烘焙店 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 西式和中式烘焙产品的购买情况
- 新冠疫情影响下的市场表现
- 烘焙店的营销活动
- 咸味烘焙产品的潜在市场
- 烘焙店业务优化建议

54%的被访者愿意为排名居首的高端化特征——不含添加剂/防腐剂支付更高的价格，说明清洁标签和健康益处有潜力成为西式烘焙产品的创新方向。

根据国家统计局的数据，2021年餐饮服务比2020年增长了18.6%，其迅速复苏也为烘焙店开辟发展空间，特别是融合口味的中式糕点。然而，2022年初，中国遭受（由奥密克戎Omicron变种引起的）新冠病例大规模复发的冲击，严重影响2022年的外出消费。长期封控措施（长达4-6个月）可能导致餐饮企业陷入现金流短缺的危机，整个行业也因此而面临生死存亡。

英敏特报告《烘焙店——中国，2021年》总结了将烘焙店打造为多方位用餐场景的商机，而今年的消费者调研显示，消费者的需求进一步细分化，对烘焙店目前的零售空间构成挑战。

2021-2022年，烘焙门店数量将达到480,004家。该数据显示，新中式糕点品牌的市场份额已跻身前十大榜单，说明市场正拥抱多元化的产品形态。此外，涌入中式糕点市场的资本也为新兴品牌提供机遇。

“烘焙产品的渗透率不断增长，其食用场景也更趋多样化，涵盖了零食和正餐。虽然咸味烘焙产品释放强大的吸引力，但目前市场上的产品尚未能满足消费者的需求。鲜酵母具有潜力成为加速推动产品革新的催化剂，品牌可借此改良产品口味并添加更多健康益处。与此同时，品牌可向消费者推介“手工面包”的概念以提升中国市场上新鲜手工烘焙产品的价值。”

– 高屹，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

烘焙店 - 中国 - **2022**年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
- 销售额回升至疫情前水平
  数据1: 烘焙店总销售额，中国，2016-2021年
- **2022**年新冠疫情影响
  数据2: 英敏特情境假设概述与对烘焙店市场的影响，2022年
  数据3: 新冠疫情下的烘焙店销售额情境预测，2016-2026年
- 公司与品牌
- 随着中式糕点品牌崛起，行业进一步碎片化
  数据4: 领先烘焙店品牌的门店数量和占比，2019-2021年
- 主打招牌产品的策略相当流行
- 融合区域美食风味的产品正在兴起
- 消费者
- 坚守经典产品，并通过融合产品驱动增长
  数据5: 购买情况——现制西式烘焙产品，中国，2022年
  数据6: 购买情况——现制中式烘焙产品，中国，2022年
- 非连锁烘焙店走热
  数据7: 购买频次，中国，2022年
- 在选择烘焙产品购买渠道时，食品质量是最为重要的因素
  数据8: 购买渠道选择影响因素，中国，2022年
- 精简的高端化思路
  数据9: 高端化因素，中国，2022年
- 尝试咸味烘焙产品的兴趣浓厚
  数据10: 对咸味烘焙产品的兴趣，中国，2022年
- 现制烘焙产品的口味更胜一筹
  数据11: 对烘焙产品和烘焙店的态度——部分描述语句，中国，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 咸味烘焙产品可迎合用餐场景
  数据12: 可融入用餐场景的烘焙产品示例，中国，2021-2022年
- 中式糕点可在零食市场发掘更多商机
  数据13: 新中式烘焙品牌示例，中国，2021-2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据14: 新中式糕点组合示例，中国，2021-2022年

- 社区烘焙店愈发受欢迎

数据15: 社区烘焙店示例，中国，2021年

数据16: 社区咖啡店和茶饮店示例，中国

市场规模与预测

- 多元化的产品形态驱动市场持续增长

数据17: 烘焙店总销售额，中国，2016-2021年

- 门店数量逐渐恢复至疫情前水平，且西南地区的发展迅速

数据18: 烘焙门店数量变化，中国，2019-2021年

数据19: 烘焙店数量前十名城市，中国，2021年

市场因素

- 原材料价格上涨的影响

数据20: 各类小麦的销售价格，中国，2020-2021年

- 日益普及的数字化有利有弊
- 专精于单一产品，让品牌脱颖而出

数据21: 专注于单一产品的烘焙店示例，中国，2022年

数据22: 全品类烘焙店示例，中国，2021-2022年

- “升级版”包装烘焙产品带来挑战

数据23: 采用天然酵母且口味不同的烘焙产品示例，中国，2021年

新冠疫情影响（含市场预测）

- 新冠疫情：中国市场情况简述
- 新冠疫情对市场与消费者的影响
- 消费信心受到冲击
- 餐饮服务业受制于封控措施

数据24: 消费变化趋势——花费变多了，2020-2022年

数据25: 消费变化趋势——花费变多了，2020-2022年

- 市场预测
- 在轻微影响的情境下，灵活的外卖与团购业务将保持烘焙店的增长

数据26: 新冠疫情下的烘焙店销售额情境预测，2016-2026年

- 在中度影响的情境下，烘焙店因零售业务暂停而挣扎求存
- 在重度影响的情境下，烘焙店面临总销售额下滑与永久关闭门店的困境

市场份额

- 随着市场更趋碎片化，过去的领先品牌正流失市场份额

数据27: 领先烘焙店品牌的门店数量和占比，2019-2021年

- 好利来重新打造品牌形象以吸引年轻消费者与巩固其领先地位

数据28: 好利来革新品牌后推出的新产品和主题店示例，中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 中式烘焙品牌蓬勃发展但后劲不足

营销活动

- 打造品牌招牌产品
  数据29: 泸溪河的招牌产品，中国
  数据30: 黄油与面包的招牌产品，中国
- 视觉设计助力品牌推广
- 店面设计
  数据31: 黄油与面包店面设计示例，中国
  数据32: 广莲申店面设计示例，中国
- 包装设计
  数据33: 烘焙店的包装设计示例，中国，2021-2022年
- 品牌联名推出新产品形态启发消费者
  数据34: 烘焙店与其他品牌的合作示例，中国，2021-2022年

新产品趋势

- “黑色风暴”席卷烘焙产品界
  数据35: 黑色烘焙产品示例，中国，2021-2022年
- 融合口味产品已成为烘焙品牌的突破口
  数据36: 融合口味的烘焙产品示例，中国，2022年
  数据37: 融合口味的烘焙食谱示例，中国
- 突出天然鲜酵母的健康概念
  数据38: 面包会有的，中国，2021年
  数据39: 分子跳动的酵母培育展示厅，中国

购买情况

- 守住具有竞争力的子品类阵地，同时开发新的明星产品
  数据40: 购买情况——西式烘焙产品，中国，2022年
- 瞄准**90**后消费者与高家庭收入群体
  数据41: 购买情况——现制西式烘焙产品（按代际区分），中国，2022年
  数据42: 购买情况——西式烘焙产品（按家庭月收入区分），中国，2022年
- 融合口味的烘焙产品比传统中式糕点更受欢迎
  数据43: 购买情况——中式烘焙产品，中国，2022年
  数据44: 购买情况——现制中式烘焙产品（按年龄群体区分），中国，2022年

购买频率

- 连锁烘焙店占主导地位，而非连锁烘焙店具有增长潜力
  数据45: 购买频次，中国，2022年
  数据46: 购买频次（按部分购买渠道和年龄区分），中国，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据47: 好利来跨界泡泡玛特，中国，2022年

- 东部消费者更认可连锁烘焙品牌

数据48: 购买频次——"每天1次或更多"（按区域区分），中国，2022年

- 高频外卖食客寻求便利的烘焙销售渠道

数据49: 购买频次（按"我每周至少5次在餐厅打包食物回家吃"的就餐习惯描述语句区分），中国，2022年

购买渠道选择影响因素

- 食品质量是选择烘焙店的关键因素

数据50: 购买渠道选择影响因素，中国，2022年

数据51: TURF分析——购买渠道选择影响因素

- 三世同堂家庭注重整体店内体验

数据52: 购买渠道选择影响因素（按居住成员区分），中国，2022年

- 不同年龄段对烘焙产品的食品安全与质量考虑有差异

数据53: 购买渠道选择影响因素（按部分因素和年龄区分），中国，2022年

高端化因素

- 清洁标签可成为烘焙产品高端化的突破口

数据54: 高端化因素，中国，2022年

数据55: 食材简单的面包示例

- 中年消费者钟爱高端配料，年轻消费者则更注重口味

数据56: 高端化因素（按部分因素和年龄区分），中国，2022年

数据57: 高端化因素（按部分因素和年龄区分），中国，2022年

- 升级烘焙产品来满足定制化需求

数据58: 高端化因素（按家庭月收入区分），中国，2022年

数据59: 高端化因素（按居住成员区分），中国，2022年

对咸味烘焙产品的兴趣

- 消费者对于尝试咸味烘焙产品的兴趣浓厚

数据60: 对咸味烘焙产品的兴趣，中国，2022年

数据61: 对咸味烘焙产品的兴趣（按部分产品、性别和年龄区分），中国，2022年

数据62: 搭配饮料的咸派示例，中国，2021年

- 拥有**3**种咸味烘焙产品的菜单最为适宜

数据63: 对咸味烘焙产品的兴趣（按产品种类区分），中国，2022年

数据64: 对咸味烘焙产品的兴趣——产品种类（按购买频次区分），中国，2022年

- 低线城市蕴藏咸味烘焙产品的商机

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据65: 对咸味烘焙产品的兴趣（按城市线级区分），中国，2022年
数据66: 对咸味烘焙产品的兴趣（按城市线级和高家庭月收入区分），中国，2022年

对烘焙产品和烘焙店的态度

- 消费者坚信现制烘焙产品的口味更佳
  数据67: 对烘焙产品和烘焙店的态度——部分描述语句，中国，2022年
  数据68: 对烘焙产品和烘焙店的态度——包装烘焙产品可以满足我对烘焙产品的所有需求（按年龄和家庭月收入区分），中国，2022年
- 让咸味烘焙产品成为味蕾的享受
  数据69: 对烘焙产品和烘焙店的态度——部分描述语句，中国，2022年
  数据70: 对烘焙产品和烘焙店的态度——我愿意尝试烘焙店的咸味烘焙产品（按性别和年龄区分），中国，2022年
  数据71: 对烘焙产品和烘焙店的态度——对我来说，烘焙店是一个可以吃正餐的场所（按性别和年龄区分），中国，2022年
- 利用鲜酵母提升烘焙产品的质量
  数据72: 对烘焙产品和烘焙店的态度——部分描述语句，中国，2022年

美食达人

- 他们是谁？
  数据73: 美食达人，中国，2022年
  数据74: 美食达人类型（按代际区分），中国，2022年
- 挑剔消费者偏好采用鲜酵母的贝果与咸派
  数据75: 购买情况（按部分产品和美食达人类型区分），中国，2022年
  数据76: 对烘焙产品的态度（按"我知道鲜酵母和干酵母的区别"的描述语句和美食达人类型区分），中国，2022年
- 挑剔消费者在查看产品标签时会留意什么？
  数据77: 高端化因素（按美食达人类型区分），中国，2022年

附录——市场规模与预测

数据78: 轻微影响情境下烘焙店的总销售额与预测，中国，2016-2026年

附录——新冠疫情情境预测方法与假设

- 轻微影响、中度影响与重度影响情境概述
- 情境预测方法

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

烘焙店 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有