

# 门口排长龙 融资创新高 新中式点心 走红之下考验多多

上一轮靠消费者排队购买频频登上热搜的是新中式茶饮店、奶茶店,最近,门口大排长龙、引来黄牛叫卖的变成了新中式点心店。墨茉点心局、虎头局渣打饼行、泸溪河、祥和饽饽铺等中式糕点品牌走红,成为社交平台上新的晒单、测评热门对象。稻香村、杏花楼等老字号糕点品牌跟进上新,奈雪的茶等“老”网红也推出中式点心,争做年轻消费者的心头好。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

## 流量、资本聚焦 新中式点心成宠儿

新快报记者走访广州天河北商圈,泸溪河、虎头局等新中式点心店铺入驻了热门铺位,门口年轻消费者集聚,排队购买新鲜出炉的点心,部分品牌立起了排队到某处需等待30分钟、15分钟的告示牌。一位年轻消费者告诉记者,在虎头局刚开业时她曾排队近两个钟。

虎头局创始人胡亭曾透露,53平方米成熟门店的坪效上探到2万元,单月营收一度达到127万元。据美团

数据,2019年中式糕饼全国门店数量超过5万家,成为烘焙第二大细分品类。在线上,新中式点心也聚集了一大波流量。小红书上,墨茉点心局有1.3万多篇相关笔记,虎头局有1万多篇,泸溪河有2万多篇,有博主称,愿意为之排队五六个小时。

营收、流量双高,新中式点心自然成为资本新宠,红杉、IDG等明星资本均有涉足。公开资料显示,2021年1月-8月投资事件多达22

起,资本投资金额达57亿元,创新高,此前最高年投资金额是2016年的20.9亿元。其中,成立于2020年的墨茉点心局已经完成5轮融资,单店估值超过1亿元;成立于2019年的虎头局渣打饼行完成了天使轮和近5000万美元的A轮融资;祥禾饽饽铺完成了首轮过亿元融资;泽田本家获得了来自何伯权、天图的首轮融资;泸溪河也有获美团龙珠融资的消息传出。

## 出圈秘诀:中点西做、国风美学

从产品上看,新中式点心爆款多是中点西做,用西式烘焙的材料、形式等做中式点心。如墨茉点心局的招牌产品是鲜乳咖啡麻薯,虎头局则是黄油提子Q麻薯。从外观看,新中式点心深谙“颜值经济”价值,各家都突出国风美学。在品牌名“点心局”“饼行”“点心铺”等都带有明显的中式特色,墨茉的“墨自东方古韵,茉传华夏千年”更有传统文

化韵味。在店铺装修上,主打复古国风,包括招牌、Logo和色调,包装设计、产品广告文案等均融入国风文化设计。营销活动也紧贴国风风格,线上活动和海报中添加国风元素。产品创新上也紧扣传统,老字号稻香村(苏州)与和平精英等知名IP跨界合作,推出杨枝甘露味、流心奶黄味等国潮概念新品。如今,新中式点心的风已经从北上广深吹到

了二线城市,河南郑州的山河饼局、重庆的酥书点心局、天津的糕功夫国潮点心局、江西南昌的卡拉多点心行等如雨后春笋。

水杯高的能拉丝的盘挞,手掌大的爆浆的麻薯……中点西做、国风设计,新中式点心不仅味道甜美,而且颜值超高,十分符合年轻消费者的审美,因此,在社交平台上传播火爆。

## 食品安全、品牌保护成考验

在烘焙市场整体利好的情况下,资本介入催生了一批新兴的新中式点心品牌,促进了整个行业的快速发展,但也为品牌带来了挑战。

一方面是产品同质化问题,多家新中式品牌的主打产品围绕麻薯、泡芙、蛋挞、虎皮卷、桃酥推出花式口味,但如果遮住品牌名称,仅靠单品难以分辨。

同时,品牌和门店快速扩张下,食安管理的风险也会提升。消费者对食品安全的担忧是第一大顾虑,其次是甜品对健康的影响。数据显示,烘焙食品行业消费者担忧的前三个痛点分别为安全卫生、产品质量、食

品添加剂。艾媒咨询分析师认为,现在市面上部分品牌现做现卖和使用高质量材料就是打消消费者对食品安全和健康问题的顾虑,但食材统一、制作流程统一的形式也对品牌供应链能力、管理能力有着很大的挑战。

此外,品牌保护也可能成为考验。公开资料显示,中式点心网红“鼻祖”鲍师傅在2019年共有89家直营店,而山寨门店在最多时达到2000余家。对此,艾媒咨询分析师建议,品牌应加强专利保护意识,在创业前期做好商标和品牌保护工作,利用好法律知识保护知识产权。

对于新中式点心的未来,艾媒咨询分析师认为,其所处的烘焙食品行业本身市场空间大,处于高速增长期。2020年中国人均烘焙食品消费量受到疫情影响增速略有下滑,人均消费7.3公斤,与全球主要国家对比,不及饮食结构相同国日本的一半;而且我国正处于消费升级阶段,人均消费水平呈上升趋势,意味着我国烘焙食品行业人均消费量有望持续上升。随着资本进入市场,行业竞争将不断加剧,新中式点心行业需在产品、技术、营销上下足功夫,长期经营和树立品牌,才能从“网红”变“长红”。

行业

## 宝洁宣布 旗下十大品类涨价

新快报讯 近日,宝洁公司在财报会上宣布,2022年旗下十大品类将全部提价,包括织物护理、婴儿护理、女性护理、成人尿失禁、家庭护理、家居护理、护发、美容、口腔护理和皮肤护理产品。其中,织物护理产品的价格将从2月28日开始上调,其他个人保健品的价格将从4月开始上调。

公开资料显示,宝洁上一次宣布涨价是在2021年4月。本次全线提价,与疫情期间运输、材料、劳动力和其他成本的上升以及全球通胀带来的原材料价格上涨相关。宝洁公司财务总监Andre Schulten表示,消费者愿意承担更高的价格,并且消费升级也将不断持续,消费者将转向价格更高、更高端的产品,如把洗衣液换成单价更贵的洗衣凝珠。  
(陈思陶)

## 无糖风潮兴起 赤藓糖醇厂商上市

新快报讯 1月24日,三元生物开启申购,其发行价为109.3元/股。

招股书显示,三元生物成立于2007年,是中国较早开始工业化生产赤藓糖醇的厂商。2021年1-9月,公司实现营业收入13.05亿元,较同期增加7.43亿元,同比增长132.29%;净利润达4.39亿元,较2020年1-9月增加2.67亿元,同比增长155.83%。

三元生物方面表示,2021年前三季度公司营业收入和净利润同比增长较大主要是因为中国消费者减糖、控糖意识的广泛提升以及由此带动的中国无糖饮料行业的快速发展。报告期内,三元生物产销率接近100%。

沙利文研究数据显示,近年来我国赤藓糖醇的消费量呈现出明显的增长态势。2018年赤藓糖醇消费量增长率达到89.7%,2019年增长率达到100%。另据智研咨询,2019年全球赤藓糖醇产量为8.5万吨,中国赤藓糖醇产量为4.62万吨,占比一半以上。2020年中国赤藓糖醇产量约为8.0万吨,产量翻了一倍。  
(陈思陶)

## 思埠集团“哔嗨啤” 涉嫌传销

新快报讯 日前,广东思埠集团与王老吉品牌合作推出的“哔嗨啤”啤酒项目因涉嫌传销,被河南省获嘉县市场监管局向当地申请冻结7家关联公司账户,经法院裁定冻结资金金额度达2亿元。

公开资料显示,思埠集团是微商企业,其董事长曾公开表示,要在一个月内带出1000个百万富翁。

初步调查来看,“哔嗨啤”经营模式有传销的嫌疑,案件还在办理当中。获嘉县市场监管局相关负责人对外称,这次的调查对象只针对思埠集团,“广药集团只提供‘王老吉’商标,经营行为跟他们没有关系。”  
(陈思陶)



扫一扫  
获取  
更多快消资讯