

烘焙行业 全球领先趋势：

Puratos 2026





2026年全球烘焙趋势



全能蛋白

通过**高蛋白产品**丰富烘焙品类，在实现营养升级的同时，保留**浓郁、纵享的感官体验**。



肠道中枢

将**纤维、全谷物**和**助消化成分**融入烘焙产品，从而在**熟悉的日常产品**中建立更强的**功能化定位**。



层层纵享

创新推出具有**多重质地、注心及层次感**的烘焙产品，通过**更丰富的形态、新颖的风味和升级的感官吸引力**，提升**纵享体验**。



食刻为你

针对**随行、下午茶**和**分享**等关键场景，通过**便捷、可分食及单份装**的形式创新，打造定制化的烘焙解决方案。



匠心传承

通过**现代改良、传承原料**或**更健康的升级**，焕新**传统食谱**和**地方特色产品**，从而强化烘焙产品的情感价值。

趋势1

全能蛋白

POWERHOUSE

PROTEIN



趋势 1 全能蛋白

蛋白质+ 高吸收 体重管理

蛋白质依旧是健康领域的“能量引擎”，消费者正通过多样化的形式和场景寻求蛋白质摄入，以促进整体健康。

Sources: Innova Database, Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Notes: Qs: Are you actively including or reducing protein in your diet? Have you controlled your protein intake to improve the following physical health areas in the past 12 months? Have you controlled your protein intake to improve the following mental health areas in the past 12 months? Health claims include hair support, oral health, weight management, anti-aging/aging well, digestive/gut health, heart health, bone health, energy/alertness, immune health, brain health, eye health, joint health and skin health

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026

31%
消费者表示
(36% 的千禧一代)

蛋白质含量影响了他们的面包选择

+22%

带有蛋白质和至少一项健康宣称的烘焙新品增长率

全球, 2024年12月-2025年11月 vs 2023年12月-2024年11月



3 / 5
全球消费者表示

我在饮食中积极增加蛋白质摄入

这款去边全麦切片面包是**膳食纤维**和**蛋白质**的来源。

葡萄牙, 2026年1月

趋势1 全能蛋白

未来机遇：蛋白创新中的体重管理方向。

仅有 **5%**

的食品饮料新品
同时带有蛋白质宣称和体重管理宣称。

全球，2024年12月-2025年11月

Sources: Innova Database, Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US), [CHIPmonk](#)

Note: Q: Have you controlled your protein intake to improve the following physical health areas in the past 12 months?

“ 我通过控制**蛋白质摄入量**来改善
以下身体健康方面：



运动表现/恢复



免疫力



体重

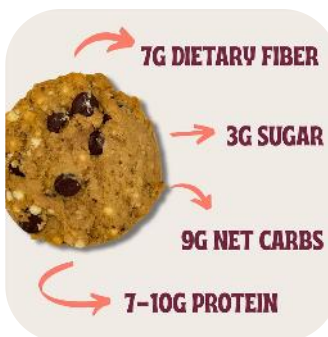
“ 我们的GLP-1曲奇每一口都富含益生元纤维与功能性成分。打造出一款令人满足且有助于控制食欲的零食。



美国，2025年5月

Chipmonk GLP-1增效款
经典巧克力碧根果曲奇

采用受GLP-1科学启发的成分，富含纤维，有助于减轻体重。



WHY IS GLP-1 IMPORTANT

- SUPPORTS HEALTHY BLOOD SUGAR REGULATION
- PROMOTES LONGER-LASTING SATIETY AND REDUCES CRAVINGS
- ENHANCE WEIGHT MANAGEMENT BY IMPROVING APPETITE CONTROL
- PLAYS A ROLE IN GUT HEALTH AND DIGESTION

增长迅速

+38%



同时带有**蛋白质和体重管理宣称**的烘焙新品
的增长率

全球，2024年12月-2025年11月
vs 2023年12月-2024年11月

出于体重管理目的控制蛋白质摄入量



82%



印度尼西亚
93%



巴西
89%



印度
87%



墨西哥
83%

● 高于全球平均水平

趋势 2

肠道中枢 GUT HEALTH HUB



趋势2 肠道中枢

肠道优先 膳食纤维 微生物组

消费者正日益将肠道健康视为通往整体身心健康的关键枢纽，从而促进了对身体与心理相关益处的需求持续提升。

Sources: Innova Database, Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Note: Q: To what extent do you agree with the following statements?

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026

48%

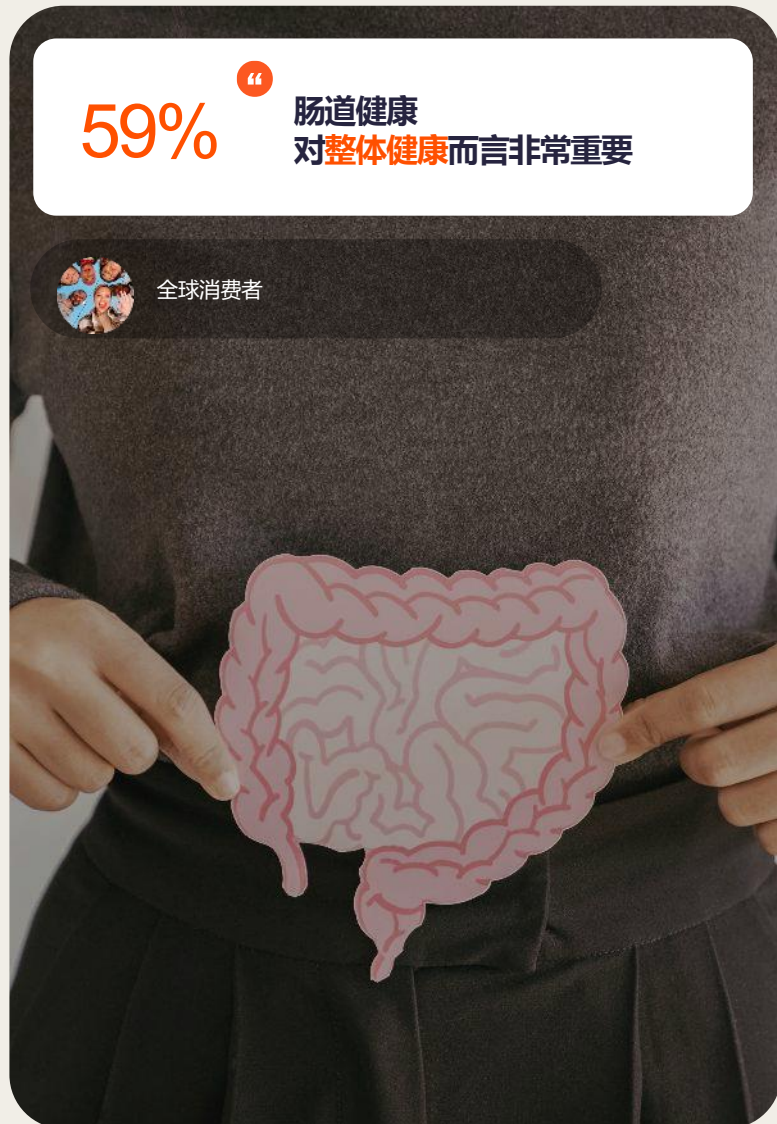
的消费者曾使用**营养强化食物和饮料**来尝试改善肠道健康。（在过去一年中）

59%

肠道健康
对**整体健康**而言非常重要



全球消费者



+39%

带有**肠道/消化健康宣称**的烘焙新品增长率

全球, 2024年12月-2025年11月 vs 2023年12月-2024年11月



Neuro有机蛋白面包含有圆苞车前子壳，作为一种**可溶性膳食纤维**，有助于改善消化并维持健康的血糖水平。

📍 西班牙, 2025年11月

趋势2 肠道中枢

全球消费者普遍认为肠道健康、体重和压力三者之间存在紧密关联。

膳食纤维 (63%) 和益生菌 (51%) 是消费者最常与肠道健康联系在一起的成分。

Sources: Innova Database, Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Note: Q: Which of these physical or mental health aspects do you think are related to gut health?

“与肠道健康相关的主要
身体健康方向”



“与肠道健康相关的主要
心理健康方向”



促进消化健康: 含有5.14克膳食纤维, 支持肠道健康、增强饱腹感, 减少脂肪吸收。

意大利, 2025年7月

全球关注肠道健康的消费者

体重管理

59%

缓解压力

53%

免疫力

促进睡眠

睡眠质量

缓解焦虑



有助于神经系统正常运作, 有助于良好的消化, 有助于减轻体重。

印度, 2025年8月

趋势2 肠道中枢

膳食纤维在烘焙领域发挥着日益重要的作用，各品牌正将各种类型的膳食纤维应用于不同的烘焙产品中。

烘焙类新品发布中增长最快的膳食纤维成分

全球, 2021-2025, CAGR,

+93% 亚麻籽纤维

+36%
%

益生元纤维

+36%
%

可可纤维



Everything百吉饼，表面撒有**金色和棕色亚麻籽及黑奇亚籽**。

🌐 美国, 2025年10月

消费者为促进肠道健康而积极摄取的主要成分

纤维

益生菌

维生素D

全球消费者



无添加糖及高膳食纤维经典可颂。含有**阿拉伯胶和柑橘纤维**。

🌐 意大利, 2026年1月

Source: Innova Database

Notes: Q: Which ingredients are you actively trying to include to improve your gut health? Threshold: 30 launches in 2024-2025

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026

趋势2 肠道中枢

酸面团不仅具有助消化功效和清洁标签吸引力，还推动了面包的高端化进程。业界正从不同维度探索酸面团领域，其益处已在多个烘焙细分品类中得到体现。

酸面包



Jason's 未切片酸面团面包

🌐 英国, 2026年1月

酸面团作为原料



手工风格酸面团面包。不含工色素或香精。

🌐 美国, 2026年1月

酸面团应用在其他烘焙产品中



纯素草本酸面团薄脆饼干。采用100%酸面团发酵种制成，对肠道友好。

🌐 印度尼西亚, 2026年1月

冷发酵工艺，对肠道友好且更易消化。由益生元和六种原料制成。



🌐 美国, 2025年10月

酸面团全麦面包



🌐 乌拉圭, 2025年7月



🌐 美国, 2026年1月

酸面团风味卷饼。无高果糖玉米糖浆。无人工合成色素。

趋势 3

层层纵享

LAYERS OF DELIGHT



趋势3 层层纵享

多重感官

情绪提升

质地玩法

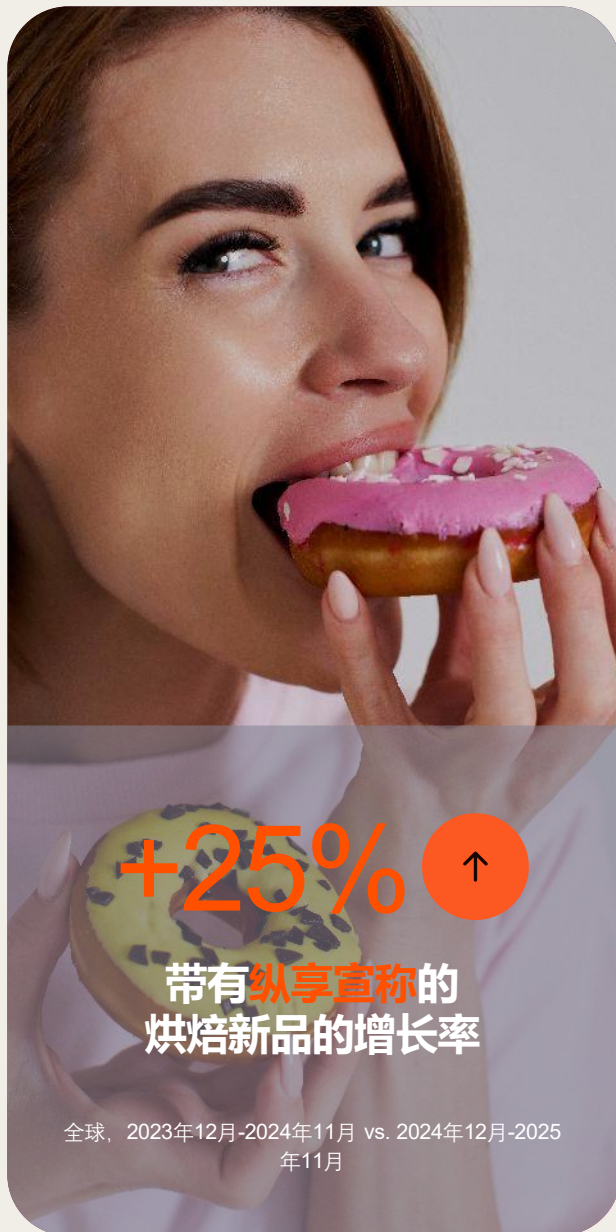
“纵享”正演变为一种多维体验，如今，消费者期待的“纵享体验”不仅关乎味觉的惊喜，更是一种情绪、时刻、享受与健康综合体验。

Sources: Innova Database, Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Note: Q: "What does an indulgent food or drink experience mean to you?"

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026

全球消费者认为的
纵享感的四大要素



带有纵享宣称的
烘焙新品
的增长率

全球, 2023年12月-2024年11月 vs. 2024年12月-2025年11月

“

惬意时刻



带来**温馨舒适**的居家气息。

🌐 法国, 2025年10月

“

情绪提升



缓解**压力**和**焦虑**。改善**睡眠质量**。
促进**镇静**和**放松**。

🌐 马来西亚, 2026年9月

“

纵享感官冲击



圆形**金棕色**肉桂旋纹面包，淋有**浓郁糖霜**，
面团**微甜**且富有**香料**气息，**口感湿润松软**，
层次分明。

🌐 英国, 2025年9月

“

健康享受



是惬意**下午茶**、**轻盈早餐**或**随时随地**
无负担纵享的理想之选。

🌐 印度, 2025年9月

趋势3 层层纵享

更健康的选择并不意味着乏味。消费者在渴望纵享烘焙美味的同时，也追求一种平衡：即通过减糖、减脂和使用天然原料，实现健康与口感的平衡。

是什么让纵享的食物或饮料对您来说感觉“更健康”？

低糖
33%

采用天然成分
32%

低脂
28%



全球消费者

Sources: Innova Database, Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Note: Q: What does an indulgent food or drink experience mean to you?

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026



富含膳食纤维。饱和脂肪含量减少50%以上。

意大利, 2025年7月

纳贝斯克 (Nabisco) 奥利奥零糖双倍内馅巧克力味夹心饼干

美国, 2026年1月



香草味内馅迷你蛋糕。不含人工色素、香精、转基因成分或防腐剂。仅采用最优质的天然原料制成。

澳大利亚, 2025年9月

趋势3 层层纵享

熟悉的感官体验与新颖的创意发明共同赢得了追求纵享感的消费者青睐。

消费者在购买纵享零食时最看重的宣称：

- 28% 高蛋白
- 26% 低糖
- 24% 高纤维

Sources: Innova Database, Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Note: Qs: To what extent do you agree with the following statements? Which product claims are most important to you when purchasing indulgent snacks?

60%

“ 全球消费者

当我想要纵享时，我想要探索新事物。

46%

“ 全球消费者

当我想要纵享时，我总是选择相同的选项。

茉莉绿茶味威化蛋白棒



中国，2025年10月



日本，2025年10月

抹茶味面包搭配奶油干酪内馅，带来意想不到的纵享新意。

肉桂味酥皮点心。Baffi 品牌融合了意大利、智利和哥伦比亚的传统，旨在为每一个家庭带来甜蜜。



哥伦比亚，2026年1月



丹麦，2025年9月

采用丹麦传统配方制成的纵享巧克力裹层华夫饼杯。

趋势 6

食刻为你 MADE FOR MOMENTS



趋势6 食刻为你

消费场景

零食消费

便捷的形式

场景驱动的创新正不断深化，零食、鲜食与单人份产品等品类内部的形式愈发多样化，以契合更细分的消费时刻与情绪需求。

Sources: Innova Database, Innova Lifestyles & Attitudes Surveys 2020 and 2025 (Average: Brazil, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Notes: Qs: What is your household composition? How do you usually spend your time on the following eating occasions. Canada is excluded from 2025 data for comparability with 2020 data, which didn't include Canada

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026



独自吃正餐*



64% 对比 25%



和他人一起吃正餐*



29% 对比 **71%**



4枚装高粱卷。将冷冻卷置于微波炉中以最大功率解冻，并储存于-18°C或更低温度下。

🌐 芬兰，2025年10月



20个装家庭装立式塔可壳，仅由三种配料制成。

🌐 美国，2025年8月

趋势6 食刻为你

零食需求日益多元，推动品牌的全场景创新。

Sources: Innova Database, Innova Lifestyles & Attitudes Surveys 2020 and 2025 (Average: Brazil, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Note: Q: How do you usually spend your time on the following eating occasions?

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026



当我吃零食时

51%

来自单人家庭的消费者
独自吃零食

41%

有子女的夫妇家庭
和其他人一起吃零食

纵享型零食



甜甜圈披萨专为那些随性、愉悦的时刻而设计，满足消费者对有趣、便捷且纵享体验的渴望。

立陶宛，2025年12月

功能性零食



椰子焦糖味甜甜圈饼干，非常适合作为日常零食或在运动后享用。

斯洛伐克，2025年4月

分享型零食



非常适合在篝火或火堆旁与亲朋好友分享。

加拿大，2025年1月

趋势6 食刻为你

蛋糕和糕点主要在下午和晚上食用，但仍存在显著的区域差异，品牌在进行新品定位时可以利用这些差异。



全球消费者

您什么时候吃
蛋糕、糕点甜食？

26%
早餐

22%
早间

23%
午餐

51%
午后

21%
晚餐

32%
晚间

11%
夜宵

排名前三的回答

全球

北美洲

拉丁美洲

欧洲

亚太地区

午后

51%

38%

61%

53%

48%

晚间

32%

39%

22%

30%

34%

早餐

26%

23%

32%

20%

25%

下午茶蛋糕



英国, 2025年9月

含杏仁膏的黄油杏仁棒



荷兰, 2025年9月

香蕉花生味早餐方块蛋糕



韩国, 2025年4月

趋势6 食刻为你

面包消费集中在正餐时段。与其他地区相比，拉美地区对早餐消费表现出相对较强的偏好。



全球消费者

您什么时候吃
面包及面包制品?

64%
早餐

17%
早间

37%
午餐

26%
午后

32%
晚餐

17%
晚间

8%
夜宵

排名前三的回答

全球

北美洲

拉丁美洲

欧洲

亚太地区

早餐

64%

54% ●

78% ●

55%

62%

午餐

37%

52% ●

31% ●

45%

31% ●

晚餐

32%

36% ●

20% ●

36% ●

20% ●

早餐烤面包



韩国, 2025年5月

适合每周午餐备餐的面粉薄饼



美国, 2026年1月

采用欧洲无麸质小麦制成的晚餐包



美国, 2026年1月

Source: Innova Category Survey

Top Trends

Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026

趋势 9

匠心传承 CRAFTING TRADITION



趋势9 匠心传承

地方特色食谱

传统工艺

儿时最爱

在不确定的时代，人们从传统饮食中寻找熟悉、安慰与归属感。传统饮食正在被重新发现与再创造。

Sources: Innova Database, Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026

全球消费者

在饮食中，你认为最重要的价值是什么？*



#1 “保持和实践传统食谱”

本土传统



#8 “通过食物探索不同文化”

异域传统

全球消费者

传统食品和饮料在您心中唤起以下哪些感受？

37% 幸福



Lemonilo 酥脆芝士布朗尼

酥脆布朗尼，让你**时刻收获快乐**。想到布朗尼，就想到快乐。

马来西亚，2025年11月

37% 舒适



Woolworths 香甜味
4枚装苹果派点心

由真实苹果制成的
温馨舒心美味。

澳大利亚，2025年9月

35% 与家人的联系



Ah 苹果碧根果焦糖味
拖鞋酥

仿佛**重回旧日时光**，像孩子般在**奶奶家**享用下午茶点心，尽享那份纯真快乐。

荷兰，2025年11月

趋势9 匠心传承

“传统食品饮料”在全球范围内含义各不相同。

在全球范围内，消费者将传统与以下因素联系起来：

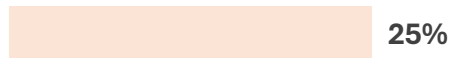
使用特定传统食材制作的食物



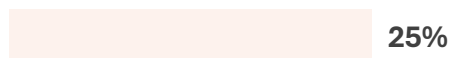
区域/地方食谱



对我而言感觉很传统的童年最爱



世代相传的食谱或烹饪知识



Source: Innova Trends Survey 2026 (Average: Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Indonesia, Mexico, Spain, the UK and the US)

Top Trends
Top Global Trends in Bakery 2026 – Global – Feb 2026

对您而言，定义传统食品和饮料最重要的特征是什么？

北美洲

能感受到**传统的童年最爱**



奶奶的配方，并融入了独特新意。

🌐 美国，2025年9月

拉丁美洲

区域/地方食谱；使用传统食材



采用地道传承原料制成的传统玉米椰子味饼干。

🌐 哥斯达黎加，2025年10月

欧洲

区域/地方食谱



采用小麦和橄榄油制成的松软佛卡夏，以现代形式致敬地道意式烘焙传统。

🌐 英国，2025年10月

亚太地区

使用传统食材；使用传统方法/技术准备的食物



长崎式牛奶蛋糕，采用传统日式烘焙工艺和简单、经典的原料制成。

🌐 印度尼西亚，2025年11月

趋势9 匠心传承

全球风味跨界融合正在引领创新趋势。烘焙品牌正从世界各地的甜点、糕点和零食传统中汲取灵感，旨在创造新颖的感官体验。

经典**英式**烘焙糕点，通过**意式**甜点灵感与全球风味元素的融合，实现品质升华。



🌐 英国，2025年1月

4枚装**英式**十字面包，内含**浓郁比利时巧克力豆**、**马斯卡彭芝士**和**巴西咖啡粉**。

经典的**日式**点心风味，通过**欧式**起酥点心的形式进行了全新演绎。



🌐 日本，2025年10月

抹茶杏仁红豆馅丹麦酥。

东南亚传统甜点风味 (Ondeh-Ondeh) 通过**日式**零食形式进行了全新演绎，赋予其全球吸引力。



🌐 马来西亚，2026年10月

可可**棕榈糖**饼干棒，外裹**斑斓椰子**涂层。



INNOVA 2026年消费者趋势



轻松社交

更灵活、更健康的生活方式正在推动社交场景向**轻松、悠闲**的方向转变。



自我时光

消费者正**主动选择独处**，以专注自我关怀、提升情绪，并实现身心恢复。



活力 + 长寿

消费者比以往任何时候都更为关注如何通过**当前的行为**为**未来的健康状况**带来优化效果。



我的科技伙伴

人工智能 (AI) 正被消费者快速采用，以**简化和丰富**生活的诸多方面，但信任与隐私仍是关键问题。



简化生活

在面对压力与复杂环境时，消费者希望找到**简化生活**的方法，并实现**健康、平衡**的生活方式。