

我国烘焙行业将进入高速发展时期 烘焙市场如何越来越香

本报讯 近日,北京第一届“超大口”面包节在朝阳东枫国际体育园落下帷幕。10月20—22日3天,每天都有超8000人次来面包节打卡,粗略估计,这3天来参节的烘焙品牌日均销售额在万元左右。

在现场,许多烘焙店摊位前排队着长长的队伍,消费者一边排队一边讨论要买哪些爆款面包、网红点心,几家知名度颇高的品牌摊位甚至一早就售罄。“大家太热情了,供不应求,有不少店都在加紧制作,下午两点还要配送到摊位。”本届“超大口”面包节主办方负责人左扬介绍说,即便如此,还是有许多参节的消费者扑了空。

《2023中国餐饮业年度报告》指出,2022年,烘焙业呈现明显的增长态势,店均营收同比变动均有较大幅度上涨。新开的烘焙店门口排起长队;社交平台上爆款烘焙产品试吃介绍得高赞;欧包、贝果、吐司……单品蓬勃发展、花样百出。种种现象表明,近年来,消费者对烘焙产品热情高涨。

市场规模持续扩大

排着长队的门店,不是数码新品发售,而是年轻人在买面包,面包喜爱者甚至自称“面包星人”,长着一颗“碳水脑袋”。

这些“面包星人”热衷于发掘宝藏烘焙店,只要面包不卖到天价,就总有受众。而面包定价则随着“面包星人”的热捧而越涨越高,在新开的独立烘焙店,一个法式牛角包动辄卖几十元,甚至超过打工一顿工作餐的价格。今年上海一家日式烘焙店里,一条生吐司售价98元,人们排队6小时购买。

此外,面包节也成为今年最具人气的线下活动。北京、深圳、广州、杭州、福州、成都、南京等城市都举办了面包节,“超大口”面包节第一天,即便是工作日,“面包星人”的队伍也排到了马路上。

据业内人士分析,烘焙业蓬勃发展的主要原因是我国居民餐饮消费结构和生活节奏都在变化,而营养健康、快捷多样的烘焙食品满足了居民的消费需求。

数据显示,我国烘焙食品行业的生产规模持续扩大。根据《中国食品工业年鉴》(2012—2018),我国糕点面包业规模以上企业营业收入由2011年的526.40亿元增长至2017年的1316.23亿元,年复合增长率达到16.50%,远高于同期食品工业整体5.44%的增长水平,也高于全球烘焙行业增速。天眼查数据显示,目前我国共有与烘焙相关的企业104.7万余家,2023年1—9月新增企业5.4万余家,与2022年同期相比上涨14.3%。从地域分布来看,广东、山东以及江苏的企业数量位居前列,分别为11.9万余家、10.1万余家以及7.1万余家。

有专家预计,2023年中国烘焙食品市场规模将超过3000亿元,

我国烘焙行业将进入高速发展时期。

健康单品受青睐

2023年的烘焙市场,骤起风波。一方面,品牌之间竞争愈发激烈,不少曾红极一时的烘焙品牌关店。今年,“新中式双子星”——墨茉点心局和虎头局渣打饼行,逐渐退出烘焙行业。3月,杭州最后一家墨茉点心局关闭;6月,武汉的15家墨茉集体歇业;而近日传出消息,年内墨茉将全面撤出北京市场。相比墨茉,虎头局的日子更为艰难,关停门店之外,出现不止一起员工讨薪事件。除此之外,牛角村、福利森林、85度C、东海堂等一系列知名烘焙品牌今年也纷纷走下坡路,关店、裁员或倒闭退场。

另一方面,烘焙行业主打健康养生类和单品店逐渐被认可,并获得市场和资本的双重追捧。马来西亚姑娘雪忆,在北京顺义区开了一家主打“酸面包”的烘焙店,受到不少消费者的喜爱,在此次“超大口”面包节上,“野生酵母酸面包”不到一小时便销售一空。“没法补货,因为这个野生酵母需要3天时间发酵。”雪忆介绍,受限于野生酵母时间限制,店里酸面包产量一直不算高,但每天都可以售空,客人多数冲着健康自然的面包单品而来。健康烘焙虽然小众,但前景不容小觑。

位于北京朝阳区亮马桥的贝果网红店“The Daily Bagel”在饿了么平台上月售1000+,热销款单价58元左右。类似单品专营店,越开越多。可以说,这种主打司康、贝果、法棍、丹麦面包等单品的烘焙

店,在烘焙赛道中开辟了自己的闯关之路。

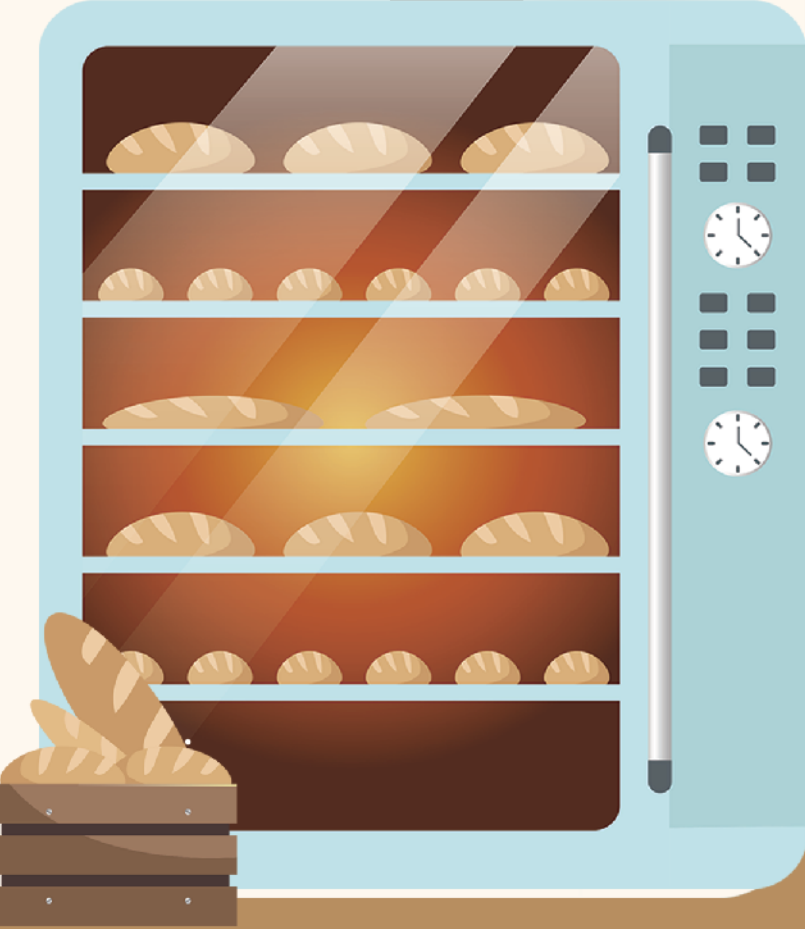
预制品脱颖而出

在第三届“中国焙烤行业峰会”上,艾媒咨询创始人张毅分享了烘焙食品行业大数据,提到健康低脂、冷冻烘焙发展潜力大,随着冷冻烘焙技术的逐渐成熟,冷链仓储和物流技术的不断完善,冷冻烘焙食品的应用领域将由冷冻糕点产品逐渐发展至如麻薯、丹麦牛角等冷冻面包半成品及熟品等。

随着家庭烘焙的兴起,年轻消费者对于预制烘焙食品的需求逐渐增多,90后、00后消费群体在追求个性化的同时,同样也要求制作流程简单高效,因此烘焙预制半成品的需求量激增。

而天猫近3年的销售数据也显示,预制烘焙经历了爆发式增长,其中预制烘焙增速是烘焙原材料的3.6倍,是成品烘焙的6.8倍。可以预见的是,未来几年,预制烘焙品也会成为烘焙赛道之一。

(据《工人日报》)



马来西亚菠萝蜜首次进驻北京新发地市场

本报讯 陈琳 近日,北京新发地市场进口水果交易区来了一个“新伙伴”——首柜马来西亚菠萝蜜运抵市场。这也是马来西亚菠萝蜜首次进驻北京新发地市场。

今年4月,马来西亚总理拿督斯里安华·易卜拉欣访问中国后,马来西亚菠萝蜜正式获得了在中国市场销售的准入资格。我国海关总署发布通知,自2023年4月11日起允许进口马来西亚菠萝蜜。马来西亚成为继泰国和越南之后被允许向中国出口菠萝蜜的第三个国家。

在上个月举办的中国—东盟博览会上,马来西亚专门空运了新鲜的菠萝蜜到中国。马来西亚总理易卜拉欣于9月17日在马来西亚展馆大厅启动了首批马来西亚菠萝蜜运输到中国的仪式。

近日,北京新发地市场进口水果交易区举办了第一柜马来西亚海味菠萝蜜的开柜和推广仪式。据新发地市场董事长张玉玺介绍,马来西亚菠萝蜜的果皮呈黄绿色,重量可达30斤以上,肉质细嫩、汁多味甜、芳香扑鼻,富含各种营养成分。第一批马来西亚菠萝蜜的包装、加工、储存和运输程序受到国家食品安全部门的严格监督,确保水果的质量和安,并符合我国的卫生和植物检疫要求。为了满足更多的消费需求,马来西亚计划到2025年将菠萝蜜的产量增加到4万吨。“这是马来西亚菠萝蜜首次抵达新发地市场,标志着中马国际果品贸易迈入全新发展阶段,未来会有更多好吃的马来西亚水果进入新发地市场,不断丰富首都人民的‘果盘子’。”

马来西亚驻华使馆公使、临时代办尚慕甘表示,菠萝蜜是中国海关总署允许马来西亚对华出口的第8种水果,其他水果包括冷冻全果榴莲(果肉与果泥)、菠萝、木瓜、山竹、椰子、红毛丹和西瓜。由于马来西亚优越的地理位置与独特的环境和气候条件,在菠萝蜜种植方面具有得天独厚的优势,“进口马来西亚菠萝蜜丰富了中国市场的水果品种,为消费者提供了更多选择,让他们享受来自热带的甜美味道。”他表示,2024年是马中两国建交50周年,自2009年以来,中国一直是马来西亚最大的贸易伙伴,2022年双边贸易额首次突破两万亿美元。在双方友好交往的大背景下,马来西亚的水果及其他农产品都会陆续进入中国。“随着中国经济的快速增长,对猫山王榴莲和燕窝等马来西亚优质产品的需求也随之增加。为了满足中国消费者对新鲜榴莲的需求,马来西亚正在讨论新鲜榴莲如何尽快进入中国。”

“近年来,新发地市场对进口高端农产品的需求量逐年攀升,消费者对于进口高端水果、新奇特产品的需求量大,不怕产品贵,就怕产品做不到物有所值。”张玉玺说,新发地市场依托多年来和国外农业部门及农业企业建立的友好合作关系,大量引进国外名特优进口农产品,满足北京市民的消费需求。

据介绍,随着“一带一路”倡议的不断落实,越来越多的国家考察团频繁到访北京新发地市场。新发地市场充分利用互联互通与贸易便利化优势,在发展农产品进出口贸易的同时,积极“走出去”,在东南亚国家水果主产地建设了16个农产品种植基地,总面积达36万亩,保障优质水果持续稳定供应,更好地丰富首都市民的餐桌。