要完善后台服务支持体系。对餐厅选址、餐厅装修、人员管理、店内活动等都要有统一的规划。简餐轻食门店规模扩张模式的选择：直营、合作与加盟。想清楚自己要走的路径，才能匹配团队和策略进行落实。

简餐轻食品类处于初步发展阶段，目前还没有出现垄断性品牌。入局简餐轻食是大有机会。

简餐轻食近年来，低脂、低热量、少糖少盐，但又富含营养的轻食主义简餐，渐受推崇。一部分小众的

简餐轻食的网红店、品牌的打造，也为行业增加了活力。

简餐轻食，作为餐饮领域的细分品类，在消费升级的大环境里，兴起不久，却势头大好，在一线、新一

线城市尤为可见。在这个细分业态快速发展之下，各种新品牌、新形式也如雨后春笋般涌现。一部分小

众的网红店为行业添活力，一部分是餐饮大品牌带资本划分市场份额，加之外卖餐饮火爆发展着，为简

餐轻食在新零售的环境下，品类茁壮成长，品牌竞争愈加激烈。