

優形開辟速食新品，低脂午餐肉重磅上市



【新華網】新“食”代背景下，年輕消費群體對新品類、新吃法、新口味的探索從未停止，與此同時，他們挑剔的味蕾更是驅動着傳統美食邁向更精細的賽道。對於品牌來說，如何通過技術創新促使傳統美食“煥”新以滿足當代消費者需求成為一個新的課題。

日前，本土輕食消費第一品牌優形又布重子，推出全新 SKU——優形雞胸午餐肉，不僅再次實現優形產品矩陣進一步的擴容，更實現了優形“輕卡美味”基因與傳統食品的巧妙融合，不僅讓有着 90 多年歷史的午餐肉，在新消費時代再次拿捏年輕消費者的心。而且利用自身優勢為老品類賦能，優形更為新消費品牌在消費升級時代的布局提供了更多可能性。

實際上，有着 90 多年歷史的午餐肉是中國消費者餐桌的“常客”，不僅豐富了國人做飯的方式，其無加工負擔的方便食品屬性成為最大賣點。隨着消費的升級，作為一個存在時間超過 20 年的老消費品品類，口味、健康成為傳統午餐肉產品中的痛點，而優形午餐肉的問世完美解決這一痛點。

“輕卡美味是優形的品牌基因，我們不僅將其用在輕食新品的開發上，希望在輕食基礎上通過推進傳統品類的進化實現更多場景的賦能，使消費者在享受美味同時，獲得輕卡、高蛋白‘無負擔’的享受”，優形品牌負責人表示。

從優形電商發布的產品詳情獲悉，全新推出的優形雞胸肉午餐顛覆了以豬肉、牛肉為原料的傳統，甄選脂肪含量低、蛋白質高、肉質緊實有嚼勁的雞胸和雞腿為主料，雞腿肉去皮，經過精準控制攪拌，制成大顆粒，一口下去，實打實的雞肉，齒頰間迸出肉香，被譽為瘦身的肉食愛好者的“最強福音”。

“優形雞胸午餐肉滿滿的肉感，絲毫不輸豬肉/牛肉午餐肉的美味，且更無罪惡感的選擇，無論是直接吃、涮火鍋、吃麻辣燙、泡面，還是做三明治，脂肪、熱量統統下降，卻有着更高蛋白，口味不打折。”優形午餐雞胸肉一經問世，就受到了消費者的高度認可。

據了解，在中國肉制品市場中，午餐肉市場一直保持穩定增長。數據顯示，2017 年中國午餐肉市場規模為 134.16 億元，同比增長 31.31%。2018 年，其市場規模達到 156.79 億元，同比增長 16.87%。同年，我國午餐肉行業消費量達到 34.7 萬噸左右，同比上升 16.44%，2021 年，該品類借着新渠道、新技術和新營銷站上新的風口，占據年輕人的餐桌。

作為輕食賽道的領軍品牌之一，優形深耕雞肉加工，依托母公司的產業鏈和“輕卡美味”技術優勢，優形已并非首次跨界傳統品類這一賽道，早在第一季度就率先推出雞肉腸、雞肉丸等新品“先人一步”搶灘登陸。隨着健康簡約的輕食主義持續升溫，以優形雞胸午餐肉改變了消費者對於午餐肉這一品類的認知，這款輕卡低脂的新品將持續掀起一股“食”尚潮流。

【責任編輯：王忻】