

中国烘焙类休闲食品行业： 烘焙类休闲食品发展迅速，传统糕点抢占市场

China Bakery Food Industry: Bakery Food Industry Developing Rapidly, Traditional Bakery Captures the Market

中国ベーカリー産業:ベーカリー・カジュアルフードが急速に発展、伝統的なペストリーが市場をつかむ

概览标签：烘焙类休闲食品、新中式、绝味食品、好利来

报告主要作者：黄之婧

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

01

烘焙行业属休闲食品行业中的新兴产业，发展潜力较大

- ▶ 烘焙行业属休闲食品行业中的新兴产业，烘焙消费未来增量空间较大，中国人均每年烘焙食品消费量仅约7千克，远低于欧美等西方国家。根据测算结果，2019年至2023年，中国烘焙类休闲食品市场规模由2,496亿元增至3,454亿元；预计2024年至2028年，市场规模由3,734亿元增至5,214亿元。面包是烘焙市场最主要的品类，其市场占比在2028年超45%。此外，在国潮热的推动下，中式甜点等其他品类的规模增速加快。

02

消费者的青睐及资本的注入，为新中式烘焙赛道增添活力

- ▶ 在消费者眼中，新中式烘焙品牌所代表的不仅仅是一种糕点口味的新潮流，更是一种文化符号和生活态度的体现。这种独具特色的品牌形象吸引了年轻消费者的关注和青睐。从新中式烘焙品牌的投融资热度来看，近年来，部分品牌备受资本青睐，出现了不少“一年多轮”的融资情况。2023年截至10月，新中式烘焙赛道相关投融资事件数量为3个，较上年略有下降，表明资本在一定程度上回归理性。未来，随着新中式烘焙品牌的不断涌现和市场竞争的加剧，品牌差异化和创新将成为重中之重。

03

烘焙产品逐渐与不同场景融合，品牌趋于年轻化发展

- ▶ 在连锁品牌标准化系统下，烘焙异业合作早已悄然兴起。喜茶、奈雪的茶、乐乐茶率先探索烘焙异业，从而催生了“烘焙+”的全新理念，烘焙与茶饮的完美结合开始逐渐普遍。至今，烘焙产品逐渐与不同场景融合，茶饮、露营、书店、商超、健身等场所已“无处不面包”。此外，为了抢占市场，各大烘焙品牌纷纷加大宣传力度，积极开拓年轻消费者市场。

烘焙类休闲食品发展迅速，传统糕点抢占市场

在过去的几年里，中国烘焙行业经历了快速增长和变革，每年注册的烘焙企业数量均超过2万家，总体呈现上升的态势。资本的注入成为推动烘焙行业发展的重要动力之一，2023年，烘焙行业共发生10起投融资事件，其中大部分集中在A轮阶段。

未来，随着电商平台发展、消费者需求增加等，烘焙类休闲食品市场规模预计将持续上升，2024年至2028年，复合增长率超8%。

目录

CONTENTS

◆ 中国烘焙类休闲食品行业市场综述	10
• 定义与分类	11
• 发展历程	12
• 市场规模	13
• 行业政策	14
◆ 中国烘焙类休闲食品行业产业链分析	15
• 产业链图谱	16
• 产业链分析	17
◆ 中国烘焙类休闲食品行业驱动因素分析	23
• 驱动因素一：冷链配送服务趋于完善	24
• 驱动因素二：资本助力烘焙行业扩张	25
◆ 中国烘焙类休闲食品行业制约因素分析	26
• 制约因素一：面包烘焙界“闭店”潮	27
• 制约因素二：烘焙食品安全问题频发	28
◆ 中国烘焙类休闲食品行业发展趋势分析	29
• 新中式烘焙发展迅速	30
• 烘焙品牌流量带销量	31
◆ 中国烘焙类休闲食品行业企业分析	32
• 品牌格局	33
• 元祖食品	34
• 好利来	35
• 泸溪河	36



目录

CONTENTS

◆ 方法论

37

◆ 法律声明

38



目录

CONTENTS

◆ Overview of China Bakery Food Industry	10
• Definition and Classification	11
• Industry History	12
• Scale of Market	13
• Industry Policy	14
◆ Industry Analysis of China Bakery Food Industry	15
• Industry Chain Mapping	16
• Industry Chain Analysis	17
◆ Drivers of China Bakery Food Industry	23
• Cold-chain Logistics	24
• Capital Investment	25
◆ Constraints of China Bakery Food Industry	26
• Close up Shop	27
• Food Safety Issues	28
◆ Development Trend of China Bakery Food Industry	29
• New Chinese Baking	30
• Brand Reputation	31
• Enterprises Analysis of China Bakery Food Industry	32



目录

CONTENTS

• Company Profile	-----	33
• GANSO	-----	34
• Holiland	-----	35
• Luxihe	-----	36
◆ Methodology	-----	37
◆ Legal Statement	-----	38



图表目录

List of Figures and Tables

图表1: 烘焙类休闲食品主要类别对比	-----	11
图表2: 中国烘焙类休闲食品行业发展历程	-----	12
图表3: 中国烘焙类休闲食品行业市场规模及预测, 2019 ~ 2028E	-----	13
图表4: 中国烘焙类休闲食品行业政策	-----	14
图表5: 烘焙类休闲食品行业产业链图谱	-----	16
图表6: 中国面粉(小麦粉)产量、零售价格情况, 2018 ~ 2023年	-----	17
图表7: 中国烘焙油脂产量、起酥油平均进口单价情况, 2018 ~ 2023年	-----	17
图表8: 中国鸡蛋产量、平均批发均价情况, 2018 ~ 2023年	-----	17
图表9: 中国成品糖产量、白砂糖零售价情况, 2018 ~ 2023年	-----	17
图表10: 中国烘焙设备相关企业数量(按成立年限划分), 截至2024年4月	-----	18
图表11: 中国烘焙设备相关专利申请数量, 2018 ~ 2023年	-----	18
图表12: 中国商用烘焙设备下游应用领域占比, 2023年	-----	18
图表13: 中国包装行业市场规模, 2019 ~ 2028E	-----	19
图表14: 中国包装下游应用领域占比, 2023年	-----	19
图表15: 烘焙包装设计案例	-----	19
图表16: 中国注册烘焙企业数量, 2019 ~ 2023年	-----	20
图表17: 中国各省份烘焙企业数量, 2023年	-----	20
图表18: 烘焙品类连锁化水平, 2019 ~ 2023年	-----	20
图表19: 中国面包烘焙门店分布, 截至2024年4月	-----	21
图表20: 中国面包烘焙门店选址分布, 截至2024年4月	-----	21
图表21: 烘焙细分品类TGI指数对比, 2023年	-----	22
图表22: 面包烘焙消费者推荐榜单(按红餐网点赞量), 截至2024年4月	-----	22
图表23: 面包烘焙客单价分布, 截至2024年4月	-----	22



图表目录

List of Figures and Tables

图表24: 中国冷库总容量, 2018~2023年	24
图表25: 中国冷链物流市场需求量, 2018~2023年	24
图表26: 中国冷链物流需求市场占比, 2023年	24
图表27: 烘焙品牌投融资事件盘点, 2023年	25
图表28: 中国烘焙品牌投融资事件轮次, 2021~2023年累计	25
图表29: 部分烘焙品牌关店情况(不完全统计), 2023年	27
图表30: 烘焙企业经营成本占比	27
图表31: 食品及食品相关产品抽检不合格问题数量, 2023年	28
图表32: 烘焙食品抽检不合格原因统计, 2023年	28
图表33: 部分食品及食品相关产品抽检统计, 2023年	28
图表34: 中式及新中式糕点品牌销售额Top20(淘系平台), 2023年12月	30
图表35: 新中式烘焙品牌融资事件数量, 2020~2023年	30
图表36: 烘焙类休闲食品营销方向分析	31
图表37: 烘焙类休闲食品部分品牌门店数量、客单价、口碑值对比, 2023年4月	33
图表38: 元祖食品企业分析	34
图表39: 好利来企业分析	35
图表40: 泸溪河企业分析	36



第一章：烘焙类休闲食品行业综述

Industry Overview



行业综述

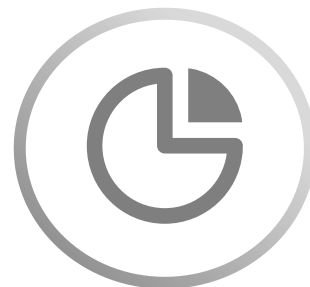
- 定义与分类
- 发展历程
- 市场规模
- 行业政策



产业链分析



驱动因素分析



制约因素分析



发展趋势



企业分析

烘焙类休闲食品行业——定义与分类

烘焙食品以面粉、酵母、食盐、砂糖和水为基础，经一系列工艺手段烘焙而成。烘焙行业属休闲食品行业中的新兴产业，其主要种类可划分为传统中式、西式及新中式烘焙

烘焙类休闲食品主要类别对比

	保质期	生产形式	主要种类
烘焙类休闲食品	短保 (1~15天)	冷冻烘焙成品 (可直接食用)	面包 根据原材料可划分为全麦面包、白面包等 饼干 根据配方及工艺可划分为苏打饼干、夹心饼干等 蛋糕 根据生产方式可分为面糊类蛋糕、乳沫类蛋糕等 其他 起酥糕点、蛋白点心、泡芙等
	中保 (1~3个月)	冷冻烘焙半成品 (需后续加工)	传统中式 <ul style="list-style-type: none"> 发展特点：连锁化程度相对较低，多以“前店后厨”模式经营 主要产品：酥、饼、糕点等传统点心 代表品牌：知味观、稻香村
	长保 (6个月以上)	常温现制产品 (现场制作)	西式烘焙 <ul style="list-style-type: none"> 发展特点：借助中央工厂以区域连锁为主 主要产品：面包、泡芙等西式烘焙 代表品牌：好利来、面包新语、元祖 新中式 <ul style="list-style-type: none"> 发展特点：“前店后厨”与“门店+中央工厂”模式相结合 主要产品：中式点心及西式烘焙 代表品牌：泸溪河、鲍师傅

来源：红餐网，嘉兴博士，头豹研究院

分析师观点

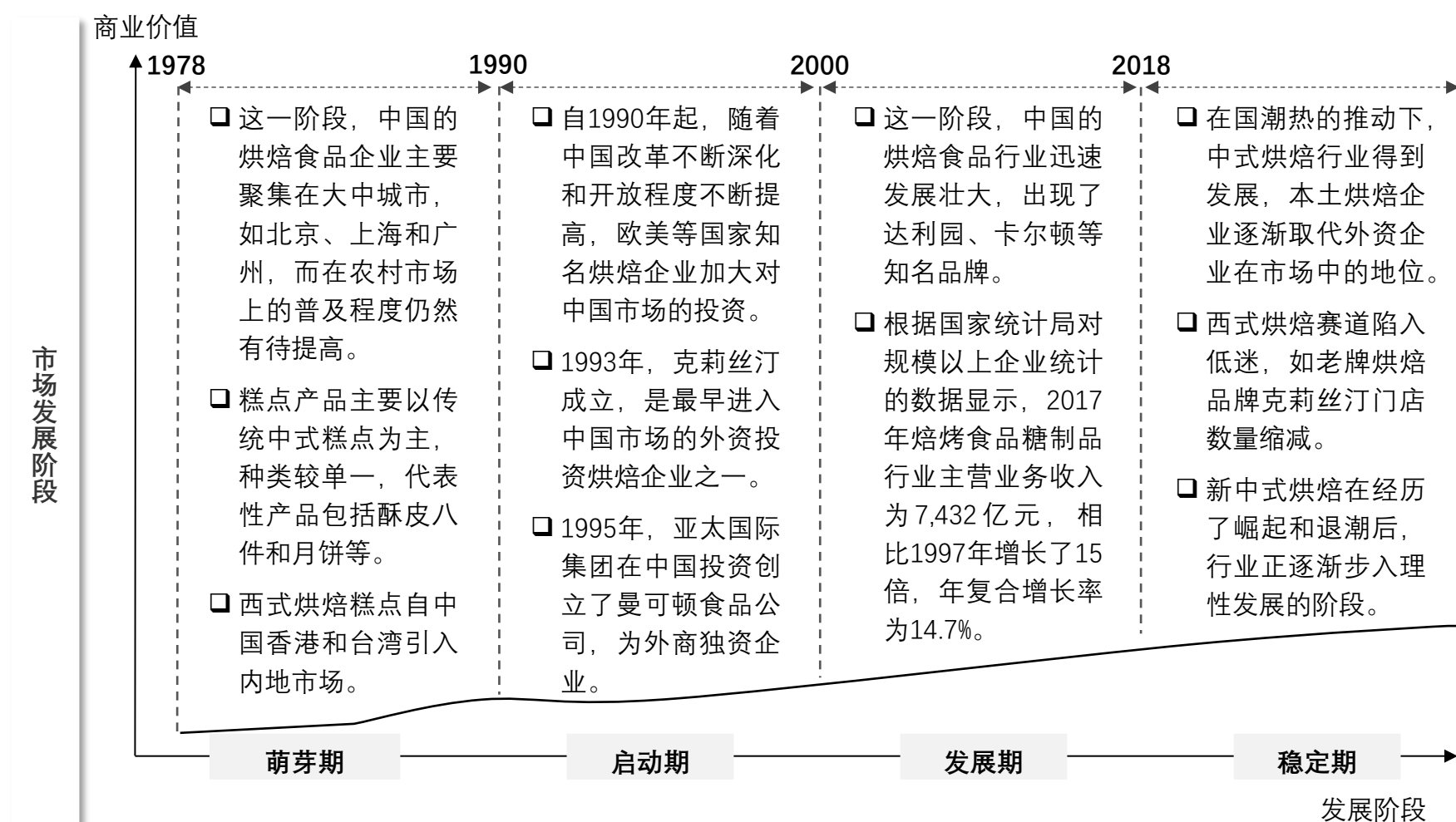
- 烘焙食品以面粉、酵母、食盐、砂糖和水为基础，并添加适量的油脂、乳制品、鸡蛋和其他调料，经一系列工艺手段烘焙而成。烘焙行业属休闲食品行业中的新兴产业，其主要种类可划分为传统中式、西式及新中式烘焙。
- 传统中式烘焙主要以酥、饼、糕点等传统点心为主要产品。目前，这一细分领域的连锁化发展较为缓慢，导致产能和市场需求相对受限。
- 西式烘焙以面包、泡芙、蛋挞等为主打产品。在这一领域，中央工厂的运作模式为区域连锁发展提供了有力支持。
- 结合中式点心和西式烘焙元素，新中式烘焙赛道展现出巨大潜力和发展空间。新中式烘焙产品的消费场景包括下午茶、礼赠、养生等，通过产品创新及品牌营销，吸引更多广泛的消费者群体。



烘焙类休闲食品行业——发展历程

中国烘焙类休闲食品行业经历了萌芽期、启动期、发展期及稳定期。2018年至今，烘焙行业逐渐步入理性发展阶段，本土烘焙企业逐渐取代外资企业在市场中的地位

中国烘焙类休闲食品行业发展历程



分析师观点

- 中国烘焙类休闲食品行业经历了萌芽期、启动期、发展期及稳定期。
- 1978年至1989年为萌芽期，这一阶段，中国的烘焙食品企业主要聚集在大中城市，且烘焙产品种类相对单一。
- 1990年至1999年为启动期，欧美等国家知名的烘焙企业纷纷加大对中国市场的投资。这些跨国企业注重市场推广、品牌战略和质量管控，这使得国际品牌在中国市场的份额不断增加。
- 2000年至2017年为发展期，烘焙食品市场的需求不断增加，行业迅速发展壮大，出现了知名品牌如达利园、卡尔顿等。
- 2018年至今为成熟期，烘焙行业逐渐步入理性发展阶段。在国潮热的推动下，本土烘焙企业逐渐取代外资企业在市场中的地位。

来源：国家统计局，各企业官方，红餐网，头豹研究院



www.leadleo.com 400-072-5588

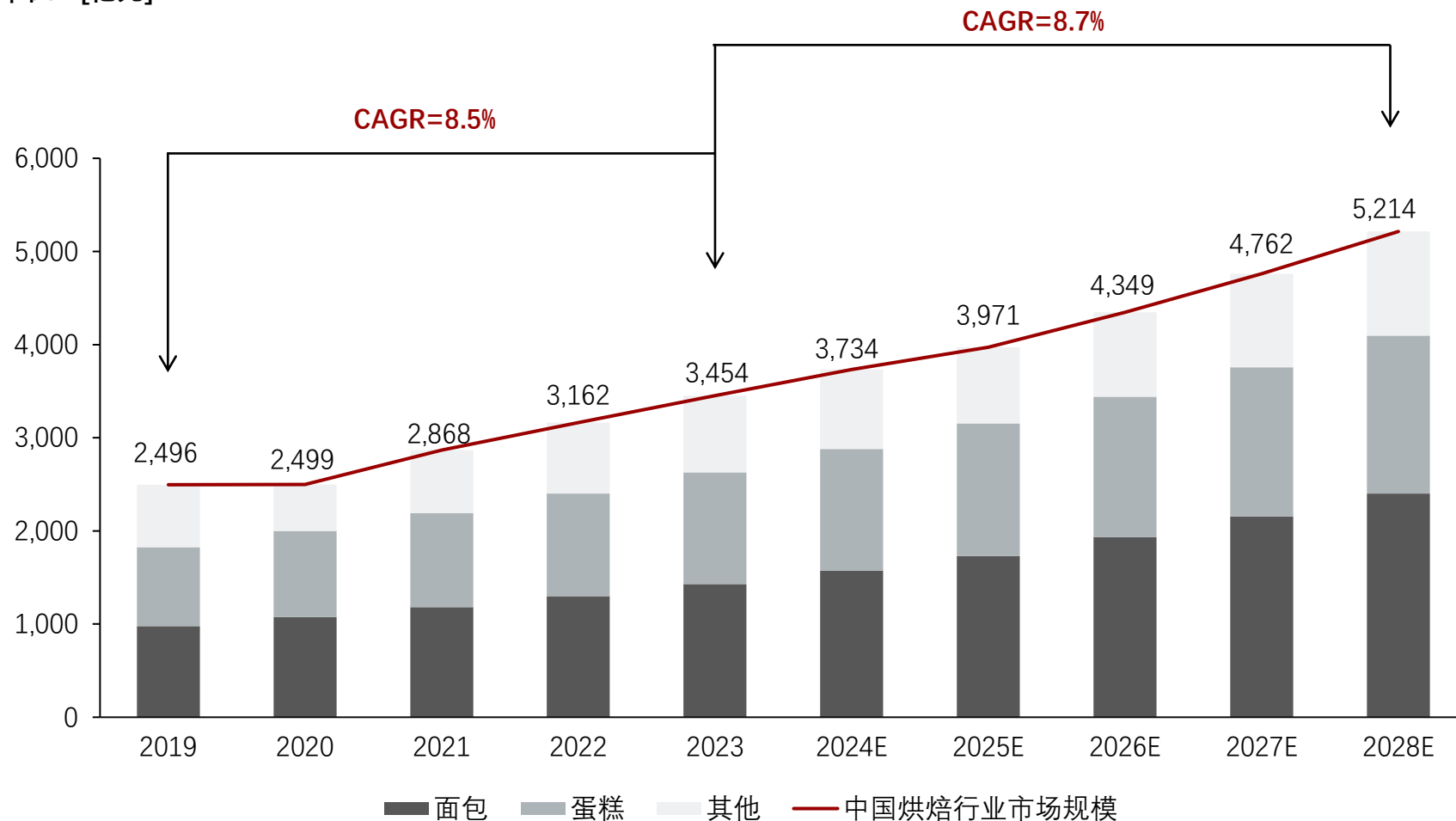
©2024 LeadLeo

烘焙类休闲食品行业——市场规模

2019年至2023年，中国烘焙类休闲食品市场规模由2,496亿元增至3,454亿元；预计2024年至2028年，市场规模由3,734亿元增至5,214亿元

中国烘焙类休闲食品行业市场规模及预测，2019~2028E

单位：[亿元]



来源：美团，FBIF，头豹研究院



www.leadleo.com 400-072-5588

分析师观点

- 2019年至2023年，中国烘焙类休闲食品市场规模由2,496亿元增至3,454亿元；预计2024年至2028年，市场规模由3,734亿元增至5,214亿元。面包是烘焙市场最主要的品类，其市场占比在2028年超45%。此外，在国潮热的推动下，中式甜点等其他品类的规模增速加快。
- 中国烘焙类休闲食品市场规模历史变化原因如下：1.中国电商迅速发展。根据美团团购，2019年至2023年，烘焙整体线上门店数量增加10%。2.中国消费者对烘焙产品的需求增加，尤其2023年中式糕饼GTV较2019年增长11倍。
- 未来，烘焙类休闲食品市场规模将持续上升，原因如下：1.烘焙消费未来增量空间较大。中国人均每年烘焙食品消费量仅约7千克，远低于欧美等西方国家。2.资本助力行业加速扩张。2023年，烘焙行业共发生10起投融资事件。

烘焙类休闲食品行业——行业政策

中国烘焙类休闲食品行业的发展政策趋于完善，政策从销售网点覆盖、网络餐饮平台应用、健康理念培育、冷链运输发展等方面制定了明确的方案

中国烘焙类休闲食品行业政策

政策名称	发布日期	颁布主体	政策要点	政策影响
《关于恢复和扩大消费措施的通知（国办函〔2023〕70号）》	2023.07.28	国务院办公厅	《通知》鼓励各地举办美食节，打造独具特色的美食街区。同时，提倡发展“种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店”模式，以此挖掘预制菜市场的潜力。	《通知》鼓励举办美食节，将有助于推广烘焙产品。此外，挖掘预制菜的发展潜力，将推动预包装烘焙产品的规模化生产，为消费者提供更多便捷的选择。
《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划（2023-2025）商办流通函〔2023〕401号》	2023.07.11	商务部等13部门	《计划》强调，在居民居住区，首要考虑满足购物、餐饮等基本需求。通过引入“便利店+早餐服务”和“互联网+早餐服务”等创新模式，建立多元化早餐供应网络。	烘焙食品正在逐渐成为消费者早餐的首选。随着“便利店+早餐服务”等创新模式的兴起，烘焙食品的购买网点逐渐增加，让购买变得更加便利。
《关于发挥网络餐饮平台引领带动作用有效防范外卖食品浪费的指导意见（国市监网监发〔2023〕42号）》	2023.06.09	市场监管总局、商务部	《意见》指出，网络餐饮平台应该通过积极正面的激励机制，引导消费者树立文明、健康、绿色的消费理念。同时，平台也应指导商家如实准确地填写餐品信息。	网络餐饮平台的普及鼓励烘焙产品制造商和零售商积极调整商业模式。在《意见》的指导下，烘焙产品在网络餐饮平台的销售将更加有序规范。
《关于印发食品安全标准与监测评估“十四五”规划的通知（国卫食品发〔2022〕28号）》	2022.08.11	国家卫生健康委	《规划》提出，将持续进行食物成分监测，推动“减盐、减油、减糖”的健康理念，同时倡导新一代营养健康食品的推广，以提升消费者科学认知，促进平衡膳食。	随着居民生活水平的提高和健康意识的增强，少糖、少油、更健康营养的烘焙食品正逐渐成为烘焙行业未来的主流趋势之一。
《关于加快推进冷链物流运输高质量发展的实施意见（交运发〔2022〕49号）》	2022.04.07	交通运输部、铁路局、民航局、邮政局、国铁集团	《意见》提出，支持冷链物流企业构建网络货运平台，以整合产品、冷库、冷链运输车辆等资源。同时，鼓励冷链运输企业积极探索公路冷链专线和“中央厨房+食材冷链配送”等创新模式。	“中央工厂+电商+冷链物流”为烘焙食品生产商的经营模式之一，冷链物流的发展为烘焙食品生产商提供了更加便捷和可靠的运输方式。

来源：国务院办公厅，商务部，国家卫生健康委，中国政府网，头豹研究院



第二章：烘焙类休闲食品行业产业链分析

Industry Chain



行业综述

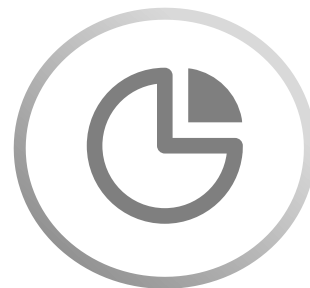


产业链分析

- 产业链图谱
- 产业链分析



驱动因素分析



制约因素分析



发展趋势



企业分析

烘焙类休闲食品行业——产业链图谱

中国烘焙类休闲食品行业产业链上游主体主要为烘焙原材料、设备及包装供应商；中游主体主要为烘焙类休闲食品生产商；下游销售渠道主要可分为线上及线下渠道

烘焙类休闲食品行业产业链图谱



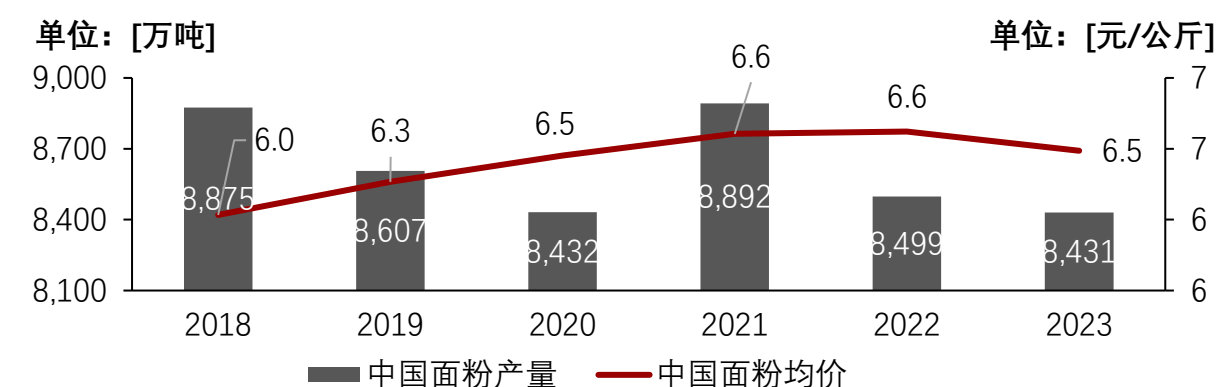
来源：各企业官网，烘焙新观察，红餐网，头豹研究院



烘焙类休闲食品行业——产业链上游（1/3）

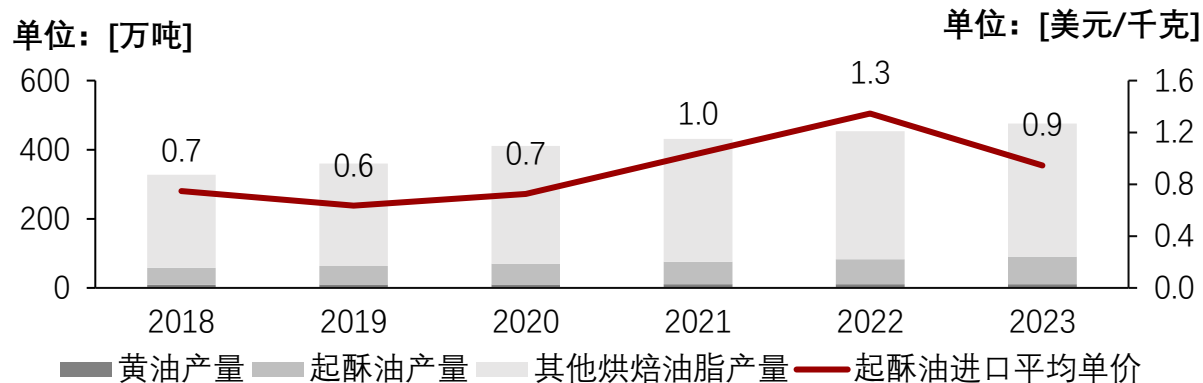
在烘焙原材料中，面粉、油脂、鸡蛋及糖的需求量较大，随着市场竞争日益激烈，不断优化原材料供应链管理，注重原材料的选择和采购，将成为烘焙行业持续发展的关键

中国面粉（小麦粉）产量、零售价格情况，2018~2023年



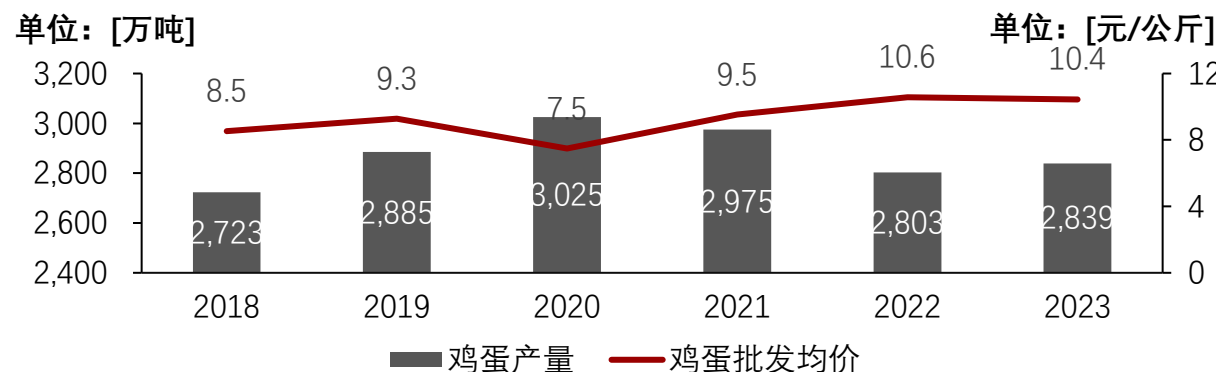
* (2023年中国面粉产量为预测值，通过小麦产量变化趋势预测；数据来源商务部、国家统计局等公开资料整理)

中国烘焙油脂产量、起酥油平均进口单价情况，2018~2023年



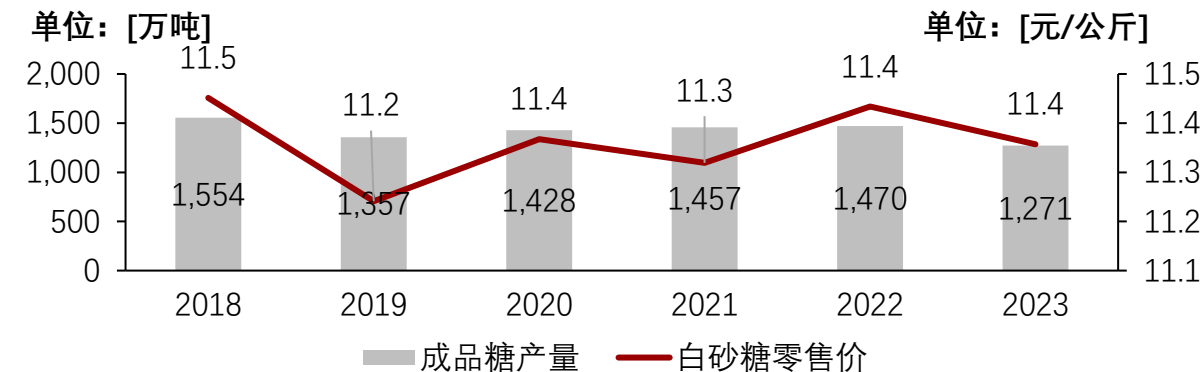
* (中国烘焙油脂产量为公开数据整理，其中，黄油产量主要包括人造黄油、牛奶及水牛奶黄油产量，数据来源FAO；此外，起酥油是更为基础的原料，历年数据根据公开信息推算)

中国鸡蛋产量、平均批发均价情况，2018~2023年



* (2018年至2021年中国鸡蛋产量数据来源FAO，2022年至2023年数据来源中国畜牧杂志)

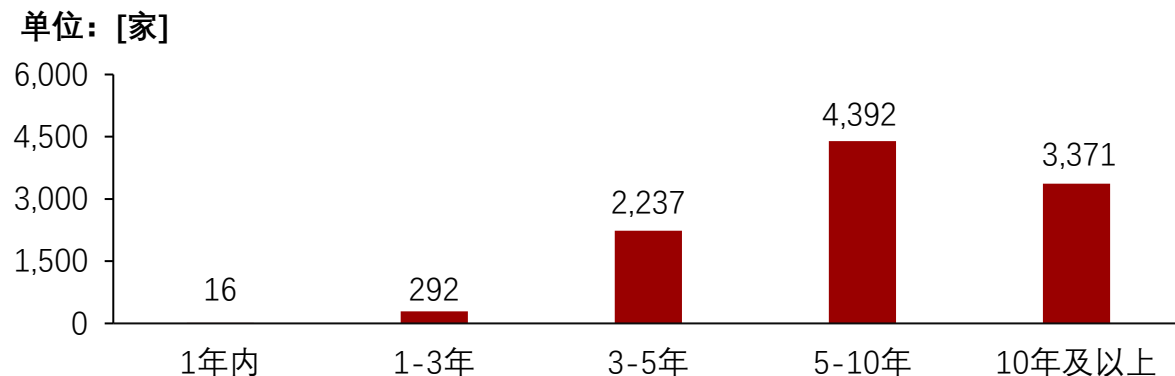
中国成品糖产量、白砂糖零售价情况，2018~2023年



烘焙类休闲食品行业——产业链上游（2/3）

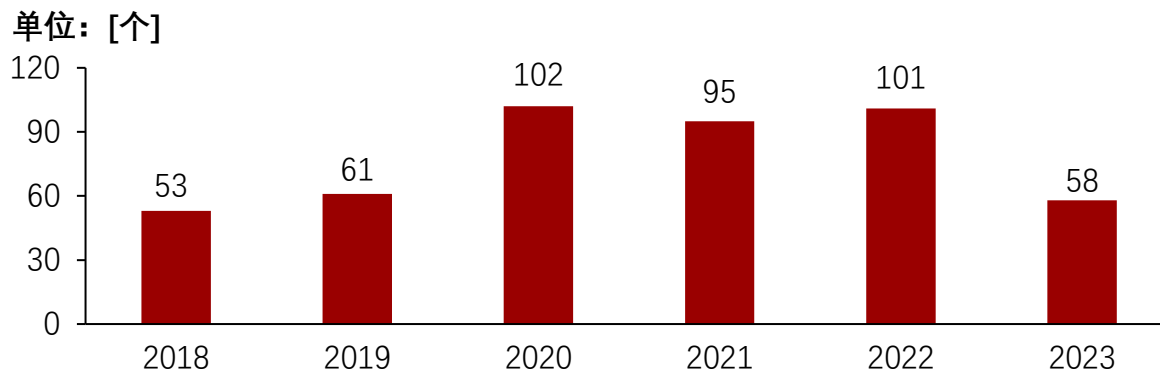
中国烘焙设备行业主要由经营多年的老牌企业主导，此类老牌企业在技术研发、生产工艺、售后服务等方面拥有丰富的经验和优势，能够为下游烘焙企业提供更加专业和全面的支持

中国烘焙设备相关企业数量（按成立年限划分），截至2024年4月



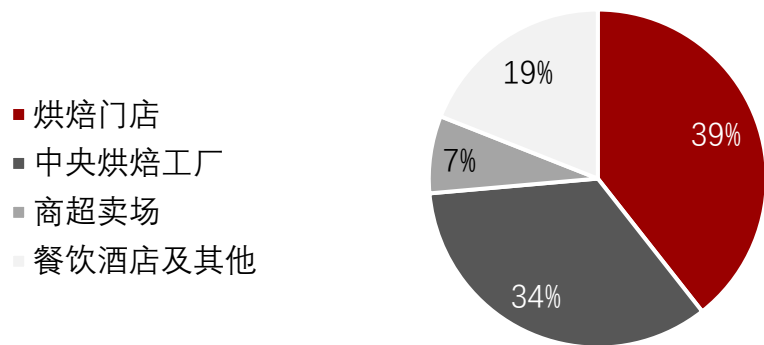
* (根据企查查检索，筛选企业名、经营范围、企业简介、品牌/产品、专利、商标范围内，含“烘焙设备”的企业，数据截至2024.4.11)

中国烘焙设备相关专利申请数量，2018~2023年



* (根据专利之星检索，含“烘焙设备”字样的相关专利，数据截至2024.4.11)

中国商用烘焙设备下游应用领域占比，2023年



截至2024年4月，中国拥有超过10,000家烘焙设备相关企业，其中有7,763家企业成立已超过5年。这一数据表明中国烘焙设备行业主要由经营多年的老牌企业主导，此类老牌企业在技术研发、生产工艺、售后服务等方面拥有丰富的经验和优势，能够为下游烘焙企业提供更加专业和全面的支持。

从烘焙设备相关专利申请数量来看，2018年至2023年，历年申请数量均在50个以上。随着技术的不断进步和创新，烘焙设备的功能和性能也在不断提升，为烘焙行业带来更多可能性。

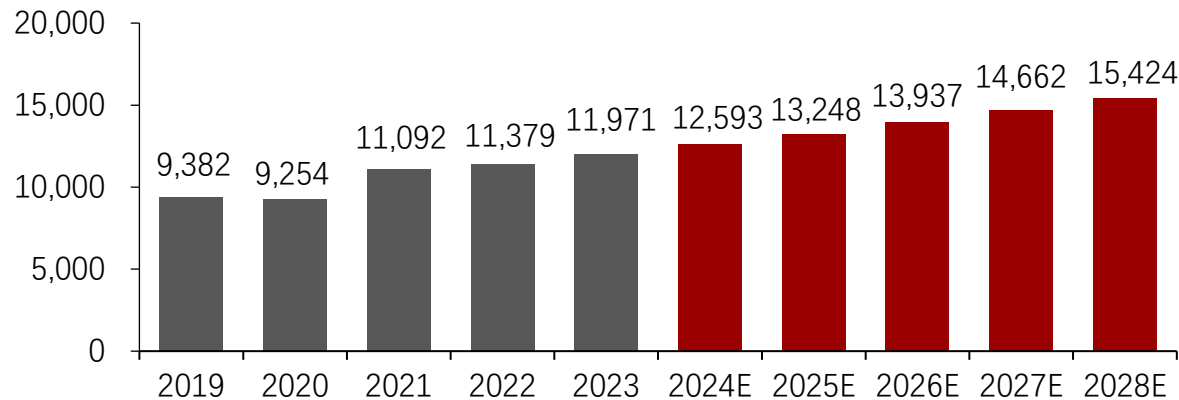
从商用烘焙设备下游应用领域占比来看，烘焙门店及中央烘焙工厂为主要需求来源，其占比超70%。随着烘焙产业的不断发展，烘焙设备的应用领域也将不断扩大。

烘焙类休闲食品行业——产业链上游 (3/3)

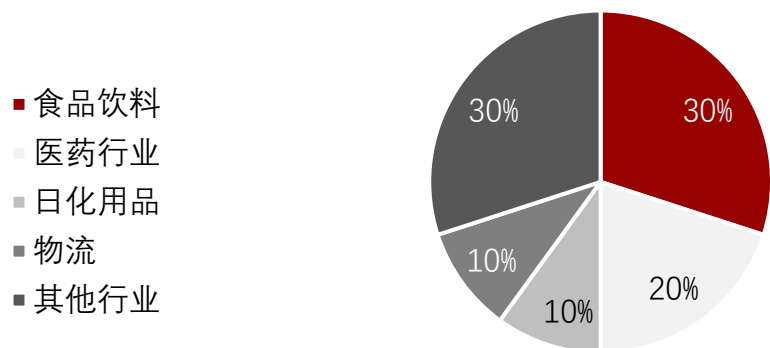
2023年中国包装行业市场规模为11,971.0亿元，未来五年，包装行业市场规模将保持5.2%增速发展；食品饮料是目前包装最主要的应用；在烘焙领域，纸质包装将成为发展趋势之一

中国包装行业市场规模，2019~2028E

单位：[亿元]



中国包装下游应用领域占比，2023年



来源：烘焙通，包装经理人，各品牌官网，头豹研究院

烘焙包装设计案例

纸质包装



面包新语
上新包装



虎头局
打包纸袋

□ 纸质包装采用纸和纸板作为主要原材料制成，拥有成本低廉、资源节约、易于加工、环保无污染、便于回收再利用等诸多优势。

金属包装



好利来
马口铁盒



泸溪河
桃酥礼罐

□ 金属材质的外包装不仅能有效地保护包装内部产品，同时还赋予产品更高端的礼赠特性。
□ 未来，烘焙行业的中高端市场将持续迎来增长。

软塑/硬塑包装



都市甜心
冷冻包装



85度C
饭盒蛋糕

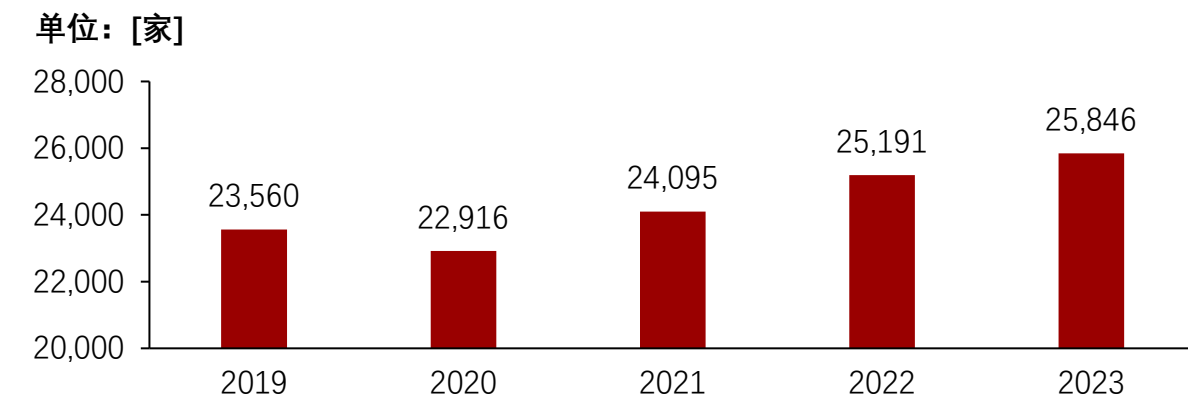
□ PET塑料常被应用于蛋糕盒的制作，属食品级安全塑料材质。
□ 塑料包装盒能展示蛋糕的外形，方便消费者选择，但过度使用存在一定环保隐患。



烘焙类休闲食品行业——产业链中游（1/2）

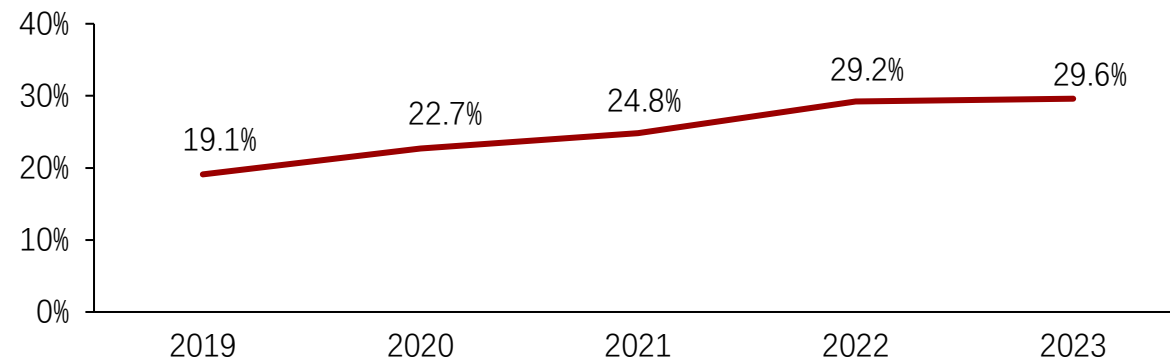
在过去五年里，中国每年注册的烘焙企业数量均超过2万家，总体呈现上升的态势；广东作为中国烘焙食品产业的领军地区，全省已有超过3.5万家烘焙企业，其中包括广州酒家等代表性企业

中国注册烘焙企业数量，2019~2023年

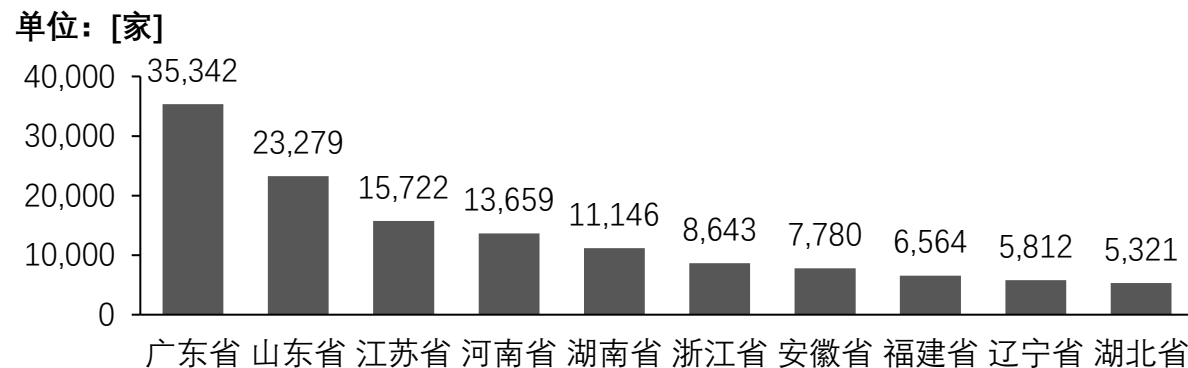


* (2019年至2022年数据来源河南商报及天眼查，2023年为推算值，根据中国经营报及天眼查披露新增企业同比增长率推算)

烘焙品类连锁化水平，2019~2023年



中国各省份烘焙企业数量，2023年



* (根据河南商报及天眼查，数据截至2023年7月底)

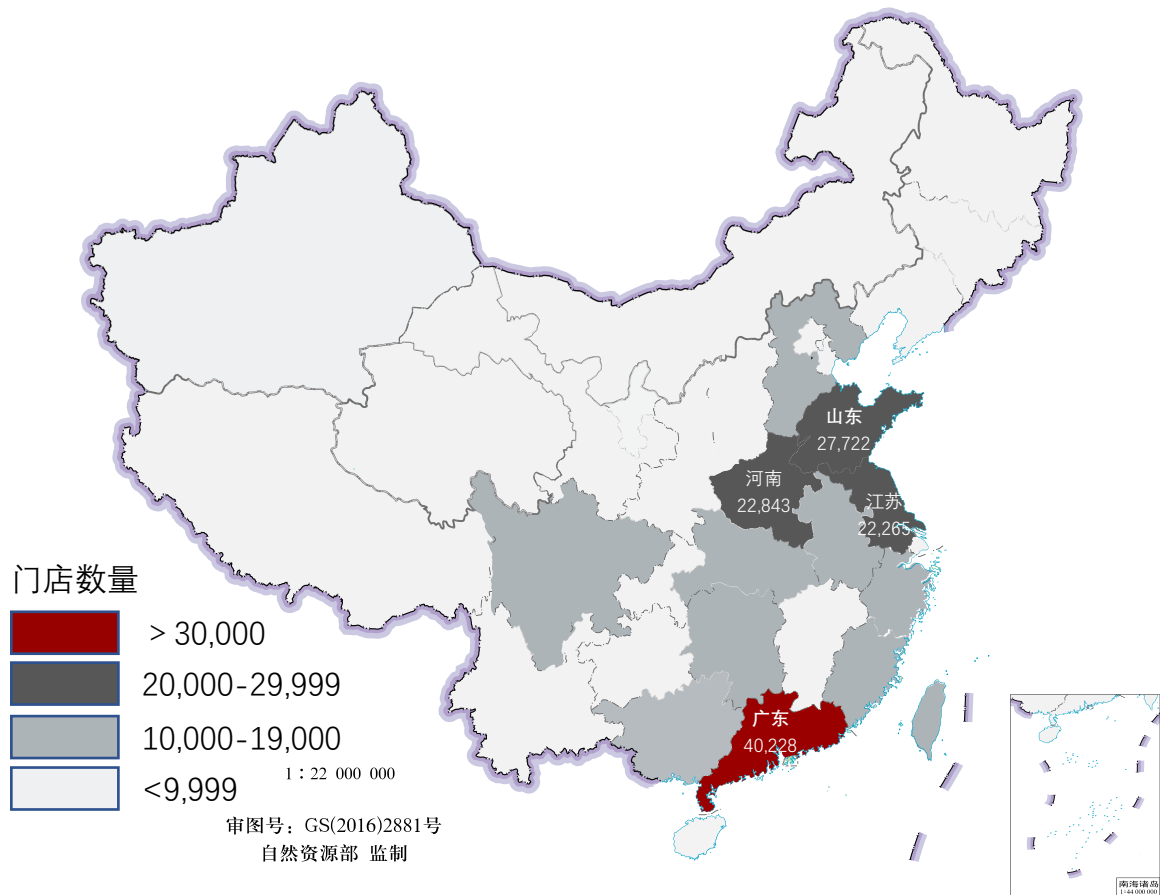
- 在过去五年里，中国每年注册的烘焙企业数量均超过2万家，总体呈现上升的态势。此类企业的涌现，既反映了消费者对美食品质的追求，也显示了烘焙行业市场的广阔空间和潜力。
- 从中国烘焙企业分布来看，截至2023年7月，广东作为中国烘焙食品产业的领军地区，全省已有超过3.5万家烘焙企业，其中包括广州酒家等代表性企业。山东省亦是中国烘焙产业的重要区域之一，拥有超过2.3万家烘焙企业。
- 此外，根据美团团购数据，中国烘焙品类连锁化水平逐年上升，2023年为29.6%。这一趋势仍未见止，展现出明显的增长潜力。未来，随着烘焙供应链管理不断完善，连锁品牌有望进一步拓展市场份额，成为市场的主导力量。

烘焙类休闲食品行业——产业链中游（2/2）

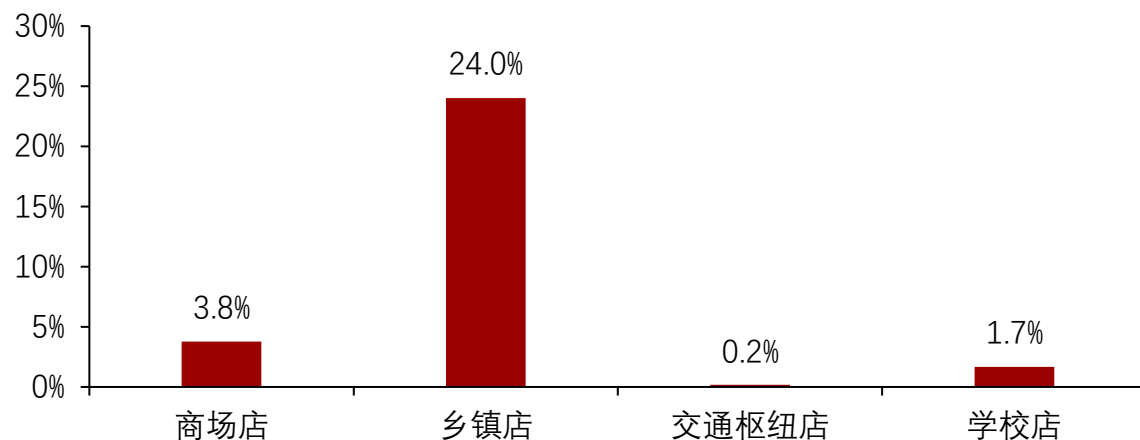
烘焙市场在企业分布、消费者喜好等因素的影响下具有集中趋势，面包烘焙门店主要集中在广东、山东、河南及江苏地区；此外，面包烘焙门店选址偏好下沉市场

中国面包烘焙门店分布，截至2024年4月

单位：[家]



中国面包烘焙门店选址分布，截至2024年4月



□ 根据窄门餐眼数据，截至2024年4月，中国面包烘焙门店主要集中在广东、山东、河南及江苏地区。其中，广东地区拥有超过4万家门店，山东、河南及江苏地区的门店数量也均超过2万家。数据表明，烘焙市场在企业分布、消费者喜好等因素的影响下具有一定的集中趋势。

□ 从面包烘焙门店选址分布来看，乡镇店占比达24%，远多于商场店、学校店等，表明面包烘焙门店选址偏好下沉市场。可以预见，未来随着物流、配送等基础设施的不断完善，乡镇市场的消费潜力也将逐渐被挖掘。面包烘焙门店选址偏好下沉市场的趋势将会继续，各大品牌将加大对乡镇市场的投入，以满足当地消费者对高品质面包烘焙产品的需求。

来源：窄门餐眼，头豹研究院



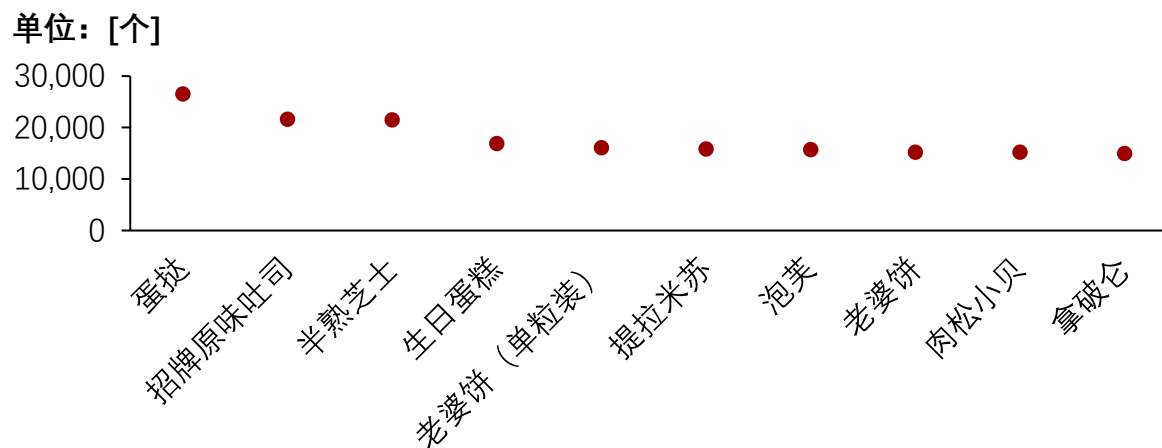
烘焙类休闲食品行业——产业链下游

烘焙食品收获更多都市中产、在校学生及精致妈妈的喜爱，都市银发更多关注中式糕点；面包及原味吐司的欢迎程度更高；从客单价来看，40元以下的占比超35%，消费者倾向选择价格适中的烘焙食品

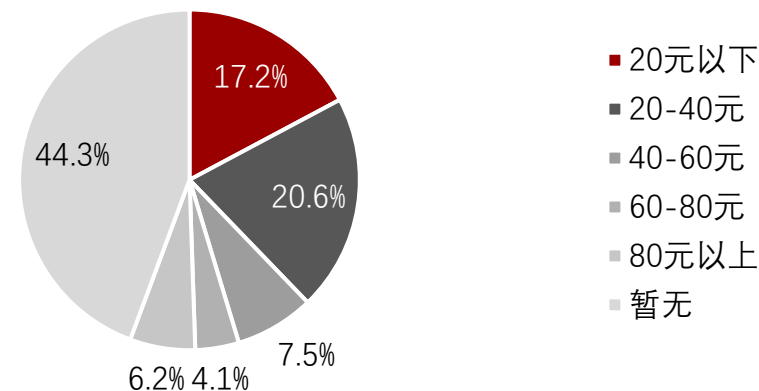
烘焙细分品类TGI指数对比，2023年

用户人群	TGI (相比到餐)	TGI (相比面包甜点)		
	整体烘焙	中式糕饼	西式甜品	面包蛋糕
小镇青年	96	81	97	98
都市中产	132	115	109	104
在校学生	145	127	118	101
精致妈妈	149	128	102	108
小镇中老年	67	74	81	96
都市白领	112	102	100	99
都市蓝领	66	70	79	95
都市银发	55	122	77	92
未成年人	64	61	94	89
普通大众	35	59	71	88
未覆盖	50	75	89	87

面包烘焙消费者推荐榜单（按红餐网点赞量），截至2024年4月



面包烘焙客单价分布，截至2024年4月



来源：美团，红餐网，窄门餐眼，头豹研究院



第三章：烘焙类休闲食品行业驱动因素分析

Industry Drivers



行业综述



产业链分析



驱动因素分析

- ❑ 冷链配送服务趋于完善
- ❑ 资本助力烘焙行业扩张



制约因素分析



发展趋势



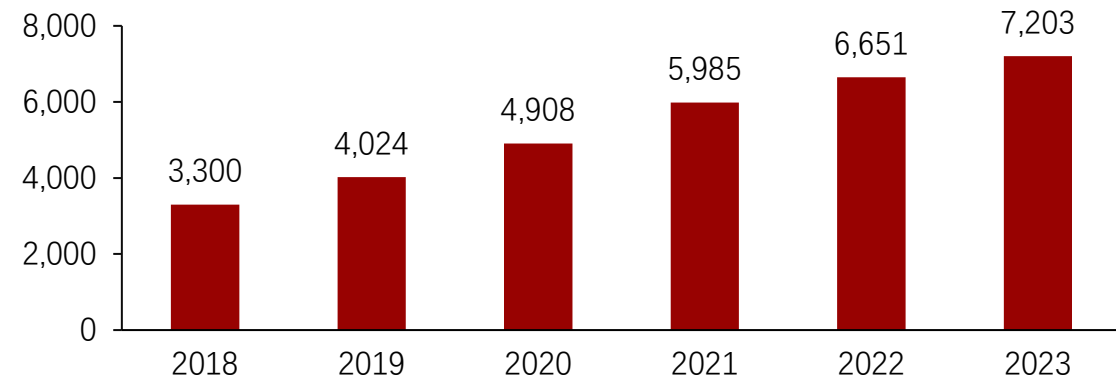
企业分析

烘焙类休闲食品行业——驱动因素（1/2）

冷冻烘焙食品是烘焙行业中快速发展的热门领域，而这种增长离不开冷链物流的紧密配合。要确保冷冻烘焙食品保持高品质和新鲜度，从生产、加工、运输到销售的整个过程都需依赖冷链配送系统

中国冷库总容量，2018~2023年

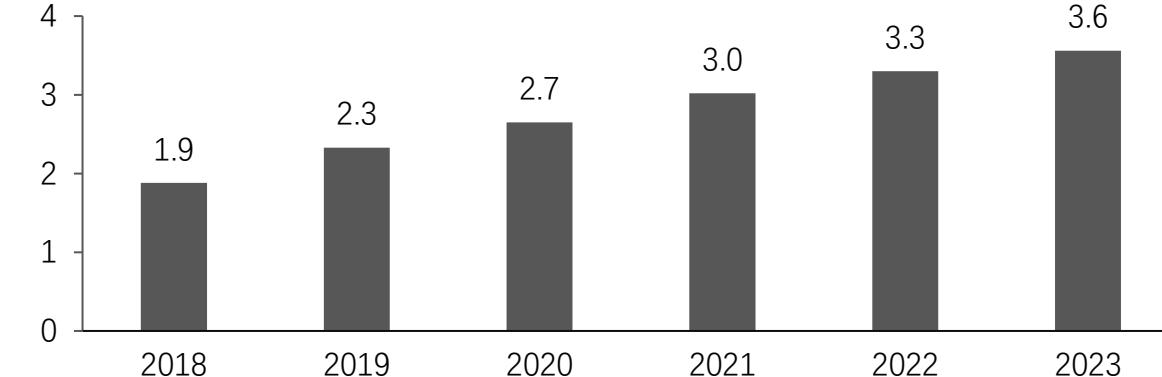
单位：[万吨]



* (2023年数据为推算值，根据中国物流与采购联合会公布冷库总量同比增长率推算)

中国冷链物流市场需求量，2018~2023年

单位：[亿吨]

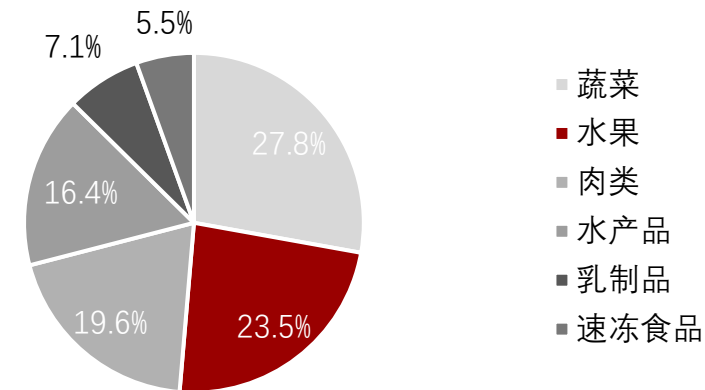


❑ 冷库是冷链物流重要的组成部分，2023年，冷链基础设施建设投资达到约585.5亿元，较去年增长了8.2%，冷库的总量亦同比增长了8.3%。中国冷链物流行业迎来快速发展时代，这种增长的势头源自于消费者对高品质消费的不断追求。

❑ 从中国冷链市场需求量来看，2023年需求量约为3.6亿吨，其中，常作为烘焙食品原材料的水果及乳制品的需求量分别占23.5%及7.1%。为了满足市场需求，各冷链物流公司纷纷加大投入，提升服务品质，不断优化运输、储存和配送环节。

❑ 此外，冷冻烘焙食品是烘焙行业中快速发展的热门领域，而这种增长离不开冷链物流的紧密配合。要确保冷冻烘焙食品保持高品质和新鲜度，从生产、加工、运输到销售的整个过程都需依赖冷链配送系统。

中国冷链物流需求市场占比，2023年



来源：中物联冷链委，中国物流与采购联合会，链库，头豹研究院



烘焙类休闲食品行业——驱动因素（2/2）

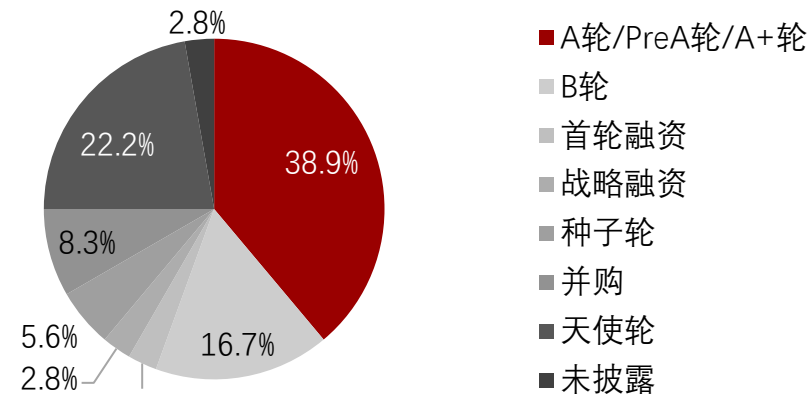
在过去的几年里，烘焙行业经历了快速增长和变革，资本的注入成为推动烘焙行业发展的重要动力之一。2023年，烘焙行业共发生10起投融资事件，其中大部分集中在A轮阶段

烘焙品牌投融资事件盘点，2023年

品牌	时间	金额	融资阶段	投资机构	备注
莎布蕾	2023-01-05	5,000万元	A轮	泰兴盛银	软芯曲奇品牌
虎头局	2023-01-12	数千万元	B轮	红杉中国、纪源资本、水滴资产	新中式点心潮牌
泸溪河	2023-01-14	数亿元	首轮融资	百联挚高资本、龙柏资本	新中式烘焙品牌
多甜食品	2023-02-14	3,000万元	A轮	泰兴盛银	新烘焙食品品牌
桃禧满满	2023-02-17	数百万元	战略融资	未披露	新中式糕点品牌
榴小夏	2023-05-16	数千万元	A轮	德玥基金	榴莲烘焙品牌
森食起源	2023-08-02	数百万元	种子轮	国弘天下资本	健康烘焙品牌
良润烘焙	2023-10-13	未披露	并购	思睿欧	全谷物食品生厂商
探果餐饮	2023-11-09	2,000万元	A轮	嘉华金投	水果烘焙品牌
鹤所	2023-12-20	数千万元	Pre-A轮	麟阁创投	零蔗糖烘焙品牌

来源：FBIF，企查查，头豹研究院

中国烘焙品牌投融资事件轮次，2021~2023年累计



在过去的几年里，烘焙行业经历了快速增长和变革，资本的注入成为推动烘焙行业发展的重要动力之一。越来越多的投资者看好烘焙行业的潜力，纷纷将资金投入到这个领域，这些资金不仅为烘焙行业带来了更多的资源，也促进了行业的创新和发展。

具体来看，2023年，烘焙行业共发生了10起投融资事件，其中大部分集中在A轮阶段，品牌如鹤所、探果餐饮、榴小夏、多甜食品 and 莎布蕾成功获得了A轮融资。近三年，A轮、PreA轮及A+轮投融资事件占比达38.9%，显示出资本对烘焙食品行业仍持乐观态度，尤其是对早期阶段的投资。



第四章：烘焙类休闲食品行业制约因素分析

Industry Constraints



行业综述



产业链分析



驱动因素分析



制约因素分析

- 面包烘焙界“闭店”潮
- 烘焙食品安全问题频发



发展趋势



企业分析

烘焙类休闲食品行业——制约因素（1/2）

近一年，面包烘焙新开店数量达93,692家，但门店净增长仅4,030家，在这一数据背后，隐藏着中国面包烘焙行业的激烈竞争和市场调整

部分烘焙品牌关店情况（不完全统计），2023年

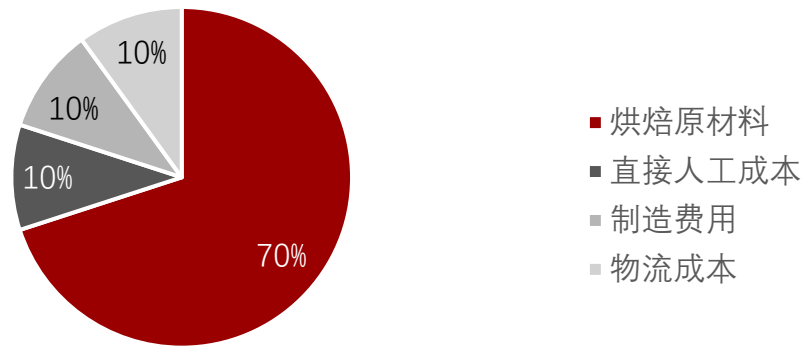
品牌名称	细分赛道	门店情况
克莉丝汀	蛋糕烘焙	暂时关闭旗下所有零售门店
虎头局	新中式烘焙	仅剩武汉7家门店
墨茉点心局	新中式烘焙	退守湖南市场
点金狮	新中式烘焙	北京、郑州门店均已关闭
LeTAO小樽洋菓子铺	高端烘焙	中国内地25家门店仅剩3家
LENÔTRE雷诺特法式西点	高端烘焙	退出中国市场
昂斯蛋糕	高端烘焙	门店均已关闭
dikka bakery	高端烘焙	2家门店均关闭
牛角村	牛角包	6月申请破产，仅剩3家门店
月枫堂	可颂	南昌、温州等城市门店全关
唐恩都乐	甜甜圈	中国内地门店均已关闭
百滋百特	甜甜圈	杭州、象山、太原等门店关闭
礼颂至品	蛋糕烘焙	苏州10余家门店暂停营业

*（统计时间截至2023年12月29日）

来源：红餐网，窄门餐眼，大众点评，公开报道，FBIF，全球烘焙指南，头豹研究院



烘焙企业经营成本占比



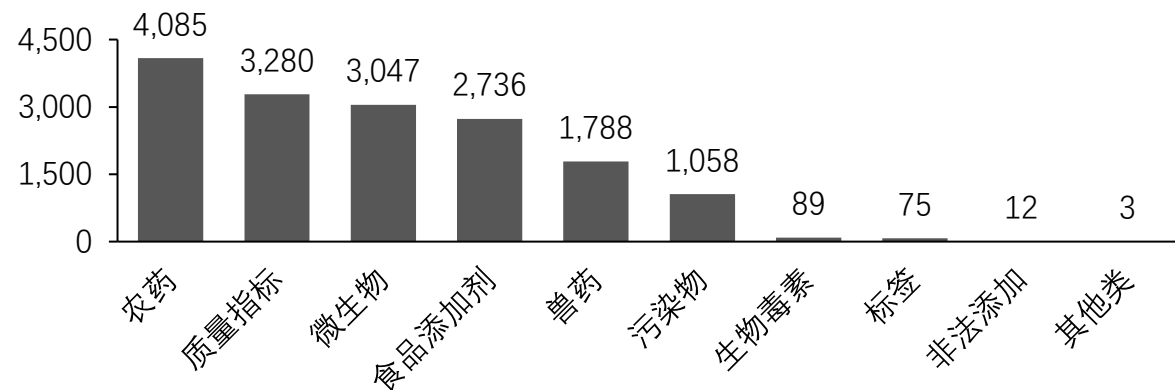
- 根据窄门餐眼2024年4月8日数据，近一年面包烘焙新开店数量达93,692家，但门店净增长仅4,030家。在这一数据背后，隐藏着中国面包烘焙行业的激烈竞争和市场调整。
- 烘焙行业“闭店潮”背后的原因包括：1.从企业营业成本来看，烘焙产品的原材料成本通常占据总成本的60-80%，直接人工成本、制造费用、物流成本各占5-10%左右。但不少烘焙店成本投入较大，盈利难以在短期内覆盖成本，出现亏损的情况。2.部分烘焙品牌售价过高，“一包难求”，“一条生吐司98元”成为网络热词，过高的价格使消费者望而却步。3.部分传统烘焙品牌在产品创新方面未跟上时代潮流，难抵挡新势力面包店的冲击。

烘焙类休闲食品行业——制约因素 (2/2)

食品安全问题依然是社会各界关注的焦点。从焙烤食品来看，2023年合格率为98.4%，较上年上升0.6%，尽管整体合格率有所提升，但仍然存在一些不合格的情况，其中包括过氧化值超标的问题

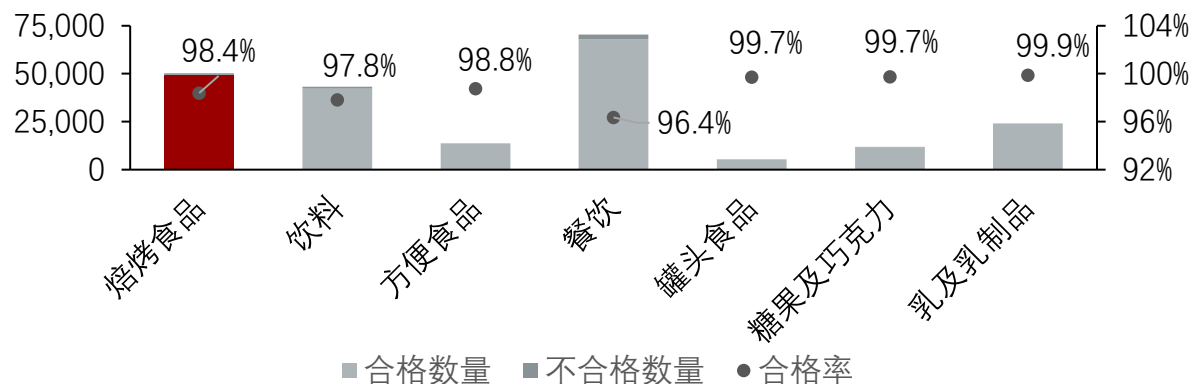
食品及食品相关产品抽检不合格问题数量，2023年

单位：[批次]



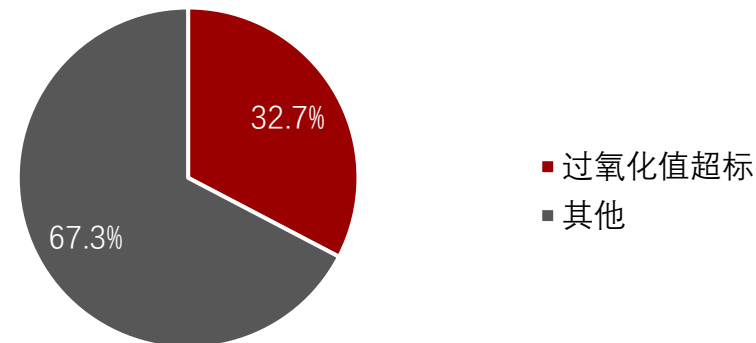
部分食品及食品相关产品抽检统计，2023年

单位：[批次]



来源：市场监督管理局，食品伙伴网，烘焙食品联盟，头豹研究院

烘焙食品抽检不合格原因统计，2023年



* (根据国家、省级及市级的市场监督管理局于2023年1月至2023年4月30日公布的关于焙烤产品的质量抽检情况结果)

- 2023年，各级国家和地方市场监督管理部门共计检测了920,018批次食品及食品相关产品。根据检验结果，其中有905,360批次合格，14,658批次不合格，合格率达到98.4%。不合格产品主要存在农药残留超标、质量指标不符合标准以及微生物超标等问题。
- 从焙烤食品来看，2023年合格率为98.4%，较上年上升0.6%。尽管整体合格率有所提升，但仍然存在一些不合格的情况，其中包括过氧化值超标的问题。对此，食品监管部门应加强对焙烤食品生产环节的监督检查，确保食品安全。同时，焙烤食品生产企业也应加强自身质量管理，严格控制生产过程中的过氧化值，确保产品符合标准。



第五章节：烘焙类休闲食品行业发展趋势

Industry Trend



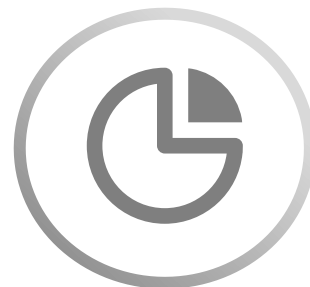
行业综述



产业链分析



驱动因素分析



制约因素分析



发展趋势

- 新中式烘焙发展迅速
- 烘焙品牌流量带销量



企业分析

烘焙类休闲食品行业——发展趋势（1/2）

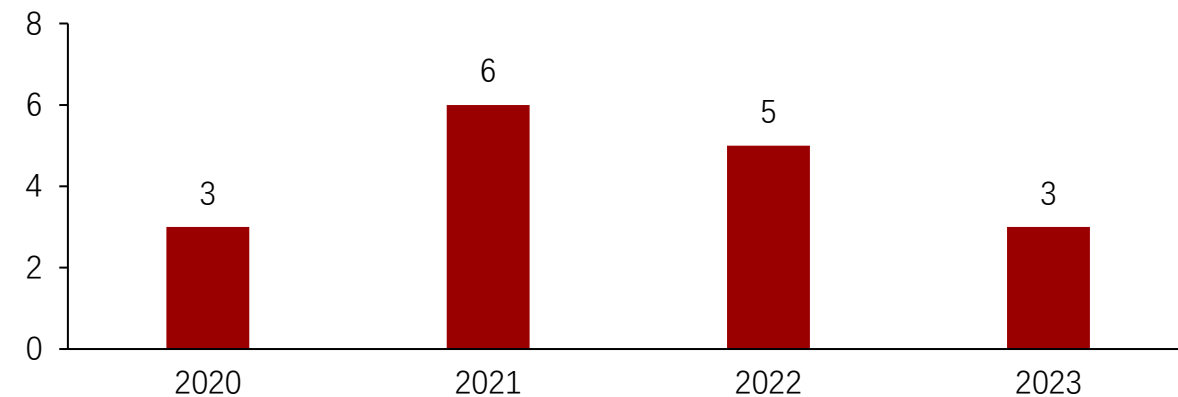
新中式烘焙品牌所代表的不仅仅是一种糕点口味的新潮流，更是一种文化符号和生活态度的体现；近年来，部分品牌备受资本青睐，出现了不少“一年多轮”的融资情况

中式及新中式糕点品牌销售额Top20（淘系平台），2023年12月

排名	品牌	品牌类型	排名	品牌	品牌类型
1	徐福记	传统中式	11	北京稻香村	传统中式
2	轩妈	新中式	12	友臣	新中式
3	杨先生	传统中式	13	泸溪河	新中式
4	嘉华	传统中式	14	祥禾饽饽铺	传统中式
5	比比赞	新中式	15	俏美味	传统中式
6	知味观	传统中式	16	黄老五	传统中式
7	稻香村	传统中式	17	百草味	新中式
8	buh食品	传统中式	18	良品铺子	新中式
9	琪士克	传统中式	19	南宋胡记	传统中式
10	潘祥记	传统中式	20	三只松鼠	新中式

新中式烘焙品牌融资事件数量，2020~2023年

单位：[个]



在消费者眼中，新中式烘焙品牌所代表的不仅仅是一种糕点口味的新潮流，更是一种文化符号和生活态度的体现。这种独具特色的品牌形象吸引了年轻消费者的关注和青睐。近年来，随着越来越多新中式糕点品牌的涌现，传统中式品牌的市场份额受到了挑战。根据炼丹炉数据，轩妈、比比赞等新中式糕点品牌在市场竞争中脱颖而出，赢得了较好的市场地位。

从新中式烘焙品牌的投融资热度来看，近年来，部分品牌备受资本青睐，出现了不少“一年多轮”的融资情况。2023年截至10月，新中式烘焙赛道相关投融资事件数量为3个，较上年略有下降，表明资本在一定程度上回归理性。未来，随着新中式烘焙品牌的不断涌现和市场竞争的加剧，品牌差异化和创新将成为重中之重。

来源：炼丹炉电商情报，红餐网，头豹研究院



烘焙类休闲食品行业——发展趋势（2/2）

烘焙产品逐渐与不同场景融合，茶饮、露营、书店、商超、健身等场所已“无处不面包”；此外，品牌通过跨界合作、IP联名等多种方式，精准把握不同群体的消费心理，实现了流量转化销量

烘焙类休闲食品营销方向分析

场景多元化

“烘焙+场景”案例

场景	品牌	经营核心
饮品	星巴克	主打咖啡菠萝包等烘焙食品
	奈雪的茶	以“茶+软欧包”为核心
露营	JUICY BAKERY	让吃面包变成一种生活方式
书店	BOOKER MAGIC	藏在书香里的烘焙书咖啡馆
零售	盒马	凭借麻薯、瑞士卷等烘焙产品出圈
健身	苏姗健康烘焙研究所	专注天然酵种、欧包等低卡面包
宠物	Holiland Pet	打造纯净安全的宠物烘焙蛋糕



奈雪的茶



JUICY BAKERY



BOOKER MAGIC



盒马

烘焙产品逐渐与不同场景融合，茶饮、露营、书店、商超、健身等场所已“无处不面包”。

在连锁品牌标准化系统下，烘焙异业合作早已悄然兴起。喜茶、奈雪的茶、乐乐茶率先探索烘焙异业，从而催生了“烘焙+”的全新理念，烘焙与茶饮的完美结合开始逐渐普遍。



品牌年轻化

烘焙品牌联名案例

品牌	联名IP	IP属性
好利来	《芭比》	电影
	《间谍过家家》	漫画
	《哈利波特》	电影
泸溪河	不可思议的敦煌	文创
	小厨娘	餐饮
元祖食品	7分甜	茶饮
面包新语	榴芒一刻	甜品



好利来X《芭比》



好利来X《哈利波特》



泸溪河X敦煌



泸溪河X小厨娘

随着年轻群体生活节奏的加快，对于方便快捷食品的需求不断增加，年轻一代逐渐成为烘焙食品的主要消费人群。此外，在社交媒体的影响下，烘焙食品的分享和展示成为了一种流行趋势。

为了抢占市场，各大烘焙品牌纷纷加大宣传力度，积极开拓年轻消费者市场。品牌通过跨界合作、IP联名等多种方式，精准把握不同群体的消费心理，实现了流量转化销量。

来源：各企业官网，东京烘焙职业人，CBE烘焙展览会，头豹研究院



第六章节：烘焙类休闲食品行业品牌分析

Company Profile



行业综述



产业链分析



驱动因素分析



制约因素分析



发展趋势



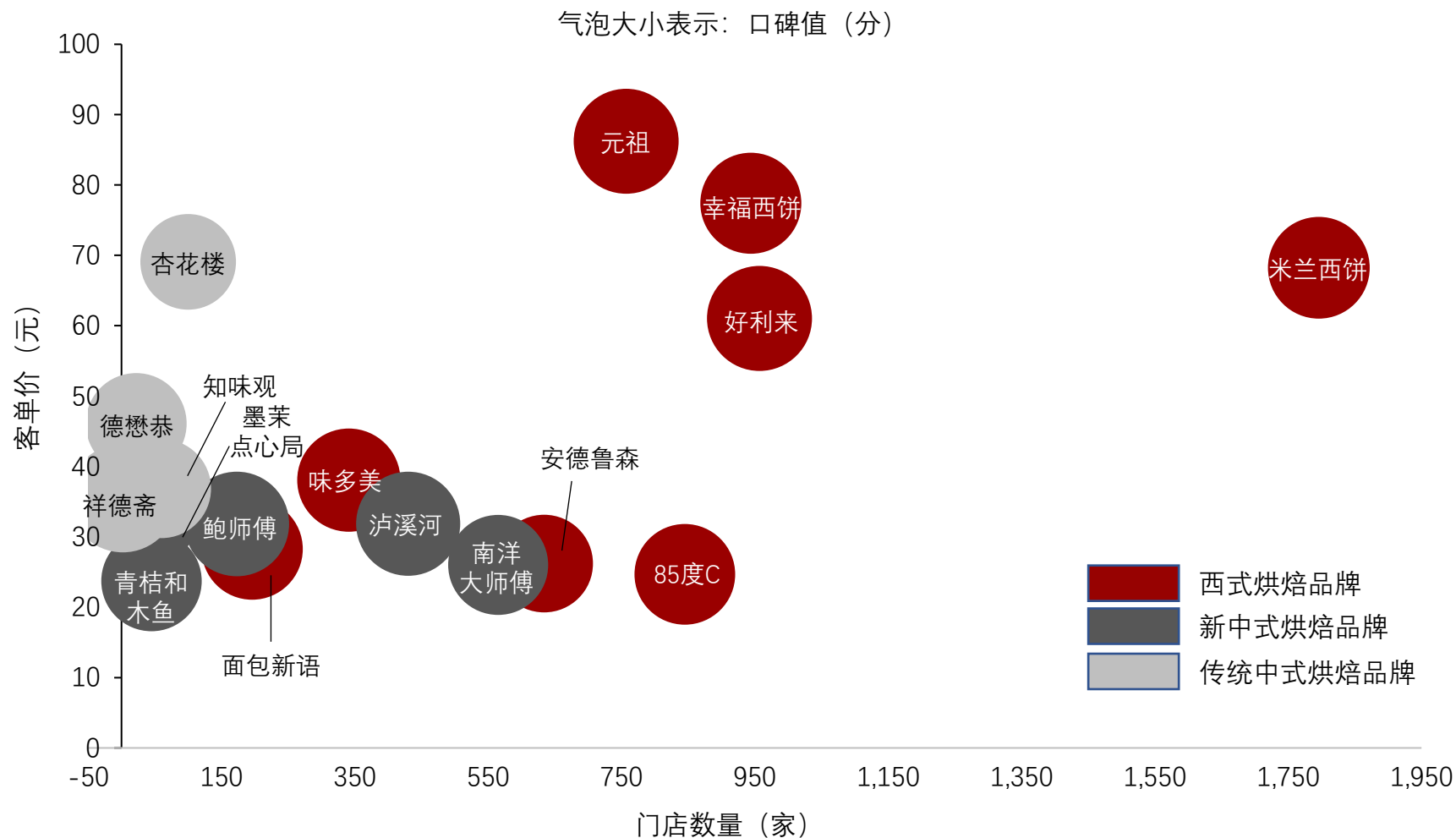
企业分析

□ 企业分析

烘焙类休闲食品行业——品牌格局

根据烘焙类休闲食品品牌门店数量、客单价及口碑值，可将米兰西饼列为第一梯队，元祖、幸福西饼、好利来等列为第二梯队，南洋大师傅、泸溪河、味多美等列为第三梯队

中国烘焙类休闲食品部分品牌门店数量、客单价、口碑值对比，2023年4月



分析师观点

- 根据烘焙类休闲食品品牌门店数量、客单价及口碑值，可将米兰西饼列为第一梯队，元祖、幸福西饼、好利来等列为第二梯队，南洋大师傅、泸溪河、味多美等列为第三梯队。
- 从烘焙品牌类型上看，西式品牌根据客单价可划分为高端烘焙及平价烘焙，高端烘焙如元祖、幸福西饼等，平价烘焙如85度C等；新中式品牌则以低价等营销策略快速布局市场，如泸溪河、南洋大师傅等，其客单价在30元左右；传统中式品牌则专注当地市场，具有地方特色。
- 烘焙类休闲食品行业竞争格局形成的原因包括：1. 消费者的需求不断演变，促使行业竞争格局发生调整，企业也在不断努力提升产品质量、推出新品种。2. 国内外烘焙企业的涌入加剧了市场竞争，未来，烘焙行业将迎来更多挑战和机遇。

烘焙类休闲食品行业——元祖食品企业分析

自成立以来，元祖食品致力于研发、生产和销售各类精致烘焙食品，旨在成为家喻户晓的“精致礼品名家”。经过四十多年的不懈努力和行业内的深耕，元祖食品已发展出多种产品系列

元祖食品

企业基本信息

□ 企业名称 上海元祖梦果子股份有限公司

□ 成立时间 2002-08-20

□ 企业总部 上海

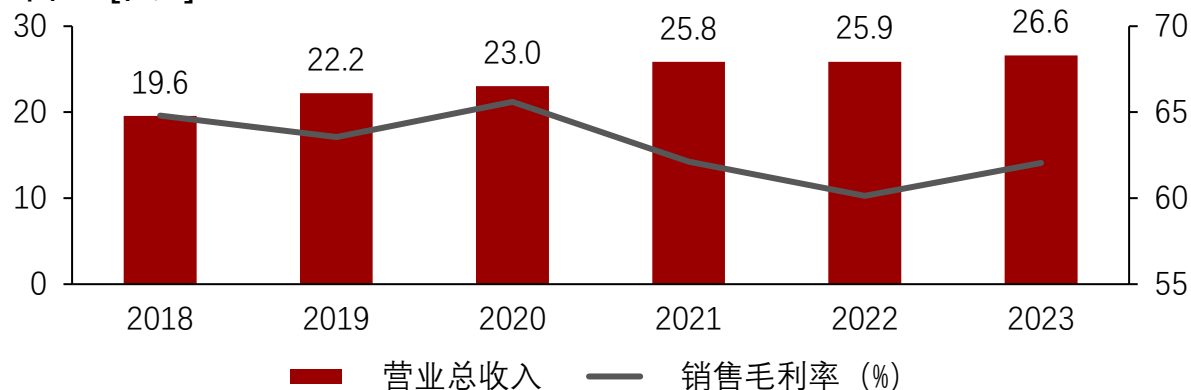
□ 企业简介 自成立以来，元祖食品致力于研发、生产和销售各类精致烘焙食品，旨在成为家喻户晓的“精致礼品名家”。经过四十多年的不懈努力和行业内的深耕，元祖食品已发展出多种产品系列。

主要产品

产品类别	产品图片	产品描述
节令产品		根据“三节两季”（三节：春节、端午节、中秋节；两季：踏青季、感恩季）推出节令性礼盒
圆梦蛋糕		根据圆梦场景并结合春节、母亲节、七夕、中秋等特殊时间节点推出兔年大吉、发发兔等蛋糕
常规产品		对常规品推陈出新，包括卷王蛋糕卷、乌龙茶糕、心动玫瑰、成焦慕斯等产品

营业总收入及销售毛利率，2018~2023年

单位：[亿元]



来源：企查查，头豹研究院

核心竞争力

- 元祖食品采用急速冷冻工艺，可在短时间内将产品温度控制在 -18°C ，实现急速锁鲜；此外，元祖食品提供冷冻包装、冷链运输、冷链终端，保证将新鲜产品第一时间送到千家万户。
- 元祖食品非常重视对会员的培养，会员体量持续增加，截至2023年12月31日会员量已超1,100万。会员权益也在不断提升，将会员分为“银卡VIP、金卡VIP、黑卡VIP”，不同等级VIP更有不同折扣力度及抽奖次数，带动会员复购率。
- 元祖食品通过线上线下一体化运营，相互引流，依托线下门店实现销售闭环，同时通过线上引导实现私域流量。



烘焙类休闲食品行业——好利来企业分析

好利来通过其清晰的产品矩阵和与年轻群体契合的IP流量策略，成功实现了品牌年轻化。产品矩阵的设计旨在“留存拉新”，而IP流量策略则是通过联名合作和创新营销活动，为品牌注入更多活力

好利来

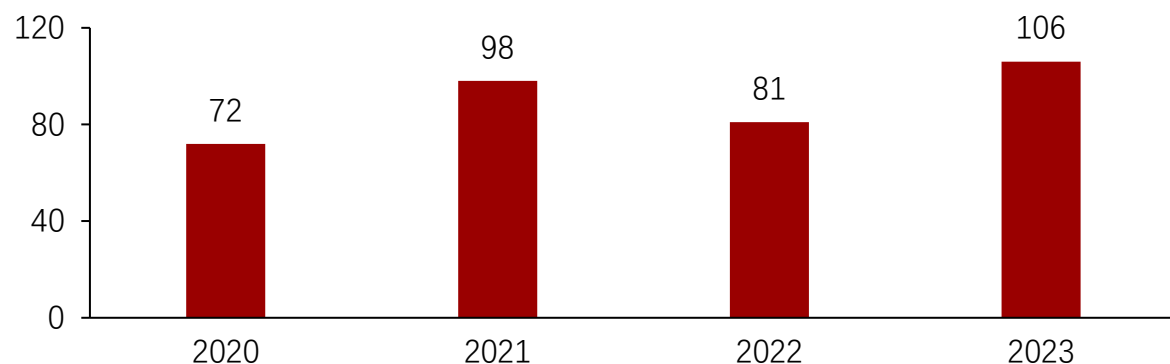
企业基本信息

- 企业名称 北京市好利来食品有限公司
- 成立时间 2000-04-29
- 企业总部 北京

- 企业简介 公司为烘焙连锁企业，涵盖蛋糕、面包、西点等产品，旗下拥有好利来、黑天鹅尊贵至美蛋糕品牌等，已在中国八十多个大中城市开设了近千家连锁店。

门店数变化情况，2020~2023年

单位：[家]



来源：窄门餐眼，企查查，wnshuo，沥金，头豹研究院

主要产品

产品类别	产品图片	产品描述
蛋糕系列		蛋糕包括儿童款、尊爱款、联名款等系列，且100%采用天然乳脂稀奶油制作
零食糕点		零食糕点主要有联名款、面包吐司、巧克力等产品，其中联名款系列点心如合作限定半熟芝士为热销产品

核心竞争力

- 自2019年起，好利来在全国展开了“Pink店和Lab店”的布局，在这过程中，好利来逐步发展并延续了一套新的拓店策略：主题店与当地消费者紧密互动，制造相关话题，并通过与其他城市的消费者分享，本土消费者打破了传统的地域局限，从而吸引了其他城市的消费者对主题店产生浓厚兴趣。这种互动形成了一个有机的循环，让消费者们在彼此之间建立更紧密的联系。
- 好利来通过其清晰的产品矩阵和与年轻群体契合的IP流量策略，成功实现了品牌年轻化。产品矩阵的设计旨在“留存拉新”，而IP流量策略则是通过联名合作和创新营销活动，为品牌注入更多活力。



烘焙类休闲食品行业——泸溪河企业分析

泸溪河为新中式糕点品牌，以桃酥出名，其采取“线下直营+前店后厂+线上电商”的发展模式，截至2024年4月22日，线下门店已达430家，同时电商业务也已覆盖天猫、京东等多个主流平台

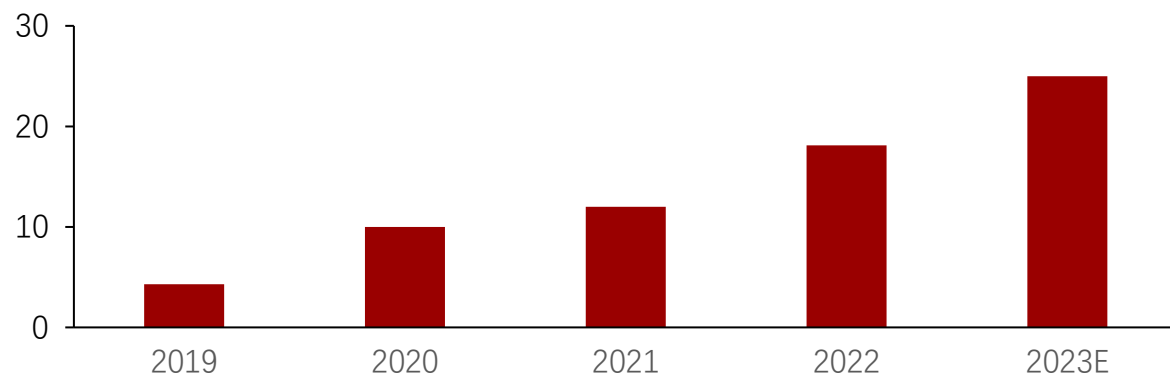
泸溪河

企业基本信息

- 企业名称 泸溪河食品（南京）有限公司
- 成立时间 2018-08-13
- 企业总部 南京
- 企业简介 泸溪河为新中式糕点品牌，以桃酥出名，品牌起名灵感源自于创始人黄进的家乡——位于“中国桃酥之乡”江西鹰潭市的泸溪河。

营业总收入，2019~2023年

单位：[亿元]



来源：红餐网，SocialMarketing，公开资料整理，头豹研究院

主要产品

产品类别	产品图片	产品描述
招牌桃酥		桃酥是中国四大名点之一，原系宫廷贡品，“桃”指的是核桃，又因其口感香酥而得名
地道点心		泸溪河地道点心品类丰富，主要包括榴莲饼、山楂小饼、凤梨酥、栗子烧等
季节限定		季节限定如龙井系列及青团系列，口感清甜柔软，充分展现了当季的独特风味

核心竞争力

- 泸溪河采取“线下直营+前店后厂+线上电商”的发展模式。根据窄门餐眼数据，截至2024年4月22日，线下门店已达430家，同时电商业务也已覆盖天猫、京东、拼多多、抖音等多个主流平台。
- 泸溪河围绕现有中央工厂开店，加大对区域的渗透力度，以提升品牌知名度和影响力，同时降低管理和物流成本，确保在总成本上具备竞争优势。
- 从产品上新来看，根据红餐网数据，泸溪河平均每月推出3款新产品，此外，针对不同地区及季节，泸溪河还会推出节日限定及季节限定产品。



方法论

- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究、砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。头豹通过深研19大行业，持续跟踪532个垂直行业，已沉淀100万+行业数据元素，完成1万+个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立、发展、扩张，到企业上市及上市后的成熟期，研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式、企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去、现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会跟随行业发展、技术革新、格局变化、政策颁布、市场调研深入，不断更新与优化。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



■ 商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

详情咨询

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室

