

核桃酥、芸豆卷、玫瑰饼……乘着“国潮”东风，复古、精致的中式烘焙遍地开花。笔者观察到，1月以来，随着线下消费场景的快速“复原”，街边喝下午茶的人群也渐渐多了。在节日经济刺激叠加防控政策优化影响下，一些中式糕点商铺的门前甚至排起长队，人们对中式烘焙食品的消费热情不断高涨。

艾媒咨询发布的《2023年中国烘焙食品行业现状及趋势研究报告》预测，随着人均消费水平的增长及餐饮消费结构的调整，未来中国烘焙食品市场将持续扩张，预计2025年，中国烘焙食品行业市场规模将达3518亿元。

社交与消费的第三空间

近日，唐凝穿着一身汉服坐在富华斋饽饽铺里，期待尝上一口新鲜的如意芸豆卷。“我之前在社交平台上看到很多人推荐这家，别具一格的店面设计一眼就打动了。”她表示。这里有古色古香的门脸、藏蓝色的大门帘，门楣上悬着黑漆作底的烫金牌匾，推门而入可见店内摆放着八仙桌、罗汉榻、太师椅，六方宫灯则让明黄色的帷幔和座榻更显富丽。

富华斋饽饽铺的“掌柜”赵光有说：“美食消费强调五感六觉，消费场景非常重要。”店内的工作人员则表示，现在常有穿着汉服的姑娘来消费，并在店里拍照。

酒店也与时俱进结合中国文化创新消费场景，为消费者带来更丰富的审美体验及深层的精神满足。天津四季酒店La Sala大堂酒廊近日推出的国潮下午茶，就以底蕴深厚的中国文化和中式美学为灵感，在甜品中融入青花瓷、玉簪以及中式画卷等元素。一经推出，广受美食爱好者尤其是年轻女性客群欢迎。

璞瑄酒店也将中式消费场景贯彻于环境打造中。该酒店的茶轩采用了优雅的中式设计，为消费者打造禅意氛围。而酒店的中式下午茶由精致的红木首饰盒装盛，点心设计将传统粤式点心与国潮元素结合，如国宝造型的“奶香小熊猫”、双色“棋子饼”等。

随着国潮兴起，下午茶进入消费升级2.0时期，不仅与中国文化结合得更加紧密，而且从简单的消费场所进化为社交和体验的场所，第三空间属性明显。

中式烘焙弯道超车亟需新支点 依托国潮热出圈

新一代消费者生活方式的变革，催生了新的需求场景。与此同时，他们也更追求餐品品质。《2023年中国烘焙食品行业现状及趋势研究报告》强调，随着居民生活水平的提高，健康又有趣的烘焙食品更能获得消费者青睐，原材料的选取也将更加趋于天然健康、低脂和低糖。在消费者烘焙食品需求升级的驱动下，中式下午茶的产品呈现多元化发展趋势，不仅在产品外观上进行优化，更升级了制作材料和工艺技术。

赵光有表示：“一款中式糕点的口味、颜值是消费者较为关注的。口味可以促进消费者的重复消费，而颜值则更容易在社交媒体上引发关注和共鸣。”赵光有师承宫廷御膳传人王希富，他表示，饽饽铺80%的产品是独家“复原”的，是有历史记载的，比如口感层次丰富、入口即化的玫瑰栗蓉酥，皮儿做得薄如蝉翼、轻如鹅毛的“翻毛月饼”，这些不仅俘获了“老北京”的胃，还吸引了诸多新生

代客群。“我们希望通过传统文化、传统技艺在中式烘焙中的渗透，改变人们对中式糕点口味不丰富的刻板印象，让中式糕点找到‘自信’”。

当前市场，“国潮”“IP联名”已成为传统老字号、新锐中式糕点品牌增长的加速器，整个消费市场都在基于新消费趋势而迭代更新，打造更丰富的品类、更创新的口味和更健康的原料成分。璞瑄酒店市场部负责人表示，食材的新鲜度、口味是产品的核心竞争力。在下午茶的搭配上，应注重口味平衡、咸甜相宜，贯彻健康理念。此外，还应在传统中式点心基础上进行低糖低脂的改良。“茶轩的中式糕点不添加任何色素，只提取原材料的本色用以装点”。

天津四季酒店公共事务总监张露西也强调，中式糕点不仅要在造型上突破，借鉴更多中式美学进行创作，口感上亦要追求创新，必要时也可以融入西式技法，内外兼修才是中式糕点的未来。

“内外兼修”才是未来

拥挤赛道上寻找新风口

中式糕点依托国潮文化出圈，中式烘焙也成近年来餐饮食品投资的大热赛道。企查查数据显示，我国现有近29.3万家烘焙相关企业，同比上涨约73%。其中，注册资本在100万元之内的烘焙相关企业近28万家，占比在95%以上。

然而2022年，新资本的进入趋于理性，该领域的融资事件仅为2021年的一半。有业内人士分析，中国烘焙食品行业竞争逐年加剧，品牌迭代速度较快，一批传统烘焙老品牌未能跟上消费潮流的变化，在行业洗牌的过程中被淘汰。此外，一些品牌的运营能力不足，只是在噱头上有所创新，缺乏能持续满足消费者需求的产品创新与营销玩法，因此可复制性强，产品高度同质化，这使得它们在激烈的市场竞争中迅速失去热度。在种种不利因素影响下，品牌背后资本的投资热情也会逐渐冷却，品牌的未来发展变得更加艰难。

在烘焙行业竞争日益白热化的今天，淘汰、分化与新生已成为行业发展主流。当前，各品牌不断拥抱变化，通过数字化转型升级构建私域流量：2021年1月，“祥禾饽饽铺”进驻抖音电商；鲍师傅也将产品搬进天猫“李佳琦”的直播间……但业内专家也表示，中式糕点要想实现弯道超车，把支点放在产品创新和全方位服务升级上是最有效的途径，只有这样才能从根本上留住消费者，推动行业朝着更理性、更健康的方向发展。

(丁雅妮 赵乾坤)