

从“新茶饮”到“国潮烘焙” 谁能抓住这届年轻人的味蕾？

2022年05月23日 10:53 来源：中国新闻网



立夏以来，多地气温进入“夏日战场”。除各大新茶饮品牌顺势推出清热去火的养生茶饮，如今，不少“国潮烘焙”也纷纷给出“乘凉指南”，绿豆冰糕、冰皮麻薯等吸引着年轻人的味蕾。

新茶饮“出圈”已经不是什么新鲜事，除新茶饮品牌“奈雪的茶”2021年6月正式在香港上市外，主打健康精品茶饮的“未来茶浪”，以及以药食同源为灵感的“椿风”等茶饮品牌均在2021年获得融资。就在各类茶饮品牌“厮杀”的同时，不少资本认为该行业已接近饱和状态，把目光转向“国潮烘焙”这条赛道。

除了桃酥、绿豆糕等典型的中国传统点心之外，“国潮烘焙”品牌推出更多中西合璧的创新型产品。比如肉松小贝、各式麻薯、冰淇淋泡芙等都是热门产品。“相比较而言，年轻顾客对新鲜事物的接受度更高，更偏爱创意新品。”东更道点心行(石家庄长安万达店)店长董月表示，独具国潮风的包装，创意与老式手工艺结合的产品，让“国潮烘焙”在年轻人中脱颖而出。

“其实大家对糕点都不陌生，有创意的产品以及有文化性的包装才更能吸引我。”冰淇淋泡芙、绿豆冰糕、海盐冰皮麻薯是“95后”顾客王子琪每次到东更道点心行(石家庄长安万达店)的必买商品。她认为，像此类新锐的烘焙品牌，其产品按顾客需求改良，店铺装饰以及产品包装在融入国潮元素如国画、对联等的基础上，又加以大胆配色，给人留下“新国风”印象。

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。如墨茉点心局是许多年轻游客去长沙必打卡之处，与其齐名的虎头局渣打饼行也收到“你永远可以相信虎头局”“排队也要吃的糕点”“国潮点心天花板”等好评。

不过也别忘了那些沉淀多年的老玩家们，一些老字号也意识到了品牌形象更

新的问题，开始在国潮和情怀中从容穿越。如 2021 年 8 月开张的北京稻香村“零号店”，新店定位于集民俗、美食、文化、城市记忆等多位一体的传统食品文化体验馆。推出了如能吃的“龙头门环”“狮子门墩”等“文玩甜品”，以及消失多年的“眉宫饼”也带着往昔的情怀和味道回归。

同新茶饮类似，“国潮烘焙”品牌更加零食化，适合多元化休闲场景。艾媒咨询认为，此类新锐烘焙品牌在产品上比起传统品牌更注重创新。其次，在营销手段方面推陈出新，不管是搞怪的文案，还是跨界联名都符合时下年轻人的喜好。尤其是善于发挥电商优势，快速实现了市场扩张。艾媒咨询预计，2023 年中国烘焙食品市场规模将达 3069.9 亿元人民币。

按照糕点品牌鲍师傅创始人鲍才胜的观点，烘焙行业每 5 年就会迎来一次洗牌。这当中，产品能力、供应链能力，组织和人才管理能力都是决定成败的关键因素。而中式烘焙属于传统食品行业里的细分领域，具有消费场景多元、零售化程度高的特点而受到创业者、资本的关注。而如今备受关注的“国潮烘焙”中是否跑出下一个“奈雪的茶”，可能还需观察。(完)

| | | | |
|----------|-----------|----------|--------------|
| shùnsì | hōngbèi | wèilěi | róngzī |
| 单词：顺势 | 烘焙 | 味蕾 | 融资 |
| sīshā | sàidào | piānài | chuàngyì |
| 厮杀 | 赛道 | 偏爱 | 创意 |
| xīnrui | zhuāngshì | yǒngqǐ | yǔhòuchūnsǔn |
| 新锐 | 装饰 | 涌起 | 雨后春笋 |
| chéndiàn | xǐpái | língshòu | qíng huái |
| 沉淀 | 洗牌 | 零售 | 情怀 |

- 讨论：1. 你认为老字号有必要迎合年轻人的需求进行品牌创新吗？
2. 请介绍一种你喜欢的传统文化并说明喜欢的原因？

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/sh/2022/05-23/9761232.shtml>

音声 URL：<http://ttn.co.jp/sound/text/files202205281653746678.mp3>