

直播带货 自建线上点单平台 推出线上限定产品

# 数字化营销成烘焙行业新风向

近日,在中国焙烤食品糖制品工业协会和北京贝可瑞会展服务有限公司主办的论坛上,国际知名咨询公司沙利文联合安佳专业乳品共同发布了《后疫情时代,中国烘焙市场现状和未来趋势分析》(以下简称“报告”)。沙利文大中华区合伙人兼董事总经理张葛建、大中华区执行总监章晓菁在论坛现场对报告进行了解读。

报告从烘焙行业概览、烘焙企业运营表现、烘焙企业研发分析、消费者洞察四个角度进行深度解读,发掘当前形势下的行业变革、渠道潜力、消费者关注及市场机遇,为烘焙企业创新升级、低碳转型、拓展市场、数字化营销等提供专业数据和思路指导。

张葛建介绍,中国烘焙市场未来增长潜力大。近年来,城镇化率的持续提升、可支配收入和购买力提高,促进烘焙市场不断渗透,进而推动人均烘焙食品消费支出提高。一方面,随着消费升级以及很多消费者对西餐及饮食文化的接受度提高,烘焙食品消费向多样化、高端化发展,推动烘焙行业不断创新和提升;另一方面,随着全平台布局的数字化营销以及外卖的普及,交易用户数显著增长,触达更广泛的消费群体的同时,也为烘焙品牌商带来收入和运营效率的双提升,助推烘焙市场进一步发展。

章晓菁表示,疫情给烘焙企业带来了许多影响。从企业端来看,在疫情发生后,烘焙企业在产品、渠道和营销等方面更加注重数字化创新与升级,如推出线上限定产品、自建线上点单平台、直播带货等。与此同时,

企业线上渠道收入占比显著提升。从消费者端来看,消费者在选购烘焙食品时,对食品质量和安全的重视度显著提高。

报告指出,中国烘焙行业呈现五点发展趋势:一是烘焙产品多样化、健康化、零食化、趣味化,以满足不断变化的年轻消费者需求。二是烘焙企业致力于研发选用更优质的原材料与兼具功能性、营养性的健康食材,与烘焙食品有机结合。三是多渠道数字化“营销+直播”,线上消费成为营销新风向。四是烘焙渠道多样化、多元化,新中式引领行业增长、烘焙跨界新势力不断延伸。五是在碳达峰和碳中和规划下,预计未来中国烘焙行业有望从上游开始逐步践行低碳生产理念。

报告显示,中国烘焙企业的研发趋势包含了年轻化、产品创新、季节性研发、烘焙黑科技、工业化2.0、低碳环保等方向。

年轻化成为主流。为迎合主力消费群体“Z世代”的需求,受访烘焙头部品牌注重产品外观升级、潮流化与健康化,致力于让烘焙食品成为年轻人群中的“时尚”载体。

产品创新不可或缺。消费升级促使受访企业对食品原料的研发迭代、产品多样性、口感、功能性等要求提升;中式烘焙品类丰富多样,近年来新中式烘焙品牌和国潮风兴起,成为烘焙行业的主要增长点之一。

季节性研发走到台前。使用新鲜当季食材研发季节限定或节日专属产品,是受访烘焙企业的季节性研发重点。其中,月饼作为传统中国季节性

烘焙食品,是烘焙季节性研发重点品类,整体市场规模保持微增,头部品牌销量增长,常温月饼将维持主流。

烘焙黑科技提上日程。随着消费者对烘焙产品功能性需求的提升,乳酸菌、益生菌、胶原蛋白等黑科技原材料成为新品研发的另一种可能。

工业化2.0日趋成熟。未来烘焙行业整体工业化程度将不断提高,以“工业化半成品生产+门店烘烤”、装饰为代表的工业化2.0有望成为平衡产品生产效率与品质的优解方案。

低碳环保贯穿始终。烘焙行业积极响应“十四五”规划,将低碳环保纳入原材料与工艺的考量标准当中。在烘焙行业中,低碳环保的重点环节是上游畜牧行业与生产过程,针对其存在的碳排放,业内领先企业已展开相关碳中和研究。

报告还聚焦消费者洞察,从消费者画像、烘焙食品主要食用目的、主要消费场景和时间段、保质期偏好、购买渠道、单次购买价格区间和购买频次,以及对烘焙食品口味、口感、风味及功能性的偏好,消费者对乳脂和植物乳脂的认知程度等角度全面分析了烘焙食品消费者的消费心理及消费习惯。

从消费者的年龄、性别、职业以及家庭平均月收入来看,烘焙食品主要消费群体分别为“90后”及“00后”,女性消费者、在校学生和白领,近年来年龄结构呈年轻化趋势。随着中华传统文化浪潮的涌起,国潮正在变成年轻人的时尚文化新宠,并逐渐延伸至烘焙界。一大批“国潮烘焙”品牌如雨后春笋般冒了出来,带来了中式糕点的全新消费体验。

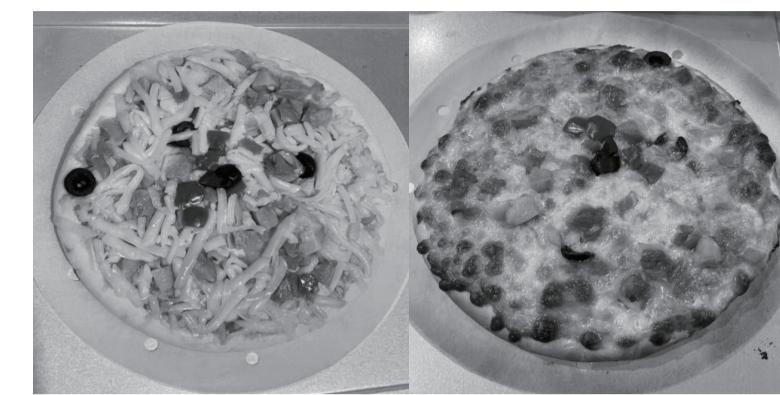
从保质期偏好来看,消费者更偏爱新鲜短保的烘焙食品,在面包、蛋糕、中点三类烘焙食品中选择当天即食和短保合计的消费者占比均超过半数,烘焙消费市场鲜食概念显著,消费者在购买保质期相对更长的烘焙食品时更倾向购买中式点心。

从购买渠道来看,头部烘焙企业纷纷强化线上点单系统,线上渠道增速显著,主要通过电商平台和外卖平台触达消费者,整体烘焙食品线上渠道购买占比约为30%;目前线下连锁饼店面包房仍是烘焙食品最主要的购买渠道。

从对烘焙食品口味、口感、风味及功能性的偏好来看,消费者总体上更偏爱水果口味、口感软糯、奶香风味更浓郁的烘焙食品,同时在日益注重饮食健康的当下,消费者偏好更低糖的烘焙食品,高纤维、高蛋白、高钙及微量元素等功能性原料的使用也受到了不同程度的关注。各类烘焙食品品类,叠加口味、口感、风味、功能性的产品矩阵,有利于赋能产品创新裂变。

从消费者对乳脂和植物乳脂的认知程度来看,超六成消费者熟知乳脂稀奶油、植物奶油、混合奶油,以及动物黄油、人造黄油、混合黄油的区别,乳脂的消费者认知已基本完成普及。超七成消费者关注并优先考虑购买使用乳脂的烘焙食品,随着消费者对乳脂的认知逐渐加深,以及消费升级叠加健康饮食理念,使用乳脂在未来将成为行业主流和市场常态。

(宗和)



随着预制菜产业愈发火热,预制菜产业联盟等组织逐步建立,相关团体标准加紧制定,部分地区兴起了打造预制菜产业园的风潮。而当人们把目光聚焦在各种半成品菜上时,烘焙界的预制菜——冷冻面团也因利润高潜力大,市场规模悄然扩大。

经过中央厨房生产线洗礼,可以加热即食的预制菜,如今已是餐饮行业、家庭餐桌中较为常见的一类食品。农产品在此过程中完成了“菜篮子”向“菜盘子”的转变,消费者也能轻松尝到味美、便捷的食物。随着产业的发展,预制菜已经细分出果蔬、水产、肉类、冷冻烘焙品等赛道。以冷冻面团、预拌粉、冷冻半成品为代表的预制类烘焙食品逐步打入下游市场,发挥保证出餐速度和出餐效率的作用。业内人士指出,从事烘焙半成品产销的企业部分产品利润空间达到4倍左右,这也将烘焙行业拉入新的发展格局中去。

当下的烘焙行业,满足家庭烘焙需求的半成品蛋挞皮、蛋挞预制剂、披萨饼皮等受到市场青睐。蛋挞皮生产集压面、擀面、分团、成形等功能于一体,仿手工的操作使得半成品蛋挞皮大小规格稳定,外观平整、光滑,消费者只需要购买好半成品蛋挞皮、蛋挞预制剂,就能轻松地使用空气炸锅或烤箱做出出色香味俱全的蛋挞。随着家庭烘焙潮流的兴起,还有越来越多的烘焙半成品相继上市,这一细分市场的发展比较可观。

另一方面,预制烘焙食品供应于烘焙行业仍是重头戏。随着消费升级,烘焙行业不仅仅面临内部竞争,“茶饮+烘焙”“茶饮+咖啡”等融合模式的诞生,都导致竞争加剧,在有限的市场体量中,由中央厨房统一加工的各类半成品面团、预拌粉等本身就具备相对稳定的品质,冷藏冷冻技术的持续升级还使得它们在口感、质量上与手工制作并无过多差异,甚至更具有优势。门店工作人员只需将冷链到店的半成品进行烘焙、包装等简单加工后,即可售出,人力、物力等生产成本的可控性进一步增强,对于行业品牌来说,正是利好之处。

预制菜是当下的一大重要“风口”,“预制”是关键,而“菜”的类型在技术升级下是多元可变的。加速细分的预制菜产业内部还有太多的发展空间,业内争相布局并非没有依据。不过,工业化的中央厨房生产模式始终是一项体系庞大的大工程,认准行业发展现状的基础上再进行合理布局才是长久之计。

(中国食品报)

烘焙半成品也有“春天”

【福联盛】  
【美斯佳】  
等  
三  
批  
次  
饼  
干  
类  
产  
品  
抽  
检  
不  
合  
格

近日,福建省市场监督管理局公布2022年第41期食品抽检信息。记者梳理发现,3家企业生产的饼干类产品被检出质量不合格。

该抽检结果显示,标称厦门市鹭林食品有限公司2022年5月26日生产的1批次蛋花酥(纯香味),标称龙海市喜多福食品有限公司2022年5月1日生产的1批次“福联盛”紫菜饼干(韧性饼干),标称南靖县口口香食品有限公司2022年7月12日生产的1批次“美斯佳+图形”鲜葱苏打-香葱味(饼干)均被检出过氧化值(以脂肪计)项目不合格。

《食品安全国家标准 饼干》(GB 7100-2015)中规定,饼干中过氧化值(以脂肪计)的最大限量值为0.25g/100g。

据悉,过氧化值主要反映食品中油脂是否氧化变质,食用过氧化值超标的食品,可能导致肠胃不适、腹泻等症状。过氧化值超标的原因,可能是产品在储存过程中环境条件控制不当,导致油脂酸败;也可能是原料储存不当,导致脂肪过度氧化,使得最终产品过氧化值超标。

针对抽检不合格产品,福建省市场监督管理局表示,已要求所在地市场监管部门对不合格产品生产经营者开展调查处置,依法查处违法犯规行为,督促生产经营者履行停止销售、下架、召回和公告等法定义务,有效防控食品安全风险。

记者注意到,上述3家不合格食品生产企业中有2家此前也出现过食品安全问题。

据信用中国消息,2022年9月15日,厦门市同安区市场监督管理局对厦门市鹭林食品有限公司罚款5000元,没收违法所得2340元。原因涉及该企业生产无标签的包装食品、食品添加剂或者标签、说明书不符合规定的食品、食品添加剂。

厦门市同安区市场监督管理局2022年9月公布的不合格食品核查处置情况显示,厦门市鹭林食品有限公司生产经营的咸蟹黄酥(产品批号:20211101)被检出标签项目不合格。2022年6月23日,同安区市场监督管理局新民所的执法人员按要求对厦门市鹭林食品有限公司开展了核查处置工作。该公司于2022年6月24日启动召回,向同安区市场监督管理局新民所提交召回公告和召回计划。截至8月4日,共召回0包。经调查,这批产品不合格的原因可能为:品控人员在审核标签时,对标签上的各种国家标准未认真研究和核对;包装袋采购进仓时,品控除了对包装袋常规检查以外,未对包装袋文字进行检查确认。针对上述情况,该公司进行整改。

此外,重庆市市场监督管理局2022年6月发布的食品抽检信息(2022年第16号)显示,标识龙海市喜多福食品有限公司生产的“劲够鲜+图形”香葱梳打饼干(生产日期/批号:2022-04-01)过氧化值(以脂肪计)超标。

(中国质量新闻网)

## 五芳斋寻增长曲线 烘焙还是门好生意吗?



款产品至关重要。

### 布局现制烘焙

五芳斋也难逃现制烘焙诱惑。近日,五芳斋在嘉兴开出了首家节令伴手礼店,采用“零售+轻餐饮”的业务模式,提供早餐、午餐、下午茶、晚餐、夜宵的全时段产品。从产品上看来,除了五芳斋主打的粽子产品外,该门店还售卖包子、粥品、关东煮等产品,以及饮料、速冻食品和礼盒等。

值得注意的是,门店内还售卖现制烘焙产品。记者从菜单上看到,该门店提供蛋挞、桃酥、牛角包,以及许多新式烘焙品牌都偏爱的麻薯类产品,售价在2.8元-11元之间。据门店工作人员表示,上述烘焙类产品都是在门店内烤制,目前只有该门店提供现烤烘焙。此外,门店还提供咖啡和果茶等产品。

关于五芳斋的未来发展规划,记者联系到浙江五芳斋实业股份有限公司,据相关负责人表示,未来,公司将加速推进餐饮零售一体化工作,打造“中华节令食品+伴手礼”连锁新业务模式。目前,公司已经成立了五芳斋(浙江)食品供应链有限公司,积极探索食品零售与轻餐饮相结合

的连锁加盟业务模式,培育新的业务增长点。

关于烘焙业务,上述负责人表示,五芳斋烘焙业务近几年的销售额呈逐年上升趋势。而对烘焙赛道的看法,五芳斋认为,健康化、功能化、低能量的健康烘焙食品是未来发展趋势,功能性烘焙食品在未来将有较大的发展前景。同时,市场中高档产品容量将不断增长,烘焙行业的品牌集中度也将越来越高。

### 寻找利益增长点

正如上文中五芳斋相关负责人所表示,老字号五芳斋正在寻找增长点,而烘焙业务则是方向之一。现制烘焙产品虽能从一定程度上为消费者带来新鲜体验,但同样需要支付成本。

事实上,五芳斋加码烘焙产品也算有迹可循。不久前五芳斋发布了“投资者关系活动记录表”,其中提到公司在保持粽子、月饼产品稳定发展的基础上,也在尝试开发第二增长曲线,诸如烘焙食品等。

同时,五芳斋认为,随着二期生产车间的建设落成,公司预计未来月饼及烘焙类产品的毛利率将有所提升。不仅如此,最新财报数据显示,2022年第三季度,五芳斋实现总营收4.548亿元,同比下降14.45%;实现归母净利润负1396万元。在此情况下,寻找新的利润增长点也算是顺势而为。

其实,希望利用烘焙产品作为增长点的品牌并非一家。今年4月,原本主打熟食的一手店突然入局烘焙圈,在保留了红肠、马哈鱼、酱全鸡等招牌熟食的基础上,开始售卖欧包、吐司、麻薯等烘焙产品。在业内人士看来,一手店便是希望通过烘焙业务来拓展新消费客群,寻求更多发展空间。

资深连锁产业专家文志宏认为,五芳

斋在粽子赛道已经占据了较大的市场份额,并且作为上市公司,此时寻求第二增长曲线也是该公司必须要思考的问题。虽然烘焙赛道有部分企业遇到了挑战,但整个烘焙市场仍具备较大空间,前景依旧可观,此时加码烘焙产品仍有发展空间。

### 建立清晰品牌定位

纵观烘焙市场,有品牌尝试增加茶饮产品求创新,还有品牌尝试与热门IP联名打造爆款,亦有跨界选手利用现有资源布局,都是希望来分一杯羹。但赛道竞争激烈,洗牌逐渐加速,网红烘焙品牌牛角村经营不顺,虎头局渣打饼行等曾备受资本重视的新式烘焙“遇冷”,若想真正在烘焙赛道长存,还需在产品、研发和品牌定位上再做功课。

在战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄伟看来,五芳斋受到环境等方面带来的一系列冲击,便希望通过增加品类和多元化发展等寻找增长曲线,从而提升收入和利润。品牌规模、势能和渠道等方面都是五芳斋的优势所在,烘焙产品还能为门店进行补充,如何把握好向其他品类所延伸的度,是其将要面临的挑战。

文志宏表示,五芳斋等企业都需要对门店的模式进行选择,无论是由门店内现场制作还是由中央厨房统一配送各有利弊。虽然由中央厨房统一配送能够降低设备等成本,且更利于大规模复制,但现场烘焙能够为消费者带来更新鲜的产品及更好的消费体验,需要企业自己衡量。虽然门店模式能否复制与门店盈利存在关联,却并非决定门店盈利的唯一要素。因此五芳斋等企业还需要根据实际情况进行调整,通过创新研发打造爆款产品,从而找到真正的利润增长点。

(北京商报)

## 资溪面包食品产业城获评2022年国家工业旅游示范基地

日前,文化和旅游部发布了2022年国家工业旅游示范基地人选名单,资溪面包食品产业城作为江西省抚州市唯一单位成功入选。据了解,2022年国家工业旅游示范基地根据《国家工业旅游示范基地规范与评价》行业标准,经有关省(区、市)文化和旅游行政部

门推荐,文化和旅游部组织专家评审并进行公示,今年全国共53家单位上榜。

近年来,江西省资溪县加大“工业+旅游”产业发展理念,立足品牌优势和产业基础,不断挖掘工业旅游资源价值,全新开发建设二三产业融合发展的资溪面包食品产业城,全

力打造集观光游览、参与体验、休闲购物、面包研学等为一体的旅游产品。资溪面包食品产业城以观光工厂为载体,整合中西式面包、面包观光工厂、面包DIY等资源,加快培育和丰富肉松厂、巧克力工厂、手工欧包等旅游业态,已建成面包观光工厂、面包广场、面包烘焙体验馆、面包文化馆、面包文化展览厅等特色面包主题旅游点,初步形成产、学、研、游为一体的烘焙业全产业链基地,成为抚州市第三批中小学研学实践教育基地,累计接待游客47.6万人次,实现旅游综合收入近5000万元。

(人民网)