

Always On Consumer Insights

烘焙趋势探索报告_生命周期报告
2025Q3

CONTENT

目录

01

热门趋势

02

热门爆品

03

热门元素

04

节庆探索

报告重点内容概览

PART 1 烘焙品类趋势探索

热门趋势:

国货原料崛起，底蕴凸现

烘焙的仪式美学

烘焙正餐化，饱腹担当

PART 2 热门爆品产品探索

面包品类

图谱定位热门产品:

可颂

重点关注产品:

恰巴塔

米面包

酸面包

中式面包

谷物面包

蜂蜜小面包

甜点品类

图谱定位热门产品:

黄油年糕

舒芙蕾

慕斯蛋糕

瑞士卷

巴斯克

蛋挞

提拉米苏

重点关注产品:

泡芙

麻薯

PART 3 热门烘焙元素探索

图谱定位热门元素:

薄荷

蓝莓

苹果

黄油

开心果

海盐

焦糖

重点关注元素:

酸面团

PART 4 热门节庆分析

情人节热门趋势:

心意满满，传递爱意

红粉白演绎冬日恋歌

春节热门趋势:

新晋网红甜品贺岁传情

辞旧迎新 全家好寓意

新岁求新味，健康尝鲜

烘焙趋势探索 | 爆品趋势总结

热门爆品趋势

口感趋势

新颖夹心

老品焕新，通过传统做法搭配创新夹心，构建差异化口感与层次感

- 加入生巧/芋泥/开心果酱/蓝莓酱等打造爆浆流心效果或形成独特风味
- 本期代表性热门单品：
芋泥馒头卷、米乳奶盖火星塔、和风麻薯

空气酥脆

差异化的“轻脆”质地（对比传统厚重酥皮）更符合现代消费者对“轻盈无负担”的诉求

- 追求比饼干更酥脆的空气质感，可口无负担
- 本期代表性热门单品：
小黄油扁扁可颂、蜂蜜小面包

冰火双感

冻啃与复烤通过温差强化口感记忆，趣味性食用方式成为新流行

- 二次简单加工带来全新口味体验，满足消费者二创的探索心理
- 本期代表性热门单品：
三重抹茶米米包、双味迷你泡芙、牛乳黄油年糕

食材趋势

中和甜腻

消费者开始期望有口感清爽的元素中和甜腻，平衡厚重感，减轻食用负担

- 本期热门清爽元素：薄荷、蓝莓、苹果、开心果、海盐

应时而食

- 本季热门爆品元素：苹果、薄荷、焦糖
- 上季度延续热门元素：开心果，蓝莓，海盐，黄油

新品概念趋势

健康养生

现茶饮文化盛行，现制茶饮的清爽特质可以为甜品带来“轻盈健康”新可能：

- 沿用茶饮少糖逻辑，如盒马推出的减糖15%舒芙蕾
- 茶饮转化为烘焙夹心，如鸭屎香米面包、焙茶甜品

IP跨界互动

绑定热门IP，实现短期内快速破圈

- 通过快闪的形式赠送周边/伴手礼，联动宣传
- 本期代表性热门单品：
小黄油扁扁可颂、米乳奶盖火星塔

节庆趋势

情人节&春节

“玄学+美学” 双重价值

在节庆社交属性浓厚的消费场景下，甜品正从单一食品进化为“五感沉浸式体验载体”：

- 视觉仪式感：通过爱心造型、配色（如情人节红粉白、春节红火）打造餐桌视觉C位，满足“可晒性”社交需求。
- 玄学和情感共鸣：产品成为情感传递媒介，如情人节“面包和爱情都有”的巴斯克碱水面包、春节“金枕”和“金元宝”的吉利寓意，让大家更原意融入消费场景。

文化融合与场景创新

在传统节日文化回归的背景下，“本土化创新”成为破局关键：

- 口感融合：以本土偏好重塑经典，如黄油年糕的“糯叽叽”质地+巧克力涂层，或蛋糕加入陈皮、龙眼等中式风味。
- 场景适配：针对年夜饭甜品化趋势，开发小份装分享蛋糕，既保留节日仪式感，又符合现代家庭用餐习惯。

烘焙趋势探索|品类趋势总结

国货原料崛起，底蕴凸现 +41%

驱动因素
名族情绪和国产质量信息提升

国潮风盛行，消费者对本土文化认同感与日俱增，渴望烘焙产品承载传统风味与文化符号，从“吃美味”到“品文化”，借烘焙重拾中式味觉记忆，彰显国货自豪。

产品特征
国产原料彰显好品质

主打国产优质原料，明确标注产地与特色，像盒马强调贵州抹茶借产地口碑传递品质，强化“中国原料、中国风味”认知。

文化寓意暗示联想
融入中式工艺与文化象征，如年糕暗示糯唧唧口感，元宝造型呼应春节民俗寓意，用熟悉的工艺、符号，让烘焙承载中式文化，唤起消费者文化共鸣与情感联结。

相关应用
贵州抹茶瑞士卷 黄油年糕 金元宝生日蛋糕



烘焙的仪式美学 +57%

驱动因素
满足消费者要出片和社交讨论的需求

社交分享时代，烘焙既是美食也是“社交货币”，消费者追求高颜值带来的视觉冲击与仪式感，借精致造型、创意摆盘，让品尝烘焙成为兼具美味与美学的体验。

产品特征
闪亮缤纷的产品外观
以极致工艺雕琢外观，如翻糖蛋糕、渐变色彩的慕斯蛋糕，让烘焙成为可食用的美学展品，用视觉精致提供出片和仪式感。

互动记录感营造
设计自带“传播点”的产品，如流心巴斯克切开会流动、DIY撒粉能自由创作的慕斯蛋糕，把食用过程变成可记录、好分享的互动仪式，让消费者主动成为“仪式感传播者”，借社交分享放大烘焙的美学价值

相关应用
流心巴斯克 DIY蝴蝶慕斯蛋糕 勺挖提拉米苏



咸味正当时 +31%

驱动因素
口味多元化和健康需求

随着消费者味蕾的不断进化，他们不再满足于单一的甜味，对新奇独特口味的追求日益强烈。同时，健康意识的提升也让人们开始关注糖分摄入，咸味烘焙则暗示了更低的糖分，体感上不容易腻。

产品特征
风味融合创新，咸甜、咸香口味兴起

用海盐平衡奶油和芝士甜感般；面包品类中，借用肉类、调料（如味增）等咸鲜食材混搭，碰撞出新奇复合味，同时也扩展品类的正餐场景。

低糖少油 更健康，放大咸香
以“低糖少油”为核心特征，通过芝士、火腿、海苔等咸鲜食材赋予风味。契合当下健康饮食需求，减轻了食用负担，又让咸香成为味觉主角，形成清爽不腻的独特口感。

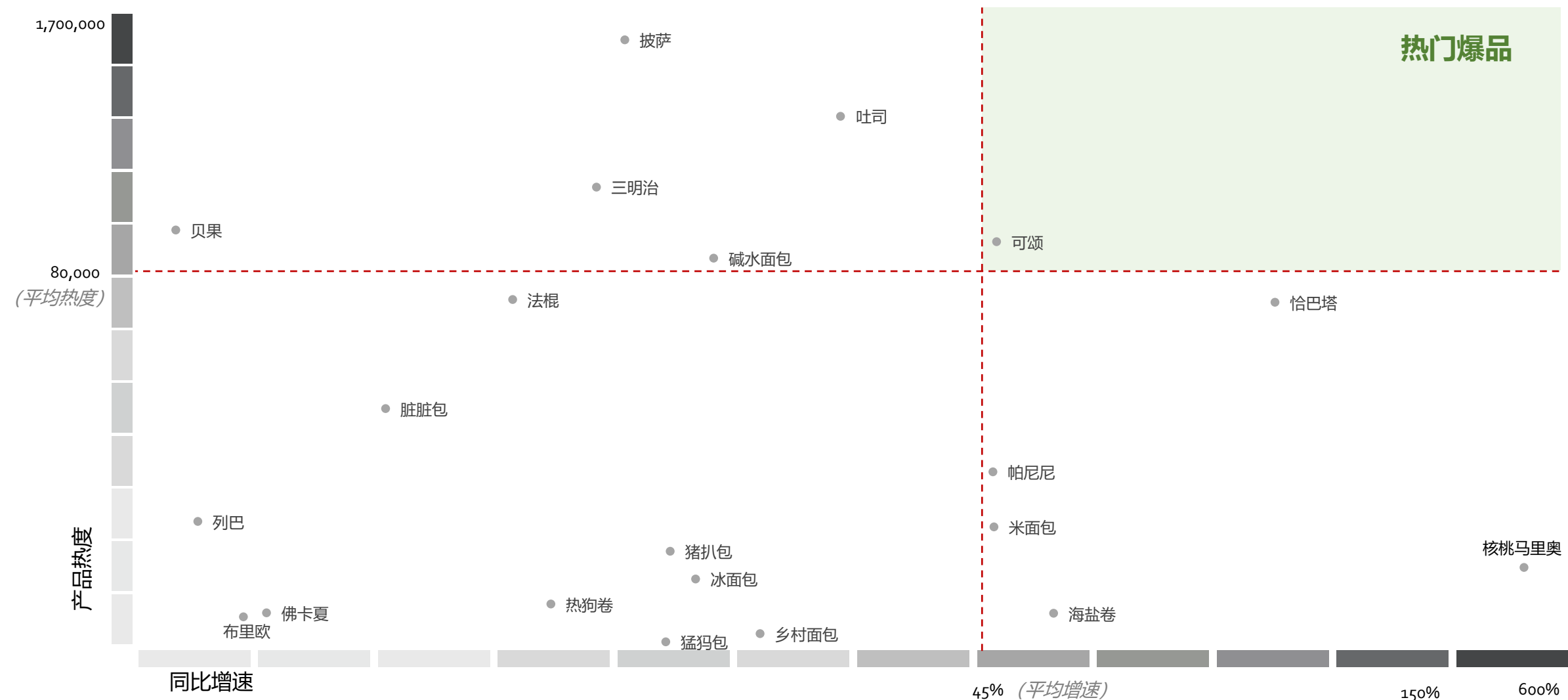
相关应用
芋香肉脯恰巴塔 味增米面包 海盐巧克力碱水吐司



具有爆品潜力的烘焙产品 ——面包类



产品类型总览|定位热门爆品|面包



数据范围: 小红书, 抖音, 微博; 2025/1-2025/3

备注: 仅展示同比增长>0%且声量>1,000的产品类型

● 热门爆品

热门爆品解读 | 可颂



爆品印象

可颂作为法式面包代表，以“外脆内软”的极致魅力征服食客：外层酥脆焦香，内层蜂窝结构裹挟黄油温润，咀嚼感丰富。造型上突破传统羊角形，扁可颂、唱片可颂等花样形态既提升视觉吸引力与社交属性，又贴合“一周早餐菜谱”多元需求，搭配创新夹心与简易做法，适配家庭烘焙、快手早餐等场景，让经典风味更易融入日常饮食。

黄油 可可 巧克力 抹茶 蓝莓 奶油 焦糖 坚果 开心果 牛肉 炸鸡 火腿 威灵顿 薯泥 芋泥 芝士 经典 草莓 核桃 奶香 6咸7水海盐

高频描述词-口味

治愈 嚼劲 柔软 不腻 内陷 脆片 掉渣 蓬松 丝滑 外壳 层次 夹心 馅料 爆浆 满足感 外层 酥和脆 丰富 压扁

高频描述词-口感

扁扁 法式 高颜值 锅巴 层次 外观 三明治 造型 可爱 压扁 大牛角 大蛋挞

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

薄脆搭黄油焦糖，香甜过瘾

花式形态，美味又具社交感

IP 联名/玩梗，创新破圈

新颖夹心，甜咸平衡出新

健康营养，快手早餐

搭配多元，一周早餐不单调

数据趋势

社媒声量

241.0 K

同比增幅

48%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1

现制茶饮店

2

电商

3

现制面包店

现制茶饮店：

瑞幸咖啡 - 黄油扁可颂



电商：

诺贝达-咸奶酪味牛角包



现制面包店：

鲍师傅- 开心果扁可颂



热门爆品解读 | 可颂 | 热门案例解读

扁可颂热潮延续，可颂产品打造特色：以**薄脆质地搭配黄油焦糖风味**；融入**咸芝士等新颖夹心**，构建甜咸平衡的差异化食用体验。营销端多元发力，借热门 IP 联名推周边、用潮流玩梗加深记忆；电商品牌依托网红带货，结合长保质期等实用属性，适配消费场景。



瑞幸 - 可颂

声量: 1,094

小黄油扁扁可颂

压扁可颂，薄脆可口

“这个扁扁可颂，出乎意料的好吃哈哈哈哈哈 脆脆的居然，像饼干 又比饼干酥脆，甜甜的好吃”

浓郁焦糖黄油香味

“搭配了瑞幸的小点心叫做小黄油扁扁可颂，脆脆的，焦糖味非常浓，是好吃的”

甜度适合搭配咖啡，尤其是美式

“这个扁黄油可颂的甜度配美式正好！#瑞幸咖啡 #扁可颂 #还挺好吃的”



产品卖点

黄油小熊联名



联名热门IP 黄油小熊，购买产品赠送主题杯、纸袋、杯套、贴纸、徽章、叠叠杯等

潮流玩梗



“像「小黄油扁扁可颂」一样 扁扁地躺平”



诺贝达 - 可颂

声量: 926

咸奶酪牛角包

咸芝士夹心，甜咸比例平衡

“这第一口就被惊艳到了！咬下去咸香浓郁的奶酪瞬间在嘴里爆开，奶香四溢，咸香可口，口感层次超级丰富”

松软面包体，一咬爆浆

“面包体软软的，味道很像手撕面包很好吃，内里松软，奶酪的咸香瞬间在嘴里爆开，但完全不会腻”



产品卖点

抖音网红带货



抖音博主顾茜茜带货
“我爱牛角包，我爱顾xx哈哈牛角包的风也是吹到我这里了”

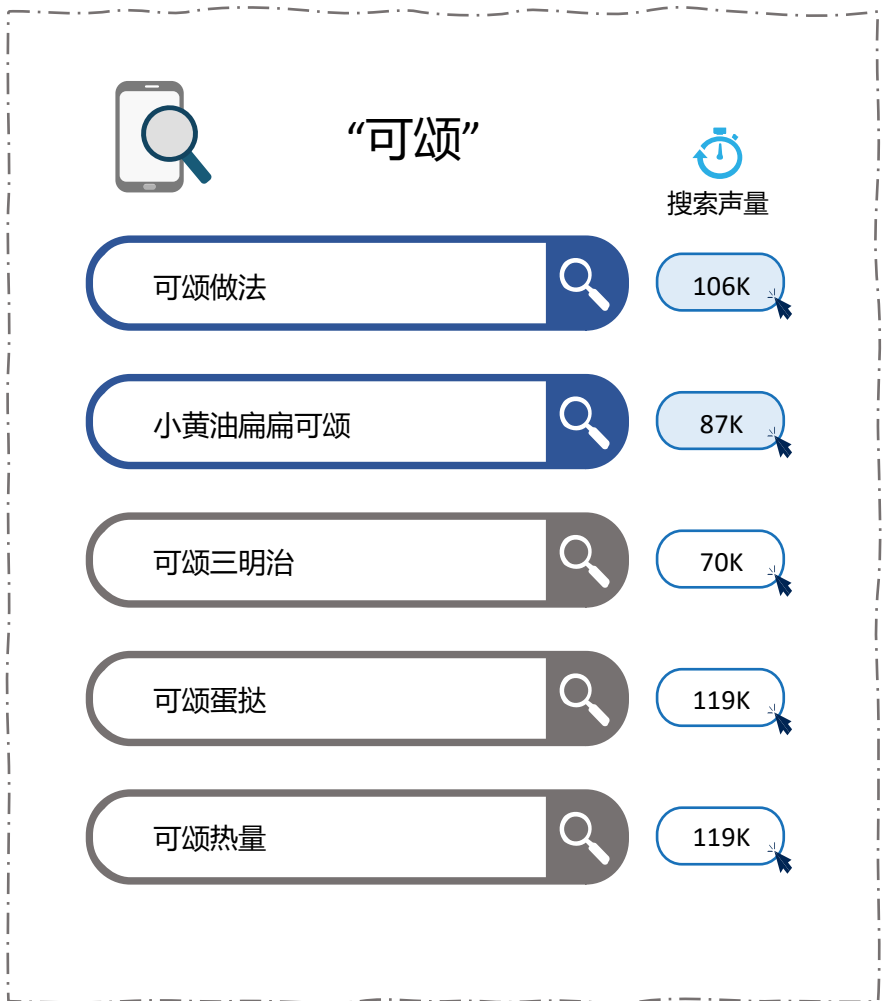
适合宿舍囤货



90天常温保质期，不用加热也可享受松软面包，适合早八大学生

热门爆品解读 | 可颂 | 搜索词分析

可颂家庭制作追求简易创新（如手抓饼改造、夹心适配），场景关联快手早餐、儿童健康等，契合“一周早餐菜谱”灵活搭配需求，商家可紧扣制作创新、场景适配布局，满足便捷又个性化的早餐方案期待。



热门爆品解读 | 恰巴塔



爆品印象

恰巴塔作为意式面包代表，以“外韧内暄”的独特质感打动食客：表皮焦香带微脆，咬下能感受麦香韧劲，内里松软多孔，麦香与空气感交织。造型上突破规整感，切开夹煎蛋火腿做快手早餐，提升颜值与社交属性，贴合日常餐食搭配需求。简易做法适配家庭烘焙，让经典风味轻松融入日常。

小番茄 蔬菜 蓝莓 芝士
麦香 黄油 芋泥 牛油果 黑松露
咸口 奶酪 牛油果 黑松露
菌菇 滑蛋 油浸番茄
无糖 空气 培根 抹茶 香气
全麦 玉米 馅料 鸡蛋

高频描述词-口味

弹牙 韧劲 含水量
越嚼越香 复烤 嚼劲
外酥里软 空气感
湿润 脆脆的 馅料丰富 软糯
酥脆 柔软 扎实

高频描述词-口感

三明治 弹性 切开
撒粉 摆盘 扭扭棒
出片 硬壳 气孔
开放式 蜂窝 金黄

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

外脆内软 层次碰撞

多种馅料口味 适合尝鲜

低油低糖 适合减脂

搭配简单又出片

自制易上手 适合西点小白

配料极简

数据趋势

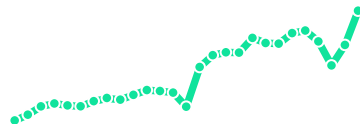
社媒声量

73.7 K

同比增幅

113%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1 现制面包店

2 商超

3 自制

现制面包店：
李行行的面包-多
种内陷恰巴塔



商超：
山姆-菌菇芝士
恰巴塔

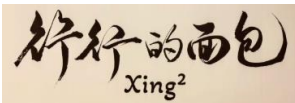


自制：
免揉面恰巴塔



热门爆品解读 | 恰巴塔 | 热门案例解读

恰巴塔产品聚焦特色打造，借多样口味（抹茶奶酪、芋香肉脯等）、**优质原料构建差异化体验**；营销端各展所长，或凭手指作店主 IP，或突出性价比与健康属性，**适配早餐，减脂等日常场景**。



李行行的面包 - 恰巴塔

声量: 3,002

产品卖点

三重抹茶奶酪恰巴塔

抹茶磅蛋糕做内陷，口感丰富甜苦交错

“面包体常温气孔优秀，口干糯糯。空气炸锅五分钟，表皮，脆，面包体糯叽叽。内陷口感浓厚，奶酪细腻厚实，抹茶苦苦的，生巧口感般的丝滑感。抹茶磅蛋糕，微苦，不是甜抹，不腻，不油，绵密的很。两者一起，轻薄厚重结合。吃完之后，抹茶清香，甜苦重叠，茶香回甘”



芋香肉脯恰巴塔

芋泥猪肉脯，咸甜永动机

“芋香肉脯恰巴塔，太好吃了！先蒸后烤，包体肥嘟嘟的，含水量狠狠好。肉松微微辣，芋泥也绵密。冷冻直接微波炉蒸盒，2分钟，空气炸锅2分钟，好吃

店主IP



店主李行行荣获多种烘焙大赛奖，手作面包圈知名度高

产品配料表突出使用材料等级



产品配料突出原料品牌、产地，如又玄抹茶粉、蓝风车淡奶油、鲁邦种等

营销亮点



山姆-菌菇芝士恰巴塔

声量: 2,749

产品卖点

菌菇芝士恰巴塔

性价比高，适合长期做早餐

“就是这款菌菇芝士恰巴塔，不管直接吃还是自己diy早餐都很棒棒而且价格也很良心比外面的面包房省不少呢🥰🔥39.9r一盒里面有5个吃不完还可以冷冻分装省钱不省品质，特别适合我们这种打工打工人族哦”



菌味打开食欲，包体含水量高

“今天一尝果然不其然 刚打开，菌菇鲜香和芝士浓香瞬间扑鼻 咬上一口，外皮香脆有韧性，表皮撒了一层欧包手粉，颜值好高🌟内里湿润绵软，菌菇的鲜咸混着芝士的香，口感超丰富”

优质碳水 减脂必买



适合身材管理期作为优质碳水和干净饮食

早餐好搭子



适合多种吃法，搭配滑蛋、牛奶、蔬菜都可以，简单快手就完成

热门爆品解读 | 恰巴塔 | 搜索词分析

恰巴塔小红书搜索围绕做法和吃法展开，关联减脂、懒人需求，追求免揉面和快速早餐；同时，网友认为“**大气孔、高胶质**”的切面是标杆恰巴塔。商家可紧扣减脂场景、颜值搭配、优质切面，满足便捷健康且个性化的饮食需求。



热门爆品解读 | 米面包



爆品印象

米面包作为新健康烘焙的代表，以“低麸质+低GI”的双重友好配方重新定义美味标准：大米与黄油黄金配比，既保留米香清甜又融入奶香醇厚，创造出独特的风味层次。这种兼顾肠胃舒适度与控糖需求的特质，使其成为早餐便当、加班补给等多场景下的安心之选，成功打造出健康与美味兼具的现代烘焙典范。

大米 玫瑰 奶酪 蓝莓 芋泥 抹茶 黑芝麻 肉松 玉米 咖啡 开心果

高频描述词-口味

嚼劲 软糯 丰富 软弹 糯叽叽 馅料饱满 Q弹 层次 松软 扎实

高频描述词-口感

日式 割口 欧包 贝果 碱水 圆滚滚 饱满 包体 三明治 吐司

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

低麸质友好

米香+黄油奶香 双重香味

低热量，控糖人群友好

锁水王者，湿润扎实

懒人首选，自制简单

丰富内馅口味

数据趋势

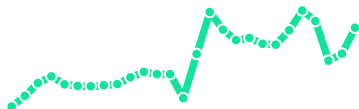
社媒声量

26.2K

同比增幅

48%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1

电商

2

现制面包店

3

自制

电商：
棠棠-素米包



现制面包店：
B+Bakery-斑斓
米面包



自制：
自制米面包



热门爆品解读 | 米面包 | 热门案例解读

米面包以“湿润扎实”的米香基底为核心卖点，通过Q弹包体与层次分明的馅料（如三重抹茶）构建差异化口感体验，满足消费者对传统米香与现代创新的双重期待。同时，运用中式馅料（山茶、鸭屎香）和天然染料赋予的高颜值吸引消费者。



棠棠 - 米面包

声量: 882

素米面包

湿润扎实，米香味足

“棠的素米比较湿润扎实，风味是有的但总体还是米香占主导最喜欢空炸素米的吃法，外脆里软米香味足非常耐吃以后应该也只会回购素米”



三重抹茶米米包

包体Q弹，馅料有层次

“包体居然是甜甜的，蛮扎实的，也很弹，馅料是一层是微甜，一层略苦，有层次感，整体吃是微甜微波炉加热有点出油微腻，适合常温或者把皮烤脆馅料冻啃”



缤纷色彩



原味米面包外表朴实，用蝶豆花、南瓜等天然染料可以赋予产品缤纷的高颜值

中式馅料



使用山茶、柠檬鸭屎香、南瓜酒酿等传统中式调味馅料，更契合米面包消费者对中式的期待



B+Bakery - 米面包

声量: 531

斑斓米面包

包体味道回味无穷，清淡不甜

“加热后斑斓味闻起来十分浓郁，但吃的时候只有第一口才能吃的斑斓的味道。回味都是面包体的味，整体清淡不甜”



味增米面包

新鲜口味，咸香味十足

“永远对猎奇新鲜的口味感兴趣，这款也是我最想尝试的！味增的发酵味没有非常浓郁，咸香味十足！搭配上他家优秀的面包体吃着不错喜欢咸口的姐妹可以一试”

性价比之王



三款米面包单价均不超过两位数，极具性价比

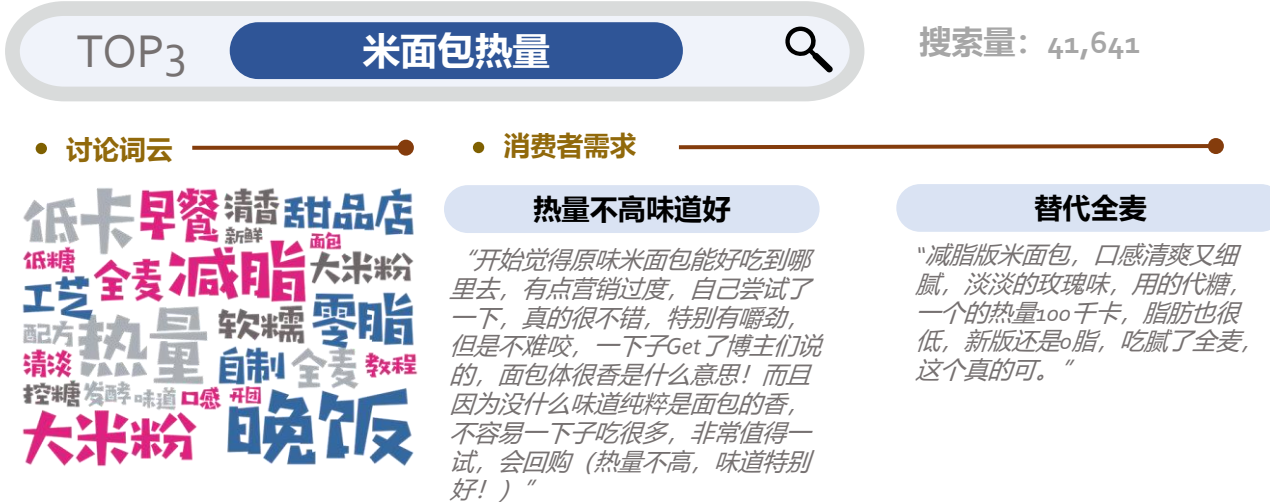
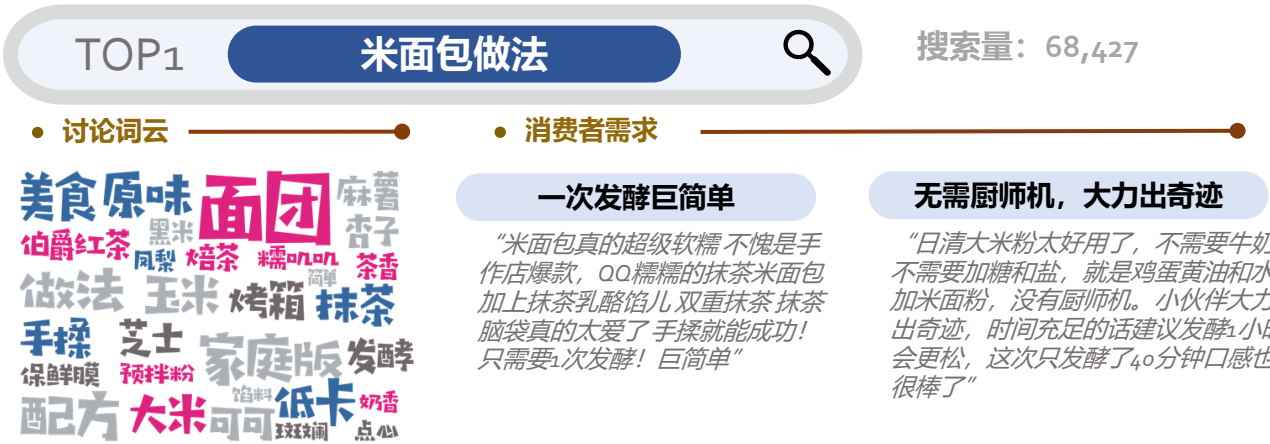
社区属性



社区日式手作，价格亲民，晚间折扣，受附近居民青睐

热门爆品解读 | 米面包 | 搜索词分析

米面包以"一次发酵+手揉成型"的**极简工艺**成为家庭烘焙新宠，消费者尤其喜爱它"免厨师机"就能做出的Q弹口感。清淡的米香和低糖油配方让它成为**健康之选**，既能满足咀嚼的快感，又能替代传统全麦面包，成为控糖人群的心头好。



重点关注品类 | 蜂蜜小面包



爆品印象

蜂蜜小面包一直是90后消费者心中的白月光：表面蜂蜜甜香、底部焦脆，面包体柔软可拉丝，现烤现买香气诱人。但当前售卖店铺主要以菜场小店为主，童年回忆、难买的稀缺感勾起消费欲。自制为热门解馋方式，但难以还原焦香底壳和揉面难痛点难以解决。

豆沙 奶香 黄油
油香 牛奶 一口一个
芝麻 小时候 好好吃
细腻 儿时味道 香甜 飘香
蜂蜜 蜂蜜水 馒头

高频描述词-口味

现烤 复烤 柔软
焦糖化 超级香 喧软 蓬松 底部
新鲜出炉 清脆 底部
底层 硬壳 脆皮
酥和脆 香脆 嚼劲

高频描述词-口感

手撕 老式 拉丝
油滋滋 一盘
老式 纯手工
回弹 上色 焦黄

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

童年美食 幸福回忆

很难买到 勾起好奇心

现烤现买 香气扑鼻

吃到底部脆壳最满足

面包柔软可拉丝可手撕

油香十足

数据趋势

社媒声量

17.0 K

同比增幅

29%

声量趋势变化

(2024/7-2025/6)



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1

现制面包店

2

自制

3

即时零售

现制面包店：
红炉鲜酥-蜂蜜小面包



自制：
电饭锅蜂蜜小面包



即时零售：
叮咚-蜂蜜手撕小面包



重点关注品类 | 蜂蜜小面包 | 热门案例解读

蜂蜜小面包的商家主要以菜市场小摊贩为主，品牌店铺中北京酥本味较为知名，大部分消费者选择自制。**超高性价比与外脆内软**的口感受到消费喜爱，尤其是引发童年回忆获得网友关注；自制款强调材料简单，但存在底壳不够脆、揉面难等痛点。



酥本味 (原红炉鲜酥) - 蜂蜜小面包

声量: 159

蜂蜜小面包

性价比高 一袋满足胃口

"买10块钱还送5块钱的! 10块钱买了满满一大袋子! 刚出炉的也太好吃了吧!"

产品卖点

现烤出炉 焦香底壳 外脆里嫩

"我是下午去的热度也还是温的，如果热乎着吃就更香了! 表面外皮是那种酥酥脆脆的口感，下边是老面包的那种，中间还有白芝麻和蜂蜜做为特色点缀，不过很香很好吃"



童年回忆 搞赏儿时自己

营销亮点



是无数人的回忆中童年的味道

发布制作过程



视频讲解做法和展示干净原料及后厨

家庭自制 - 蜂蜜小面包

声量: 1,703

电饭锅蜂蜜小面包

所需材料简单 自制更少糖

"免烤箱! 免厨师机! 新手一学就会的面包长这么大今天终于吃上亲手做的面包了"

"电饭煲脆皮蜂蜜小面包一次成功 太香了 减糖版"

产品卖点

买不到 "今天一尝果不其然 刚打开，菌菇鲜香和芝士浓香瞬间扑鼻 咬上一口，外皮香脆有韧性，表皮撒了一层欧包手粉，颜值好高 内里湿润绵软，菌菇的鲜咸混着芝士的香，口感超丰富"



底壳不够酥脆

消费者痛点



自制较难形成脆底壳

"电饭煲做的底部不脆，水份太多，总感觉就是有这面包纹理的馒头"

手套膜较难形成



面团的状态难以把握，做出的面包不够蓬松

重点关注品类 | 蜂蜜小面包 | 搜索词分析

小红书网友积极搜索“蜂蜜脆底小面包”的制作方式，“空气炸锅”做法对于新手友好，可以最大化脆底优势；商家可紧扣复刻童年、简易制作、特色脆底、或者多面脆底，满足怀旧与酥脆口感的需求。



重点关注品类 | 中式面包 | 市场应用解读

中式面点以**健康化（低糖油、老面发酵）**和**文化赋能（非遗造型、节庆元素）**实现双重升级，既保留传统松软口感又满足现代健康需求；消费者青睐其**"健康基底+情感价值"**的双重属性，从日常主食延伸为兼具功能性与文化共鸣的烘焙新选择。

中式面包品类

应用案例

消费者需求



芋泥馒头卷



自制：自制 - 低卡芋泥馒头

主打卖点：

0油0糖，健康低脂，饱腹无负担；一次发酵，适合懒人与新手



商超：盒马 - 手作樱花芋泥包

主打卖点：

面点甜味主导，微微芋泥味，香甜款馒头，蒸完松软

用料干净，层次丰富

"蓬松有嚼劲的馒头夹杂着软糯细腻自带奶香的芋泥馅，一口下去层次超级丰富，用料干净至极却有甜品的满足感，芋泥脑袋快来做！真滴绝了"

适合中国人的干净碳水

"更适合中国胃的芋泥馒头卷！免揉面太香了，~芋泥控一定要试一下可太好吃了，软糯香甜超干净的碳水"



花饽饽



现制：祥禾饽饽铺 - 醒狮大脑袋

主打卖点：

味道清淡，用料健康中式传统醒狮外观，造型喜庆



自制：自制 - 小鱼花饽饽

主打卖点：

可爱造型，提供情绪价值；非遗传承，具有文化底蕴

传承传统文化

"每次看到都在惊叹，怎么能把馒头做的这么好看，而且基本上好看还好吃奶香味很足，爱了爱了！！传统文化继续流传呀！"

喜庆，适合过年过节

"第一次见这么可爱的馒头北方人叫这玩意儿饽饽，很适合小朋友吃呀据说上面的颜色是水果汁做成的，馅是红豆跟大黄米，第一次吃到这种馅软软糯糯的很喜欢，好适合过年过节的非常喜庆"



中式恰巴塔
(刹馍)



自制：自制-中式恰巴塔

主打卖点：

不用烤箱不用空气炸锅，超懒人版无油无糖，健康低脂，减脂人士友好



现制：早餐摊 - 现制刹馍

主打卖点：

蓬松组织，香脆外壳，老面味道，减脂人士大胆冲；湖北经视推荐

童年回忆

"刚出炉的刹馍是小时候超美好的回忆，秒杀恰巴塔法棍等硬欧包几条街！！造型像超大号贝果哈哈哈，外壳加上芝麻香脆脆的，内部不仅柔软蓬松还带有韧劲！"

外韧内软，高性价比

"刹馍，外皮有韧性里面松软，这不就是和恰巴塔的口感一样的，而且一大块三角切块只要3米"

重点关注品类 | 谷物面包 | 市场应用解读

谷物面包以**"坚果香+低糖油"**为核心卖点，碱水结的扎实嚼劲与列巴的谷物颗粒感形成鲜明层次。消费者尤其青睐其**"复烤更香脆"**的食用场景，90g独立包装设计精准匹配**早餐需求**，黑麦基底与坚果组合既满足饱腹感又符合**健康趋势**。

谷物面包品类

应用案例

消费者需求



谷物碱水结



现制：B&C-巴伐利亚谷物碱水结

主打卖点：

坚果味香，碱水味重，淡淡奶香，层次丰富不油不甜



自制：自制-全麦多谷物碱水结

主打卖点：

谷物香甜，健康低糖低脂，割口处撒上少许海盐增添咸香风味



谷物列巴



商超：俄罗斯零食-黑麦大列巴

主打卖点：

配料干净，淡淡的黑麦味，包体有弹性，复烤有弹性



电商：麦趣尔-新疆黑麦大列巴

主打卖点：

丰富的核桃仁和葡萄干夹心，口感扎实，奶香浓郁，饱腹感强



谷物奶酪包



餐饮店：瑞幸-杂粮乳酪包

主打卖点：

顶部芝麻香甜，中间乳酪酸甜，层次丰富，独立包装，适合打工人/学生的早餐



电商：碧翠园-黑麦奶酪软欧包

主打卖点：

包裹奶酪，口感醇正；独立包装，适合早餐；0蔗糖，0反式脂肪，用料健康

减脂也能炫的碳水

"谷物的香脆感与碱水的搭配，咸香回甘，越嚼越上头，酥脆的表皮裹满芝麻南瓜籽等谷物，低糖低油，减脂期也能狂炫的快乐碳水，咬上一口，真的好满足呀~"

饱腹感满满

"复烤过以后口感很好很很嚼，上面的瓜子仁麦片啥的烤过以后脆脆的很好吃。需要抗饿的时候真的可以买！"

分装做早上减脂餐

"昨天买了这个大列巴。馅料很足，内部坚果很多，减脂期首选，感觉没有多余的糖分，吃到的都是坚果的甜味。里面的核桃仁葡萄干等都不错，切好分装当早餐实属不错呢！"

搭配坚果，口感丰富

"我比较喜欢这款是因为里面有丰富的坚果，口感很丰富，又补充了优质脂肪。黑麦做的，没什么味道，但配合坚果和葡萄还是好吃的。"

独立包装，可做早餐

"真的好喜欢味出道家的全麦杂粮奶酪包呀。它是那种香香软软的口感~味道也很有层次感!! 每一个都是90g的独立包装，带出门也很方便，平时来不及做早餐我就会用它代替"

蜂蜜+黑全麦更清甜

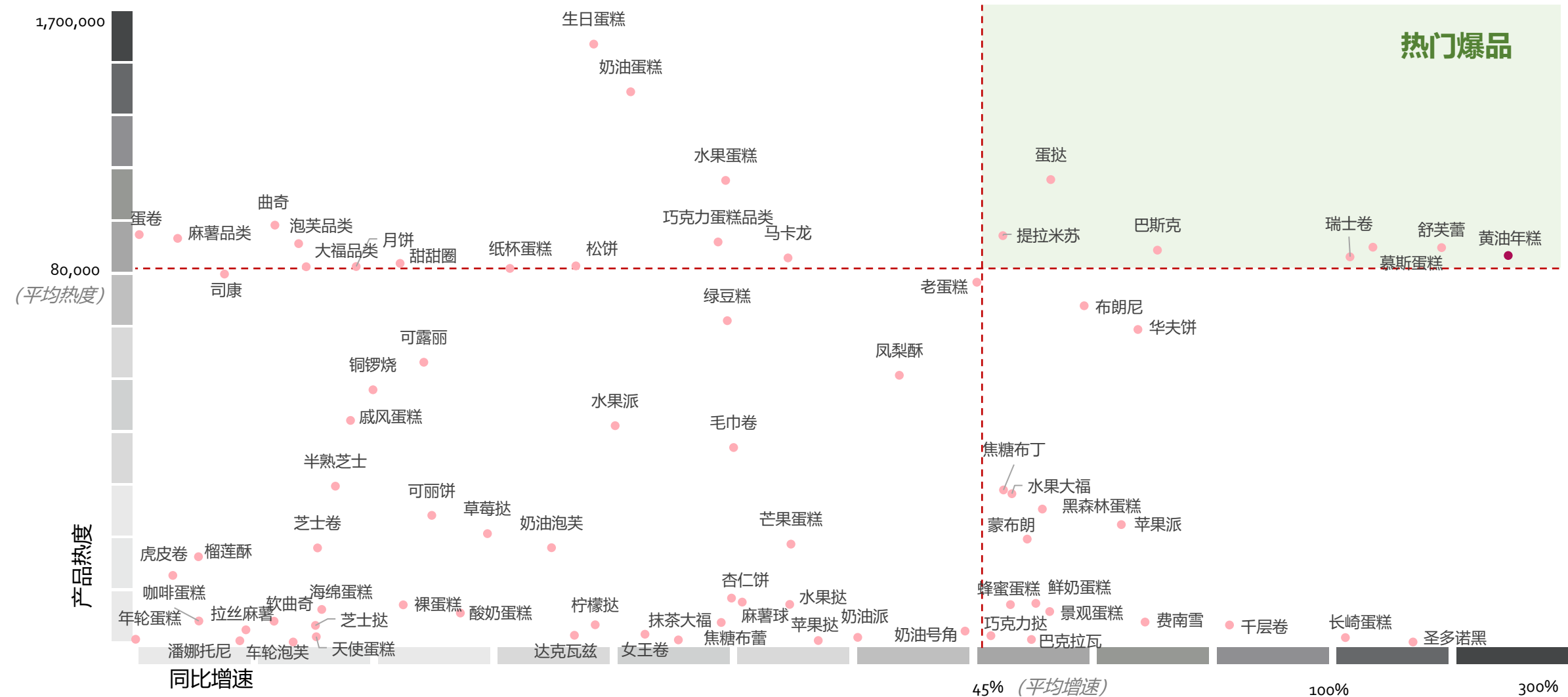
"做一次搞定一周的早餐，低脂还美味，最后推荐配方一定要放蜂蜜，蜂蜜加黑全麦的口感真的超级不一样有淡淡的清甜，趁着周末快动手做起来~"

具有爆品潜力的烘焙产品

—— 甜点类



产品类型总览 | 定位热门爆品 | 甜点



数据范围: 小红书, 抖音, 微博; 2025/1-2025/3

备注: 仅展示同比增速>0%且声量>1,000的产品类型

热门爆品解读 | 黄油年糕



爆品印象

黄油年糕以其金黄酥脆的外壳与浓郁奶香，成为甜品界的新宠。金黄酥脆的外壳包裹着软糯年糕，黄油焦香与米香交织，外酥里糯的口感带来双重享受。煎烤后的微脆表层与绵密内馅形成绝妙对比，奶香平衡了年糕的清淡，甜而不腻，堪称治愈系甜品的代表。



高频描述词-口味

高频描述词-口感

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

外酥里糯 口感创新

黄油奶香 甜而不腻

价格亲民 尝新门槛低

中西结合 吃法多样

拉丝内馅 流量密码

场景多元 幸福爆棚

数据趋势

社媒声量

145.1K

同比增幅

New

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1

现制烘焙店

2

商超

3

家庭自制

现制烘焙店：
泸溪河-大咖黄油年糕



商超：
盒马-牛乳黄油烤年糕



家庭自制：
自制黄油年糕



热门爆品解读 | 黄油年糕 | 热门案例解读

黄油年糕以金黄酥脆的外壳包裹软糯Q弹的年糕，黄油浓郁奶香与米香完美融合，带来层次丰富的口感体验。这款简单美味既是下午茶的暖心搭配，也是聚会分享和伴手礼的甜蜜主角。内陷风味衍生（地域特色、流心内陷）和形态改变（长条形、团子形等）是该品类的创新方向



沪溪河 - 黄油年糕

声量: 14,685

大咖黄油年糕

黄油年糕+咖啡奶油，咖香友人

“最喜欢那圈脆壳，还带着咖啡的微微苦味，像是带脆壳的咖啡灌浆麻薯！咖啡内陷也冲淡了厚的地方的油腻感，喜欢喜欢好吃！”



芝士黄油年糕

芝士黄油核弹 可盐可甜

“味道上整体入口就是很浓郁的黄油香和奶香，吃到带有芝士的部分，芝士的香气就会迅速弥散在口腔。这一款的芝士味儿很像是浓缩了好几根芝士脆脆的味道，整体很浓郁很香，甜度也不算太高。”

主题广告



创办黄油年糕主题IP，结合最新热点议题，赠送伴手礼，广告吸睛。

衍生口味



推出区域限定衍生口味，丰富产品矩阵

产品卖点

营销亮点



盒马 - 黄油年糕

声量: 127

牛乳黄油年糕

奶香浓郁醇正，内芯Q弹

“加入牛乳的黄油年糕奶香浓郁醇正，清甜可口高温烘烤成琥珀色的壳，内芯非常Q弹，柔韧有嚼劲入口先是感觉到黄油的焦香，咀嚼时乳脂厚重感慢慢变强，风味十足！”

多层口感，不油腻

“微微的脆，微微的韧，微微的甜，口感就是比麻薯更软糯一点不会很油腻”



产品卖点

营销亮点

复烤乐趣



烤箱“叮”下更美味，外壳微脆，加热拉丝

家庭分享



9个装，老少皆宜的餐后点心

热门爆品解读 | 黄油年糕 | 搜索词分析

消费者对黄油年糕的喜爱不仅源于其独特口感，更体现在家庭自制的乐趣与个性化定制上。这款甜点凭借简单的制作工艺和易得的原料，让普通家庭也能**轻松复刻专业级美味**。自制过程中，消费者可以自主调节黄油用量和甜度、增加健康原料（梗米），既满足对酥脆外皮与软糯内馅的极致追求，又能根据健康需求**控制热量摄入**。



热门爆品解读 | 舒芙蕾



舒芙蕾

正宗舒芙蕾借软绵蓬松的云朵级口感、必须现烤出圈。目前，舒芙蕾被更多商家改良，或搭配草莓、抹茶等多元口味，或作为概念，为芝士蛋糕、提拉米苏等赋予蓬松质感联想以“蓬松口感+创意风味”组合，精准击中消费者对优质甜品的体验追求，成为兼具治愈感与话题性的热门选择。

草莓牛奶水果奶油
蓝莓芝士奶盖
芋泥抹茶
冰淇淋生牛乳
巧克力夹心海盐
栗子
云力牛奶奶油

高频描述词-口味

蓬松趁热软fufu
Duangduang
口感软乎乎
软绵绵入口即化

高频描述词-口感

会呼吸蛋糕出片
提拉米苏夹心
崩塌饼皮
流心跳舞
撒粉云顶泡沫

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

现烤现做 新鲜出炉

软绵口感

为普通蛋糕增添蓬松口感

多种内陷可以选择

不能打包 感受出炉的蓬松感

蓬松可爱的形象

数据趋势

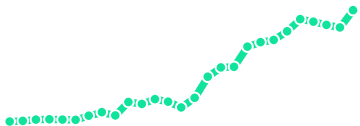
社媒声量

230.3K

同比增幅

253%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1 现制烘焙店

现制烘焙店：
Fufuland - 舒芙蕾



2 商超

商超：
盒马 - 抹茶奶盖舒芙蕾芝士蛋糕



3 自制

自制：
烤箱舒芙蕾



热门爆品解读 | 舒芙蕾 | 热门案例解读

品牌们积极通过改良舒芙蕾取得声量：Fufu land 借**高颜值现制产品**、特色口味和春季限定口味进行营销；盒马舒芙蕾蛋糕顺应健康键糖趋势**积极改进**。



fufu land - 舒芙蕾

声量: 1,687

产品卖点

两倍抹茶舒芙蕾

抹茶味面皮和内陷，抹茶脑袋狂喜

“看图都能看出它的内陷给的很足。很厚实一个duangduang的放冰箱会更好吃。抹茶脑袋闭眼冲二倍抹茶❤️抹茶味浓郁”

雪覆草莓舒芙蕾

牛乳奶油+酸甜草莓 经典搭配

“雪覆草莓就是北海道牛乳奶油外面+了三颗一半的草莓🍓，草莓不酸，有草莓香！奶油很好吃，牛乳味很重而且不甜！”



营销亮点

可爱玩偶周边，解压治愈



开学季任意两盒（4个）赠送fufu小公仔

季节性限定口味



春日上线抹茶产品“抹茶茉莉”，具有春日清新特色



盒马 - 舒芙蕾蛋糕

声量: 1,095

产品卖点

抹茶奶盖舒芙蕾芝士蛋糕

层次丰富 一口满足

“名字起得真好，所有的元素都能尝到”
下层是抹茶芝士蛋糕，口感就是芝士蛋糕绵密的口感，甜度适中，底下有零零散散的红豆

原味舒芙蕾芝士蛋糕

绵密细腻 蓬松轻盈的口感

“而且切下去就能感受到整体蛋糕组织的细腻。刚入嘴是非常非常绵密的冰冰凉凉，轻盈，不夸张地说入口即化。口感要形容的话，就是比舒芙蕾稍微饱满一点点👉，但是又比轻乳酪蛋糕更蓬松。”



营销亮点

健康低糖



顺应低糖趋势，盒马更新配料，相比原版减少15%

春季元素抹茶高度利用



在春季，盒马上线多款抹茶相关甜品，全方位吸引抹茶和尝鲜爱好者

热门爆品解读 | 舒芙蕾 | 搜索词分析

除了便捷健康的舒芙蕾做法，消费者将**云朵**视为舒芙蕾口感的最高夸奖，备受欢迎，搭配**丰富的配料和 topping**，成为兼具美味、颜值的热门甜品。



热门爆品解读 | 慕斯蛋糕



慕斯蛋糕

慕斯蛋糕凭借细腻丝滑口感、多元水果口味、及精致外观（造型多样、颜值高）出圈，冰爽入口即化、适配低糖需求，经现制烘焙店、餐饮店等触达消费者。其口感与风味的巧妙融合，搭配浪漫仪式感，成为甜品界兼具美味与颜值的热门之选，契合消费者对精致甜品和仪式感的追求。

玫瑰蓝莓巧克力
酸奶柠檬
抹茶奥利奥
咖啡非奥奥
冰淇淋
芒果美味
饼干底
提拉米苏

高频描述词-口味

冰淇淋 细腻
冰冰凉凉 软软的
Q弹 入口即化
丝滑 轻盈 绵密

高频描述词-口感

法式网红蝴蝶玫瑰
氛围感生日礼物
仙女下午茶情侣
爱心粉红色纪念日
公主生日仪式感
旋转木马梦幻
礼物高级感浪漫水晶

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

细腻 口感丝滑

水果夹心 口味多

冰冰丝滑 入口即化

鲜艳美丽 颜值高

搭配模具 造型多样 寓意好

适合低糖的美味

数据趋势

社媒声量

233.3K

同比增幅

153%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1 现制烘焙店

现制烘焙店：
三与叁山 - 玫瑰之心慕斯蛋糕



2 餐饮店

餐饮店：
星巴克 - 瑰丽白桃慕斯蛋糕



3 商超

商超：
盒马 - 草莓慕斯蛋糕



热门爆品解读 | 慕斯蛋糕 | 热门案例解读

新网红三与叁山蛋糕店以**超高颜值、精美包装、互动体验**吸引消费者，也被诟病蛋糕不够新鲜和口味不行；星巴克慕斯蛋糕推**瑰丽白桃、茉莉茶意**等口味，**靠情人节限定拓展场景**。二者主要凭借造型创新及场景营销打造差异。



三与叁山 - 慕斯蛋糕

声量: 14,056

产品卖点

玫瑰之心慕斯蛋糕

树莓果酱夹心，酸甜搭配适中

“慕斯蛋糕偏冰淇淋质地，中间果酱酸酸甜甜，绵密细腻。从包装到餐具都很精致高级，氛围感拉满，拍照嘎嘎出片！”



许愿蝴蝶慕斯蛋糕

铺彩色琉璃糖，闪亮+有互动感

“首先如图非常漂亮！蛋糕上面的彩色琉璃糖是单独装在一个管里面带着来的，等吃的时候自己再洒到蛋糕上（这样还有自己DIY的感觉）”

营销亮点



额外加钱可以获得金属餐具+玫瑰花包装，更有仪式感

仪式感助力



蛋糕造型契合年轻人喜爱的浪漫元素，蛋糕赠品生日头饰为皇冠



星巴克 - 慕斯蛋糕

声量: 11,873

产品卖点

瑰丽白桃慕斯蛋糕

造型精美

“粉白玫瑰花巧克力造型别致看着QQ弹弹的，搭配柔软湿润的蛋糕里面还裹着白桃夹心，一口下去满嘴玫瑰花香特别幸福”

茉莉茶意慕斯蛋糕

香气疗愈，口感轻盈不甜腻

“茉莉的淡雅香气，混合来自绿茶的清新风味，是闭上眼睛就能感受到的春天的味道。用风味酸奶替代部分奶油，让口感更加轻盈，绿色与白色的巧克力碎屑如同茉莉花瓣，快来一起享受这一口春天的礼物吧。”



营销亮点



从2.14到3.8
女神节都可点单

搭配甜品



搭配一起上市的玫瑰拿铁，可以享受浓郁玫瑰花香

热门爆品解读 | 慕斯蛋糕 | 搜索词分析

消费者对慕斯蛋糕的关注更加聚焦自制，偏爱各种水果慕斯等兼具颜值与健康属性的口味。自制需求围绕“免模具、不开火”的便捷性，力求“好吃、好做、好看”，精准契合便捷制作、风味体验、健康追求三重消费诉求。



热门爆品解读 | 瑞士卷



爆品印象

瑞士卷凭借多样奶油口味（抹茶、伯爵红茶等）、松软细腻的蛋糕口感圈粉，也是众多消费者对烘焙甜品的第一印象。由于“八个瑞士卷”事件，现在瑞士卷也代表了消费者对美好自在生活和宠爱自己的象征。如今以口味尝鲜、高颜值、高端品牌等为营销点，契合大众对美味、健康与颜值的需求，是兼具治愈感与社交属性的下午茶首选。

奶油 开心果 抹茶 咖啡 草莓 榴莲 伯爵红茶 好吃 云力牛奶 不腻

高频描述词-口味

不腻 绵柔 松软 回味 冷冻 入口即化 细腻 绵密 冰凉 大口奶油

高频描述词-口感

高级 大块 不开裂 颜值 虎皮 香草籽 水果颗粒

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

经典入门级甜品

香软可口 大众接受度高

丰富口味内陷 可以尝鲜

冰凉奶油 入口即化

苦甜搭配吃不腻

高颜值下午茶

数据趋势

社媒声量

167.3K

同比增幅

120%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1

商超

2

现制烘焙店

3

电商

商超：
山姆-伯爵红茶
瑞士卷



现制烘焙店：
The rolling -瑞士卷



电商：
达利园-草莓味&
橙子味瑞士卷



热门爆品解读 | 瑞士卷 | 热门案例解读

初代网红山姆瑞士卷凭借**口味和原料升级**持续拓客；新晋网红The rolling 人称瑞士卷界的“**劳斯莱斯**”，凭借吸睛配色、现场出品，以**高端定位**塑造差异。二者都通过风味创新抢占市场，品牌可继续拓展口味（如**苦甜、酸甜**等）深化消费者记忆点。



山姆 - 瑞士卷

声量: 13,341

伯爵红茶瑞士卷

茶香解腻，入口即化，经典必买

“两个口味都不错，口感很绵密，但是我更偏爱伯爵红茶的，有股淡淡的茶香味，原味更甜一些更容易腻。瑞士卷配一杯咖啡☕当下午茶还是不错的选择呢！”

咖啡瑞士卷

苦甜搭配，回味无穷，不容易腻

“咖啡和巧克力双拼，拆封后口感很扎实，奶油不会太腻，适合下午茶搭配咖啡或茶。味道很温和，不夸张但很耐吃，吃一次就记住了”



山姆必买款



做为网红烘焙鼻祖，瑞士卷荣登山姆必买榜、新手开卡用户必吃榜

升级新增生巧夹心



先下架，后宣布升级，改进配方，增加生巧夹心，吸引尝鲜



The rolling - 瑞士卷

声量: 11,873

焙茶提拉米苏瑞士卷

焙茶口味 甜苦交融

“外层的提拉米苏细腻丝滑；整体松软软的！焙茶香和提拉米苏的口感交织在一起，甜中带着微苦！口感巨高级！吃起来一点也不腻！”

美杜莎瑞士卷

果肉和爆珠，丰富清甜口感

“松软附有果香的蛋糕胚 + 顺滑入口的奶油 + 脆甜爽口的爆珠 + 粒粒分明的水蜜桃果肉 + 点睛之笔的无花果碎 每一处单拎出来都各显“浓墨重彩”，结合在一起又丝毫不突兀”



情人节限定



借助提拉米苏这一浪漫寓意的甜品，同时用焙茶中和甜腻

春节限定



蛇年春节限定“粉红美杜莎”装饰瑞士卷；春节粉嫩桃子高颜值

产品卖点

营销亮点

产品卖点

营销亮点

热门爆品解读 | 巴斯克



爆品印象

巴斯克蛋糕以焦黑外皮包裹丝滑内芯，形成“外焦里嫩”的极致反差，浓郁奶酪香气与微苦焦糖层交织，带来层次分明的味觉冲击。其湿润绵密的质地入口即化，冷藏后更显冰淇淋般的醇厚口感，既能作为高级餐厅的压轴甜点，又可化身宅家追剧的治愈美食。

奥利奥 芝士 奶油 抹茶 蓝莓 草莓 柠檬 开心果 生巧 低糖 伯爵红茶 酸奶奶油 黄油 芋泥 香草 微咸 浓郁 丝滑 柔软 冰凉 绵密 入口即化 会流动 三色堇 水果 清新 树莓 冰淇淋 焦糖 焦香层

高频描述词-口味

高频描述词-口感

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

口感顺滑绵密

浓浓奶香，浓郁风味

一人食，早餐&下午茶皆可

精美造型，情绪价值满分

花样元素，丰富层次

切开流心，芝士控狂喜

数据趋势

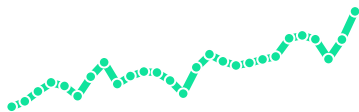
社媒声量

212.5K

同比增幅

72 %

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1 现制茶饮店

2 现制烘焙店

3 商超

现制茶饮店：
瑞幸咖啡-巴斯克芝士蛋糕



现制烘焙店：
Drunk Baker-抹茶柚子巴斯克



商超：
盒马-鹰嘴豆芋泥巴斯克



热门爆品解读 | 巴斯克 | 热门案例解读

巴斯克蛋糕市场主要聚焦在“早餐与下午茶享受”场景。早餐场景主打“咖啡+巴斯克”的便捷组合，以独立包装和小分量设计满足快节奏需求；下午茶场景则聚焦精致一人食，通过抹茶柚子等清爽口味和美貌造型（如树莓点缀），打造仪式感体验。这种“场景定制+风味细分”策略，保留了巴斯克的浓郁本质，又拓展了消费场景。



瑞幸 - 巴斯克

声量: 3,688

巴斯克芝士蛋糕

绵密口感，浓浓奶香

“5.9元一个，一点都没糊弄，嘎嘎好吃，特别细腻，特别绵密的口感，浓浓的奶香，奶fufu的，对于控糖的宝宝来说，可能甜度会偏甜，但整体不属于齁甜，可以冲”

鹰嘴豆芋泥巴斯克

细腻芋泥香+鹰嘴豆颗粒感，甜度刚好

“那个绵密湿润的巴斯克芝士，混合着超细腻的芋泥香，还有若隐若现的鹰嘴豆颗粒增加口感...一口下去层次感绝了！甜度也刚好！吃完连盒子上的奶油我都想舔干净（不是夸张！）”

独立包装



小分量，独立包装，便于携带



咖啡+蛋糕，早餐必备



咖啡搭配巴斯克，早餐齐全

“回来一早就去瑞幸来杯咖啡，巴斯克芝士蛋糕”

DRUNK BAKER

Drunk Baker - 巴斯克

声量: 2,990

抹茶柚子巴斯克

清爽和谐不甜腻

“非常非常的清爽...上面的奶油酸酸甜甜的 下面的抹茶巴斯克茶味淡淡的 总之味道非常和谐非常清爽一点都不腻！！”

酸酸甜甜，树莓恰到好处

“树莓+柚子果泥+抹茶巴斯克，整体酸酸甜甜 很清爽，柚子刚好中和了巴斯克的甜以及绵密的口感最后再来一颗树莓，恰到好处，一人食下午茶完美收官！”



产品卖点

一人食下午茶



小分量一人食

“一人食下午茶完美收官！”

“量不是特别多 一个人吃正好不会觉得腻”

淡雅红白绿配色



绿色治愈，树莓点睛

“意外发现橱窗里只剩一只小小的抹茶柚子巴斯克，无比的美貌和精致！难得会觉得一个巴斯克貌美就本着情绪价值拿下了”

热门爆品解读 | 巴斯克 | 搜索词分析

巴斯克蛋糕以“**浓郁乳酪香**”属性赢得青睐：消费者既追求传统配方的醇厚口感又热衷通过代糖、空气炸锅等改良实现健康化。开心果巴斯克凭借**坚果香**成为新宠，其“**咸甜交织+咖啡绝配**”的食用场景，让这款甜品从单纯味觉享受升级为**生活仪式感载体**。



热门爆品解读 | 蛋挞



爆品印象

蛋挞以“酥脆挞皮邂逅柔滑蛋奶”的黄金组合成为经典，层层叠叠的酥皮在齿间绽放清脆声响，与香浓蛋奶馅形成绝妙对比。无论是茶餐厅新鲜出炉的热烫版本，还是便利店冷藏后的冰爽吃法，都能完美展现其多变魅力。这款源自澳门的街头美味，正以“一口一个”的迷你尺寸和创意口味（如抹茶、榴莲）征服年轻食客，成为跨越时间与地域的永恒甜蜜符号。

榴莲 焦糖 甜腻 草莓 车厘子 奶茶 蓝莓 芋泥 芝士 鸡蛋 抹茶 奶油 巧克力 黄油 麻薯 奶香

起酥 云朵 外酥里嫩 香甜浓郁 好多层 滚烫 酥和脆 层层叠叠 嫩滑 新鲜出炉

澳门 焦糖 小蛋挞 小颗流心 葡式蛋挞 掉皮 可颂 广式酥皮 金黄 大蛋挞 厚蛋挞 掉渣

高频描述词-口味

高频描述词-口感

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

挞皮油润，四周酥脆

挞芯软嫩香甜

创意挞芯不重样

趁热&冻啃 花样吃法

花朵挞边 美貌满分

地区限定，演唱会联动

数据趋势

社媒声量

694.1K

同比增幅

55%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

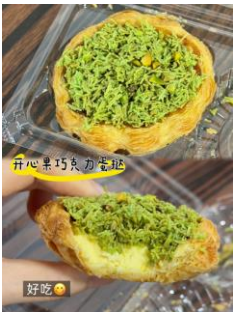
TOP 3 消费渠道

1 现制烘焙店

2 现制茶饮店

3 自制

现制烘焙店：
鲍师傅-开心果
巧克力蛋挞



现制茶饮店：
裕莲茶楼-焦糖可颂
蛋挞



自制：
自制低糖蛋挞



热门爆品解读 | 蛋挞 | 热门案例解读

一方面以坚果碎等创意馅料突破传统甜腻印象，通过“脆坚果撒料+脆挞皮”的口感打造记忆点；另一方面聚焦正宗焦香风味与现烤工艺，以传统食用体验强化品质感。营销端则分别借势娱乐IP联动和茶饮场景组合，将蛋挞从单一甜品升级为兼具话题性与仪式感的社交载体。

鲍师傅
BAO'S PASTRY
糕点

鲍师傅-蛋挞

声量: 4,247

开心果巧克力蛋挞

甜度适中，顶部开心果坚果碎

“鲍师傅这款开心果蛋挞真的好吃！不甜~但却很好吃！很神奇上面绿色的开心果薄脆片也是脆脆的好吃”

产品卖点

米乳奶盖火星塔

淡淡甜味，挞皮焦脆

“真的好好吃啊！！米乳淡淡的甜味一点都不腻。特别是刚从冰箱拿出来的时候冰冰凉凉像冰淇淋一样，塔皮有一股焦脆的味道也好好吃！”



花式挞边



热门新品采用
花式挞边，视觉吸睛

演唱会联动宣传



与西安华晨宇
演唱会联动宣传，通过赠送周边及免费赠送蛋挞实现新品破圈

裕莲茶楼
CHA OF YULIAN

裕莲茶楼-蛋挞

声量: 3,540

焦糖可颂蛋挞

焦糖风味浓郁，酥脆外壳

“全场最惊艳的单品！壳无敌的酥脆，即使放了几个小时依然脆度不减，蛋挞液蛋奶味被超级浓郁的焦糖风味提升了一个层次，虽然甜度不低，但吃的太有幸福感，真的是我吃过最好吃的蛋挞（完胜澳门）！”

产品卖点

蛋挞液很足，外皮酥脆

“裕莲茶楼本蛋挞脑袋很喜欢吃，建议最多吃两个，可以搭配无糖茶或者美式，不然会腻。里面的蛋挞液很足，每一个都要溢出来，皮也够酥，建议现场吃，或者回家泡杯茶，冷了吃也还行！”



甜品+茶饮



蛋挞搭配茶饮，中和甜度，清爽不腻

新鲜出炉



当日现烤，
新鲜出炉，
保证蛋挞口感

热门爆品解读 | 蛋挞 | 搜索词分析

消费者对蛋挞的追求体现在**专业复刻与创意便捷**的双重需求上。消费者尤其关注奶油配比带来的醇厚口感，同时空气炸锅版蛋挞因其操作简单、造型多样（如太阳花挞皮配水果装饰）广受欢迎，既保留酥脆外皮与嫩滑内馅的经典组合，又能通过**个性化装饰提升趣味性**。



热门爆品解读 | 提拉米苏



爆品印象

提拉米苏以“咖啡浸润的绵密手指饼邂逅马斯卡彭的轻盈云朵”为灵魂，层层叠叠间演绎出苦甜交织的浪漫交响。这款源自威尼斯的经典甜点，既能化身下午茶的追剧搭子，也可作为家庭聚会的治愈主角，更以“无需烤箱”的友好工艺，让咖啡与奶酪爱好者在家就能复刻这份让人沉醉的甜蜜。

奶油 低糖 咖啡 经典 抹茶 可可 开心果 酒味 云力 牛奶 乃油 莓果 草莓 巧克力 蓝莓 奥利奥 手指饼干

高频描述词-口味

丝滑 饼干脆 慕斯 胶质 芝士口感 细腻 湿润 轻柔 蛋糕胚 入口即化 顺滑

高频描述词-口感

盒子 水果 手指饼干 莓果 层次 熔岩 氛围感 蓝莓 可可粉 铁罐 高颜值 治愈系

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

咖啡&奶香浓郁

经典手指饼干

罐子包装，二次利用

意大利经典风味

夹杂奶酪的微酸，层次丰富

聚会&一人食，全场景适用

数据趋势

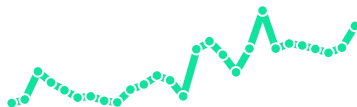
社媒声量

311.4K

同比增幅

48%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1

商超

2

现制烘焙店

3

餐饮店

商超：
盒马 - 提拉米苏蛋糕



现制烘焙店：
B&C - 提拉米苏罐子



餐饮店：
星巴克 - 经典提拉米苏蛋糕



热门爆品解读 | 提拉米苏 | 热门案例解读

提拉米苏市场正围绕“社交聚会”和“个人享受”两大场景展开差异化创新。聚会场景主打加量的分享装，满足多人分享需求；而一人食场景则聚焦便携包装设计，保留经典酒香咖啡风味的同时，以小分量和可复用包装精准切入下午茶时光。



盒马 – 提拉米苏

声量: 967

提拉米苏蛋糕

精选原料，香醇浓密

“首先，蛋糕体并不会很多，薄薄两层，整体以慕斯为主，买来第一天蛋糕体不会湿，放一晚后会比较湿！慕斯能吃出来用了好的干酪和奶油，配料表里也写得很清楚。入口顺滑，香醇绵密，虽然不是用手指饼干，但性价比很高！”

咖啡&奶味香浓，层次丰富

“马思卡彭裹挟着被浸润的饼干胚。带着一点奶酪的微酸。奶味和咖啡的风味很浓。但是微酸在整体的层次中不会很突兀。”



聚会分享装



加量25%，2-4人分量，适合聚会分享

奶油用量增加25%



焕新升级，增加马斯卡彭&动物奶油25%含量，吸引忠实客户



BUBTERFUL & CREAMOROUS – 提拉米苏

声量: 906

意式经典提拉米苏

酒感&咖啡感浓郁，手指饼干湿润

“但这次买的真的太好吃了！一口气炫了一罐，自制的手指饼干超级湿润但又不会湿哒哒的出水，酒感和咖啡味都好浓郁！再配上细腻的马斯卡彭和厚厚的可可粉，这一口下去的幸福只有我懂”



意式开心果提拉米苏

开心果味道浓郁，有酒味

“29r，开心果味道还挺浓的，上面层是可可粉，里面蛋糕体部分有一点酒味，整体好吃的。”

实用包装



采用罐子包装，易携带，可二次利用

“喜欢这个罐子，可以自己diy混合坚果”

一人食下午茶



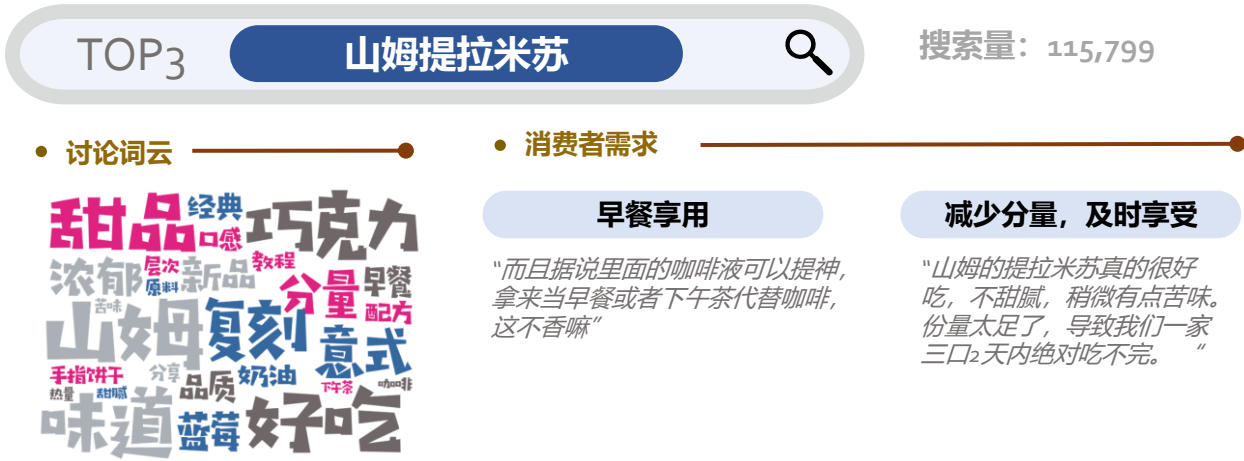
小分量一人食，下午茶&追剧必备

产品卖点

营销亮点

热门爆品解读 | 提拉米苏 | 搜索词分析

消费者对提拉米苏的核心需求聚焦在**经典风味还原与健康轻负担**：追求意大利传统配方的咖啡酒香与马斯卡彭奶酪的醇厚融合，同时通过代糖配方、蛋白霜工艺等改良降低热量；场景端则呈现两极分化——山姆大包装满足**家庭早餐分享**，而**单人份设计**解决“吃不完”痛点，适配全天候消费场景。



热门爆品解读 | 泡芙



爆品印象

泡芙金黄酥脆的外壳轻巧蓬松，内里注入丝滑奶油，咬破的瞬间，冰凉馅料迸发而出，形成冷热交融的惊艳口感。小巧造型便于分享，轻盈质地毫无负担，无论是咖啡厅的精致下午茶，还是匆忙午后的随手甜蜜，泡芙总能以一口爆浆的幸福感，点亮日常的味觉高光。



高频描述词-口味

高频描述词-口感

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

酥脆外壳一口爆浆

空气质感 入口即化

季节限定内陷

冷冻后新口感 冻啃吃法

经典原味 奶油香甜

新鲜出炉

数据趋势

社媒声量

257.4K

同比增幅

8.8%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1

现制烘焙店

2

电商

3

商超

现制烘焙店：
西树泡芙-双重
初露抹茶泡芙



电商：
辻利茶铺-双味迷你
泡芙



商超：
盒马-香草味闪电
泡芙



热门爆品解读 | 泡芙 | 热门案例解读

泡芙金黄酥皮与冰凉奶油的冷热碰撞不仅带来味觉惊喜，更凭借切开流心的**视觉冲击力**，天然适配社交媒体传播。从经典香草到季节限定口味，泡芙通过**持续风味创新**维持产品新鲜度，同时以咖啡厅级品质搭配亲民价格，成为兼具仪式感与日常感的甜品优选。



西树泡芙 – 泡芙

声量: 3,891

原味草莓泡芙

季节限定，草莓味浓郁

“季节限定新品，比草莓优酪好吃，里面是一层草莓味奶油+一层香草奶油，没有优酪的影响草莓味比较浓郁”

产品卖点



双重初露抹茶泡芙

馅料满满，外皮酥脆

“喜欢抹茶的姐妹一定不要错过 馅料超级足 抹茶微苦奶油微甜 搭配超级棒，香草味的稍微甜点 但也不腻 同样馅料满满，外面的酥皮也很脆 又是热量爆炸的一天。”

现点现做



现挤内馅，保证品尝时的最佳口感

多层次口感



采用自主开发的“曲奇派式泡芙”，将酥松香甜充分利用，打造更富层次的口感

营销亮点



辻利茶铺 – 泡芙

声量: 1,080

双味迷你泡芙

抹茶正宗，微咸外壳

“个人更喜欢抹茶微微苦！正茶味！皮是微咸的一点都不腻！拿出来放十分钟冻啃绝了”

产品卖点



两种吃法 冰淇淋&爆浆口感

“吃法有两种不同口感，常温解冻15分钟，有冰淇淋的口感 解冻30分钟，会有爆浆流心的内馅，口感更浓郁顺滑，两种都超好吃。”

密封条好保存



可封口包装，保证泡芙口感不软塌

聚会分享



易携带，易分享，适合野餐露营或下午茶聚会

营销亮点

热门爆品解读 | 泡芙 | 搜索词分析

消费者对泡芙的核心需求体现在：追求“酥脆外壳邂逅冰凉内馅”的经典口感组合，同时期待通过**减糖配方、低卡奶油**等改良，在保留爆浆快感的同时实现热量控制，满足既想放纵又关注健康的现代饮食心理。



热门爆品解读 | 麻薯



爆品印象

麻薯以糯叽叽的独特口感征服味蕾，外皮软糯弹牙，内馅饱满浓郁，一口咬下，绵密与柔韧交织出奇妙体验。冷藏后清凉Q弹，加热后拉丝绵软，冷热皆宜的百变特性，让它成为甜品界的百变担当——既能当茶点轻食，又能作解馋零嘴，用最简单的糯米香传递最踏实的满足感

草莓 奶酪 黑芝麻 芋泥 肉松 巧克力 生巧 奶油 红豆 咖啡 抹茶 黄油 冰淇淋 榴莲

高频描述词-口味

口感Q感 爆浆 流心 拉丝 糯叽叽 软糯 冻啃 Q弹

高频描述词-口感

蘸酱 恐龙蛋 蜂窝 平平无奇 圆鼓鼓 可爱 上色 麻薯球 形状 空心 团子 大颗粒

高频描述词-外观

宣传营销点及消费者购买驱动因素

糯叽叽口感 层次丰富

冷热双吃

传统米香 创新馅料

烘焙鲜奶 百变风味

嚼劲十足

香甜脆韧低甜度

数据趋势

社媒声量

292.7K

同比增幅

2.4%

声量趋势变化



消费者渠道偏好

TOP 3 消费渠道

1

商超

2

电商

3

现制烘焙店

商超：
山姆-原味麻薯



电商：
三只松鼠-抹茶麻薯



现制烘焙店：
读酥世家-手指麻薯



热门爆品解读 | 麻薯 | 热门案例解读

麻薯以“外酥内糯”的极致口感成为市场爆款：经典款凭借浓郁奶香与芝麻香气，外脆内韧的嚼劲带来“越嚼越香”的味觉体验；创新款则通过口感创新，比如颗粒嚼感、巧克力爆浆等丰富层次。



山姆 - 原味麻薯

声量: 9,165

原味麻薯

产品卖点

外酥内软，软硬度适中

“打开盒子是非常浓郁的奶香和芝麻香，麻薯软硬度适中，外皮酥脆内里软糯Q弹有嚼劲，微微的甜度，好吃又不腻。性价比超高一大盒24颗，每一颗份量都很实在，糯叽叽的~”

黄油+芝麻 越嚼越香

“隔着盒子就能闻到的黄油香 拿在手上也有将近我手掌大小了 外层是脆硬的口感 内里蛮有韧劲的 糯但有嚼劲 芝麻味儿很香很香 越嚼越香~ 感觉没事儿追剧当下午茶太适合啦。”



性价比单品

营销亮点



多次入选性价比王炸单品，承包一周早餐下午茶，打工学生党闭眼冲

减脂红榜



作为热量较少的甜品，即可满足食欲，又毫无负担

读酥世家

DUSU

读酥世家 - 手指麻薯

声量: 1,059

黑芝麻手指麻薯

干香不甜腻

“没想到黑芝麻和麻薯如此般配，一点不甜腻，干香干香的，黑芝麻保留形态嚼起来又软又有芝麻粒的脆，很难不爱！吃它吃它”

产品卖点

巧克力手指麻薯

外层轻脆，巧克力香甜

“一般手指麻薯都是软软qq的，这个口感特别神奇，外层是有点脆脆的口感，和巧克力颗粒一起更脆更香了。随着进入口腔，巧克力化成酱。随着这一份香甜就是熟悉的麻薯香软糯q口感了，喜欢子。”



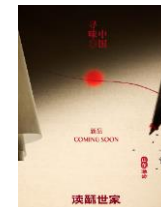
中式原料契合冬寒进补

营销亮点



原料有黑芝麻，既增加浓郁香味，也可食补滋养

春节上新，年味浓



以“寻味中国”为新品话题，在春节期间上线，顺应春节和民族自豪

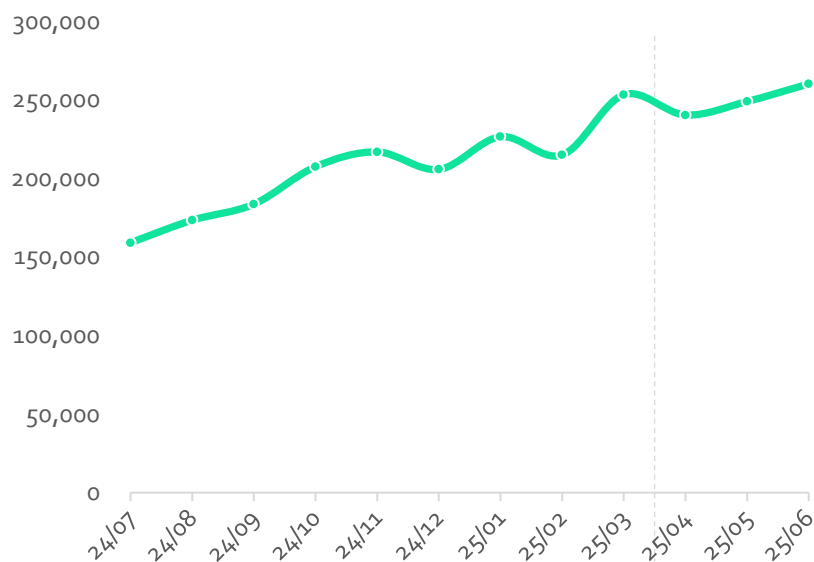
热门爆品解读 | 麻薯 | 搜索词分析

消费者对麻薯的核心需求集中在糯叽叽口感与多元创新体验：追求外皮Q弹与流心馅料的层次感碰撞，同时通过山姆大包装、麻薯布丁等场景化产品，以及抹茶/巧克力等风味创新，满足从家庭分享到个人解馋的全场景需求。



重点关注品类 | 数据追踪 | 蛋挞/甜甜圈/泡芙

蛋挞



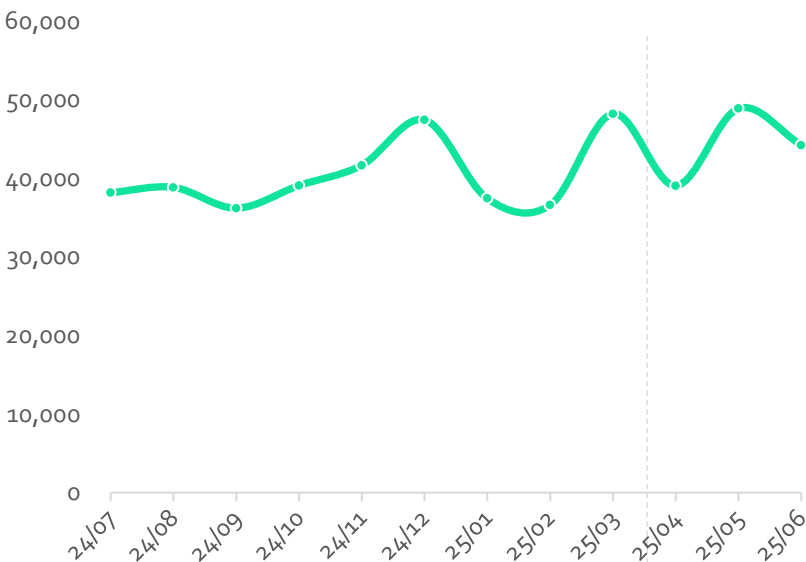
社媒声量

2587.9K

同比增幅

52%

甜甜圈



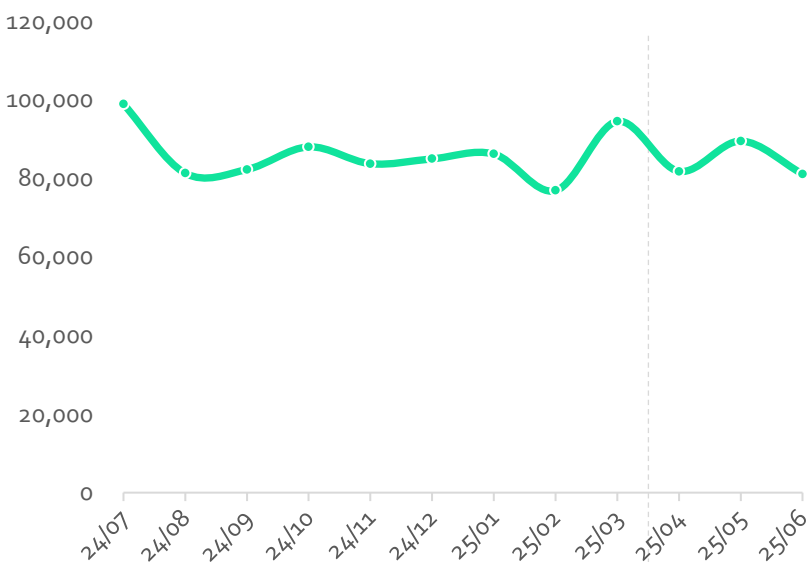
社媒声量

495.5K

同比增幅

14%

泡芙



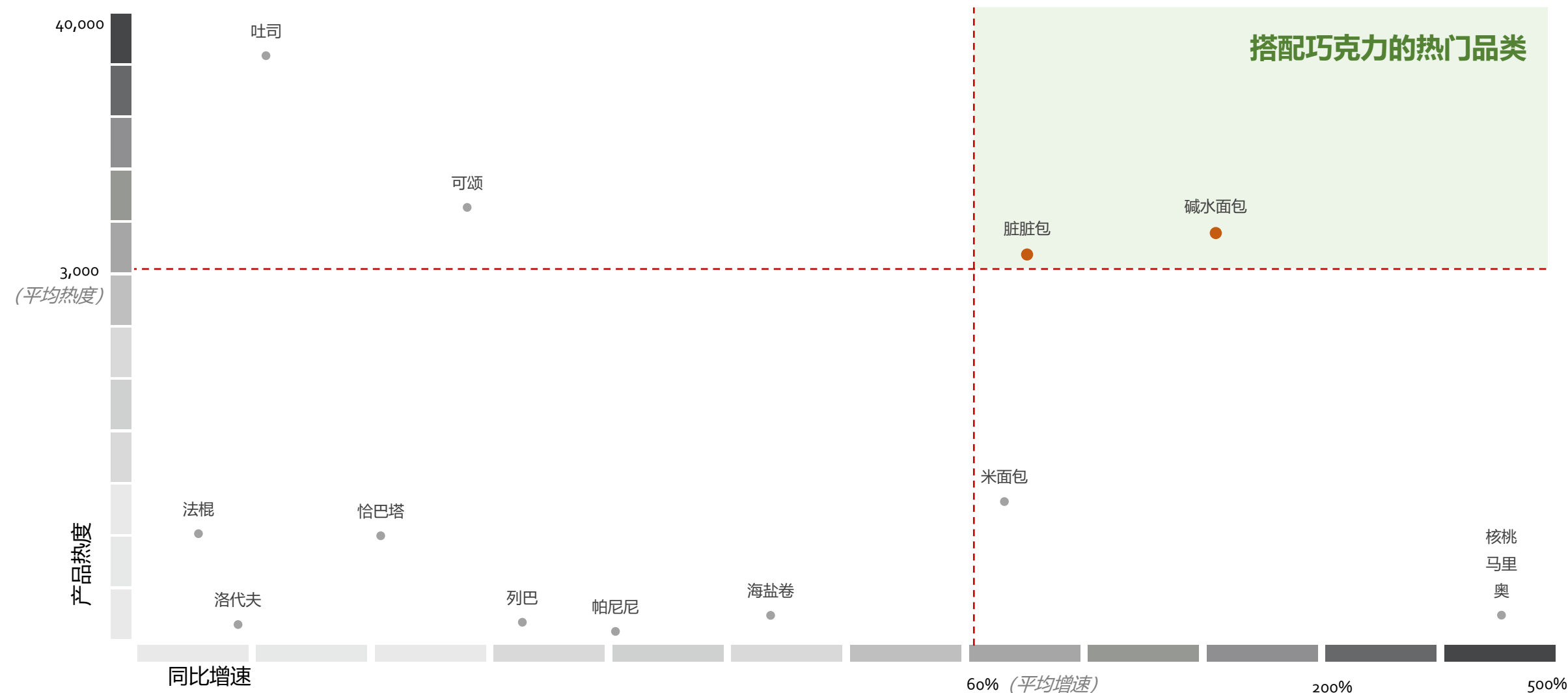
社媒声量

1028.4K

同比增幅

8%

巧克力 X 面包 | 巧克力在面包品类中的应用



数据范围: 小红书, 抖音, 微博; 2025/1-2025/3

备注: 仅展示同比增速>0%且声量>100的产品类型

巧克力×面包 | 市场应用解读

巧克力在烘焙领域的应用正从单一风味向多层次体验升级：通过不同形态（如内馅、涂层、颗粒）的巧妙组合，创造出丰富的口感层次。消费者尤其看重“浓郁不腻”的平衡感——高品质黑巧的微苦能中和甜度，纯可可脂带来的丝滑质地更成为品质标杆。无论是爆浆内馅的纵享体验，还是脆片与面包的质感碰撞，都让巧克力产品既满足味觉期待，又增添食用趣味。

应用案例

消费者需求



内陷填充



现制：佑禾-脏脏包

主打卖点：

夹馅非常非常甜，巧克力爱好者 & 糖分爱好者专属



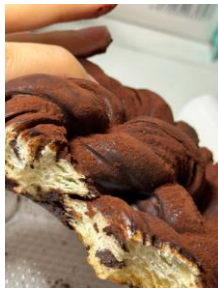
餐饮：乐乐茶-脏脏包

主打卖点：

内陷流动巧克力爆浆，甜苦比例刚刚好，巧克力丝滑感满分



淋面涂层



电商：谷物元塑-黑巧碱水结

主打卖点：

层层叠叠碱水味道重；黑巧涂层，微苦，巧克力风味浓郁，适合黑巧爱好者



电商：olive young-巧克力碱水结

主打卖点：

入口是浓浓的巧克力味，咀嚼到后淡淡的咸味凸显出来，口感丰富



调味增色



现制：詹记-巧克力脏脏牛角包

主打卖点：

外层裹满香香的巧克力酱和巧克力小豆，面包松软，不甜腻



商超：711-黑巧碱水面包

主打卖点：

巧克力豆与巧克力涂层呼应，浓郁苦香巧克力味，包体有韧劲，独立包装，分量不大，早餐必备

巧克力品质好

“超级好吃会爆浆！用好品质的巧克力真的是苦中回甘，夏天放到第二天吃夹心也还是爆浆状态，绝绝子”

非商业预制酱

“内陷的巧克力酱是流动的！不是那种厚重的商业预制酱，一些不知道是卡仕达还是乳酪的酱，感受到巧克力的浓郁和细腻（虽然对我来说有点甜）一口下去幸福感爆棚”

浓郁巧克力味

“我这个榛子还算多诶，有些软掉，和湿润的奶酥一起吃倒没有什么不对劲，奶粉味多一些，巧克力味可以加重，但不算很甜”

清爽黑巧不甜腻

“包体是软碱水包体，咬起来梗啾啾，不脆，上层是轻盈的黑巧，类似于奶油，不腻，吃起来很清爽，甜度正好，我比较偏爱这款”

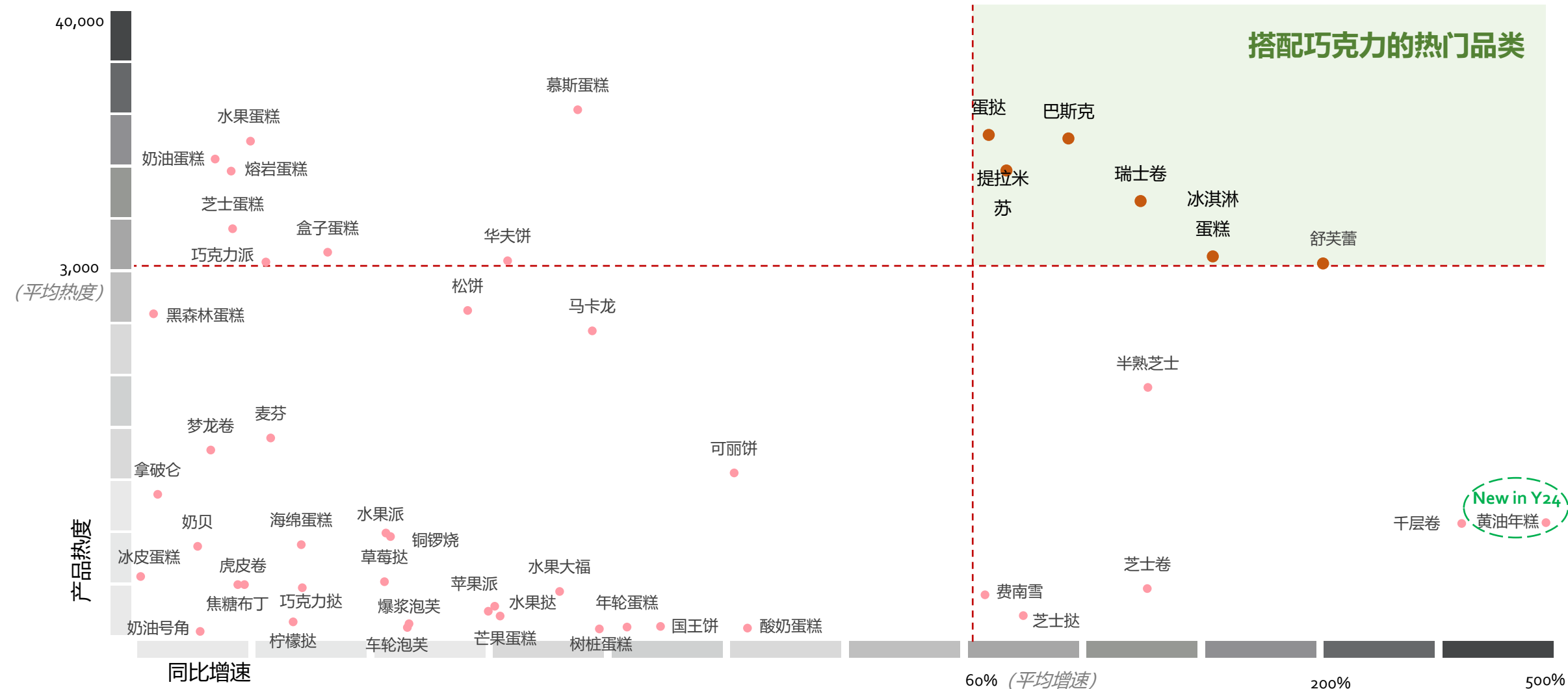
适量巧克力豆

“巧克力包体+巧克力内陷+巨量的脆珠珠=巧克力脑袋的狂欢，昨天晚上从冷冻拿出来放冷藏吃起来冰冰凉凉的每一口都能咬到巧克力馅，缺点是脆珠珠太容易扑出来了吃的有些许狼狈”

加热食用，一口爆浆

“介个超级浓郁的纯可可脂黑巧豆豆+印度尼西亚进口优质可可粉太绝了，吃一口就沦陷捏~我稍微放进微波炉转一转，丝滑浓郁的黑巧豆完全融化进可可味超浓的柔软面包体里，再一口咬下的感觉谁懂啊！纵享丝滑、一口爆浆~”

巧克力 × 甜点 | 巧克力在甜点品类中的应用



数据范围: 小红书, 抖音, 微博; 2025/1-2025/3

备注: 仅展示同比增速>0%且声量>100的产品类型

巧克力×甜点| 市场应用解读

巧克力制品甜品消费需求，聚焦三重核心：一是味觉体验，追求浓郁丝滑的醇厚基底，辅以微苦增味突破单调，借甜苦平衡消解腻感；二是口感层次，依赖多层结构制造惊喜、酸甜水果解腻又添清新，让每一口都有新体验；三是情绪价值，联名 IP 赋予社交谈资。

应用案例



胚体主料



内陷填充



淋面涂层/装饰



电商：俄罗斯甜品-巧克力提拉米苏

主打卖点：

香甜浓郁，口感扎实。巧克力作为内陷和蛋糕胚层层交叠。适合作为解馋利器。



现制：Drunk Baker - 伯爵红茶生巧巴斯克

主打卖点：

顶部可可粉，上层是生巧胚体，下层是伯爵红茶巴斯克。巧克力为口感丝滑但单调的巴斯克增加了浓郁的风情。



现制：ROLLING BEANS 迪拜巧克力瑞士卷

主打卖点：

上撒脆脆开心果面包丝，内层是比利时巧克力胚和丝绒巧克力奶油。结合树莓果酱增添酸甜风味。



餐饮：KFC - 脏脏厚蛋挞

主打卖点：

经典蛋挞配方和酥皮，加上醇厚的巧克力夹心，买四送一。



现制：DQ-巧克力冰淇淋蛋糕

主打卖点：

巧克力催迫淋面搭配香草口味冰淇淋和草莓果酱夹心，口感丰富。



电商：Bombbar - 舒芙蕾

主打卖点：

低卡舒芙蕾；外淋一层巧克力脆皮，里面是舒芙蕾蛋糕，绵密细腻，中间还有树莓夹心和棉花糖。

消费者需求

浓郁香甜 口感丝滑

“浓厚的巧克力，口感浓郁，略微有点苦，巴斯克是流心的哦，软心巴斯克，很丝滑的口感，而且非常细腻，和巧克力很搭”

微苦口味 增加风味

“生巧层不加糖微微苦，巴斯克的奶酪香浓”
“提拉米苏的轻盈搭配香醇浓郁的生巧，搭配咖啡或者茶都很绝”

多层惊喜口感

“外层的开心果面包碎和巧克力涂层绝配真的香香甜甜的！面包体是比较湿润的口感一点都不干巴奶油可能加了树莓果酱中间还有双重夹心！一口能吃到好多料！”

融合恰到好处

“这次肯悦咖啡的生巧焦糖厚蛋挞撒满生巧粉，中和了原味焦糖厚蛋挞的甜度，一口咬下去生巧粉自然融到挞芯里 好吃好吃好吃”

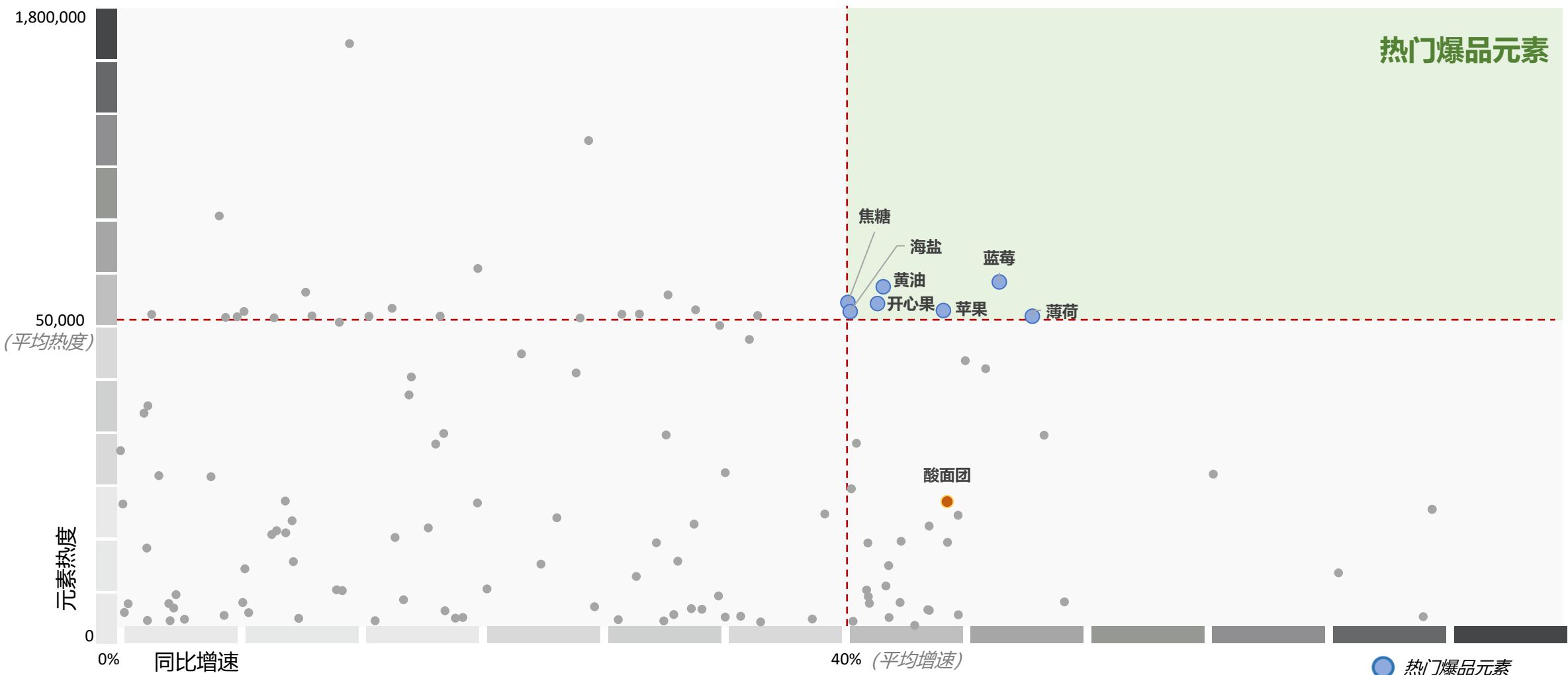
联名IP 元素丰富

“餐盘袋子上印的全员宝宝都好可爱，三小只立牌和ckw立牌都是巧克力，冰淇淋是巧克力和香草口味，中间夹一层酸酸的草莓酱”

结合酸甜水果 解腻

“酸酸甜甜的覆盆子果酱，配上外面的巧克力涂层，蛋糕体是那种软乎乎的舒芙蕾口感，超治愈！”

产品元素总览 | 定位热门爆品元素



热门爆品元素解读 o1



薄荷 Mint

薄荷的清凉属性为甜品注入清爽感，尤其流行用薄荷中和巧克力的浓腻，独特的“凉感”让人记忆深刻。

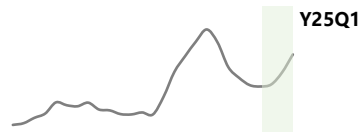
社媒声量

62,685

同比增幅

105%

声量趋势变化



声量驱动因素：伴随Q1季度的气温回暖，薄荷的清凉特征在消费者中的接受度也逐渐回升，众多巧克力品牌顺势推出融入薄荷的产品，其中以黑巧薄荷为代表

热门应用

金帝 - 黑巧薄荷夹心巧克力



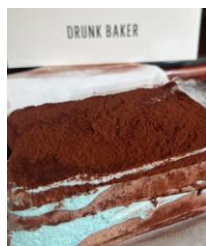
凉感甜品

DQ - 薄荷生巧曲奇暴风雪



清淡薄荷味

Drunk baker - 薄荷提拉米苏



纯正薄荷味

元素亮点

“黑巧的香浓和醇苦和里面薄荷流心的自带一丝甜味中和的恰到好处，很适合的一对cp，而后清凉感慢慢涌出。感受到一次清清爽爽的凉感。很奇妙的感受

“薄荷味不是很重，但是很好吃，和莫林薄荷糖浆的味道差不多。里面料非常多，巧克力碎不甜，味道还不错”

“虽说凉度一般，但是薄荷味道很纯正，而且一点不甜腻，薄荷奶油薄荷砖都是恰到好处的清凉感，再加上提拉米苏加持，口感很绝



蓝莓 Blueberry

酸甜果香为甜点带来清新气息，爆浆口感与紫红色泽形成视觉味觉双重冲击，天然果酸能平衡奶油厚重感。

社媒声量

239,809

同比增幅

93%

声量趋势变化



声量驱动因素：随着蓝莓季的到来，该元素在烘焙中的应用逐渐火热。蓝莓因其清爽解腻的风味口感，在贝果和水果蛋糕等品类中广泛应用

热门应用

好利来-蓝莓风情



甜而不腻

盒马-蓝莓乳酪贝果



口感丰富

Baker&Spice-蓝莓乳酪蛋糕



高颜值

元素亮点

“十颗蓝莓品质都很新鲜，面包顶层是酸甜的蓝莓混合着浓郁的蓝莓酱，还有微甜的奶油，一口下去层次丰富而且很酥脆，甜而不腻！”

“喜欢冷冻后加热的口感，里面冰冰凉凉，外卖柔韧温热，再加上蓝莓乳酪的夹心，口感层次非常丰富！”

买之前被表面满满的蓝莓吸引，买之后发现对得起这个高颜值外观！配上酸酸甜甜的蓝莓乳酪一点也不腻。”



苹果 Apple

苹果的温和香甜为甜品面包增添温润感，酸甜果肉中和面团的干噎，软糯口感与面包的松软形成层次，成为味觉调和的关键。

社媒声量

91,601

同比增幅

74%

声量趋势变化



热门应用



原麦山丘 - 肉桂苹果

温和果甜

“肉桂粉和苹果丁的搭配真的超级完美！相比苹果丁，菠萝丁的味道就不会抢风头。整体是甜味，但肉桂的香气中和了甜，吃起来是一种果味的香甜！”



Fascino - 伯爵苹果贝果

脆果口感

“有些茶味，清香，内馅料是酪酥的口感，不错，比较甜但是不腻，毕竟贝果体韧的且不甜。苹果口感跟我想象不太一样，有点类似有脆度的果干。”



瑞幸 - 苹果大福

颜值可爱

“长得好可爱的一只小苹果~黏黏的软糯糯的外皮还有带苹果块的奶油内馅，喜欢大福的吃了不亏~”

元素亮点



黄油 Butter

黄油为面包注入灵魂香气：浓郁的奶香与焦化后的坚果风味，为面团增添层次感，既能提升柔软度，又能形成金黄酥脆的表皮。

社媒声量

215,016

同比增幅

53%

声量趋势变化



热门应用



Drunk Baker-咸奶酪海盐黄油生吐司

颗粒感增加层次

“边缘烤得酥脆，里面柔韧拉丝，黄油有颗粒感，奶香中带点咸，好吃到忍不住竖大拇指”



星巴克-提子干黄油司康

奶香浓郁

“湿润蓬松如软曲奇，气孔细密无干噎感；黄油奶香浓郁，提子干酸甜软糯，中和甜腻。”



盒马-黄油菠萝包

金黄酥皮

“盒马黄油菠萝包这么好吃，我居然才知道！底部有奶酥，表面有黄油酥皮，放了两三天了，包体还很蓬松，好吃好吃！”

元素亮点

热门爆品元素解读o3



开心果 Pistachio

以馥郁坚果香和翠绿色泽为甜点注入灵魂，油脂的醇厚感巧妙中和甜腻，颗粒质地增添趣味性，成为记忆点。

社媒声量

128,025

同比增幅

51%

声量趋势变化



热门应用

B&C-开心果巴斯克



Tims-开心果贝果



Blanco-开心果布雷斯特



果碎提味

“表面撒了开心果碎碎，很提味！开心果味浓郁 不是很甜！吃到里面内馅还超级流心，奶油细腻，是奶奶的软软的巴斯克。”

绵密口感

“一个才280卡，甜度刚刚好，到嘴里是那种很厚实很绵密的口感，再夹杂着开心果的坚果香，绝了！”

浓郁坚果香

“泡芙层是很轻薄的酥感，给厚重的黄油霜丰富些许口感。细品有一些焦糖的味道。是很浓郁很浓郁的开心果。”

元素亮点



海盐 Sea salt

海盐的咸鲜特质为甜品面包构建味觉层次，微咸与甜味碰撞出奇妙平衡，既能消解甜腻，又让风味更显立体。

社媒声量

86,284

同比增幅

41%

声量趋势变化



热门应用

茶颜悦色-海盐焦糖面包丁



泽田本家-海盐芝士铜锣烧



B&C-海盐巧克力碱水吐司



咸甜酥脆

“甜咸口会喜欢这款面包丁，满满的碳水幸福感，小小颗加独立包装，吃一袋也不会太罪恶，饿的时候却能解馋和拥有饱腹感，第一次在湖南吃就很喜欢

解腻

“里面的芝士超级厚，贼浓郁，重点是咸的！如果有喜欢咸芝士的一定要试试！不是软绵绵的口感，蛮硬实的，尤其冰的时候特别好吃！

丰富舌尖感受

“首先不用担心齁的问题 🍞 黄油香气 微甜 还夹杂着海盐味 很妙很妙！里面有65%的黑巧 🍫 微甜不腻 加热后在嘴里爆开就很惊喜！

元素亮点



焦糖 Caramel

琥珀色光泽与深邃焦香构建风味支点，微苦滋味完美平衡甜度，拉丝或流心形态提升产品互动趣味。

社媒声量 同比增幅 声量趋势变化

133,527 40%

热门应用

趁热集合-慢烤
焦糖厚切吐司



星巴克-法式焦糖酥



米咕-奶油焦糖
夹心小盒子



元素亮点

- 香脆
“咬下去“咔嚓”一声，焦糖的甜香瞬间在舌尖化开，搭配冰淇淋或新鲜水果下午茶幸福感直接拉满。”
- 油润
“我更喜欢法式焦糖酥，起酥和可颂一样，但焦糖酥更油润，甜度也不高。”
- 流心趣味
“很喜欢这个小盒子的夹心，里面有奶油和焦糖两种原料，奶油用的是安佳的很醇香，加上常温下还会流心的焦糖简直了！。”

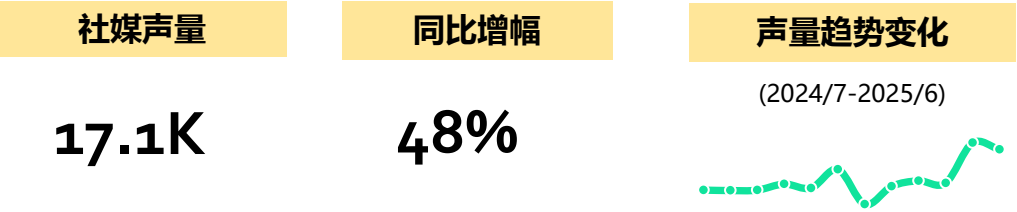
重点关注元素 — 酸面团



品类印象

酸面包以酸面团为发酵核心，这一由面粉、水和天然酵母构成的活性发酵剂，在适宜温湿度下持续繁殖，赋予面包发酵动力。其与普通酵母发酵的面包相比，自带独特酸味与丰富口感，且更具健康优势，比如有助于维持血糖平稳。此外，酸面包的应用不局限于单一品类，在多种食品制作中都能发挥作用，为其增添别样风味与质地。

数据趋势



“酸面包”



搜索声量

sourdough酸面包吃法	94K
sourdough酸面包	17K
酸面包热量	10K
酸面包怎么吃	9K
酸面包三明治	5K

讨论词云及消费者话题



多种原料酵液，增加风味

“草莓酵液吐司+双莓sourdough面包
用上周养的草莓酵液制作了草莓酵液吐司 面团到成品都散发着淡淡的草莓香（好喜欢，续养一瓶）高含水量隔夜发酵，吐司QQ弹弹，终于做出满意的组织

搭配苹果醋，享受健康小资饮食

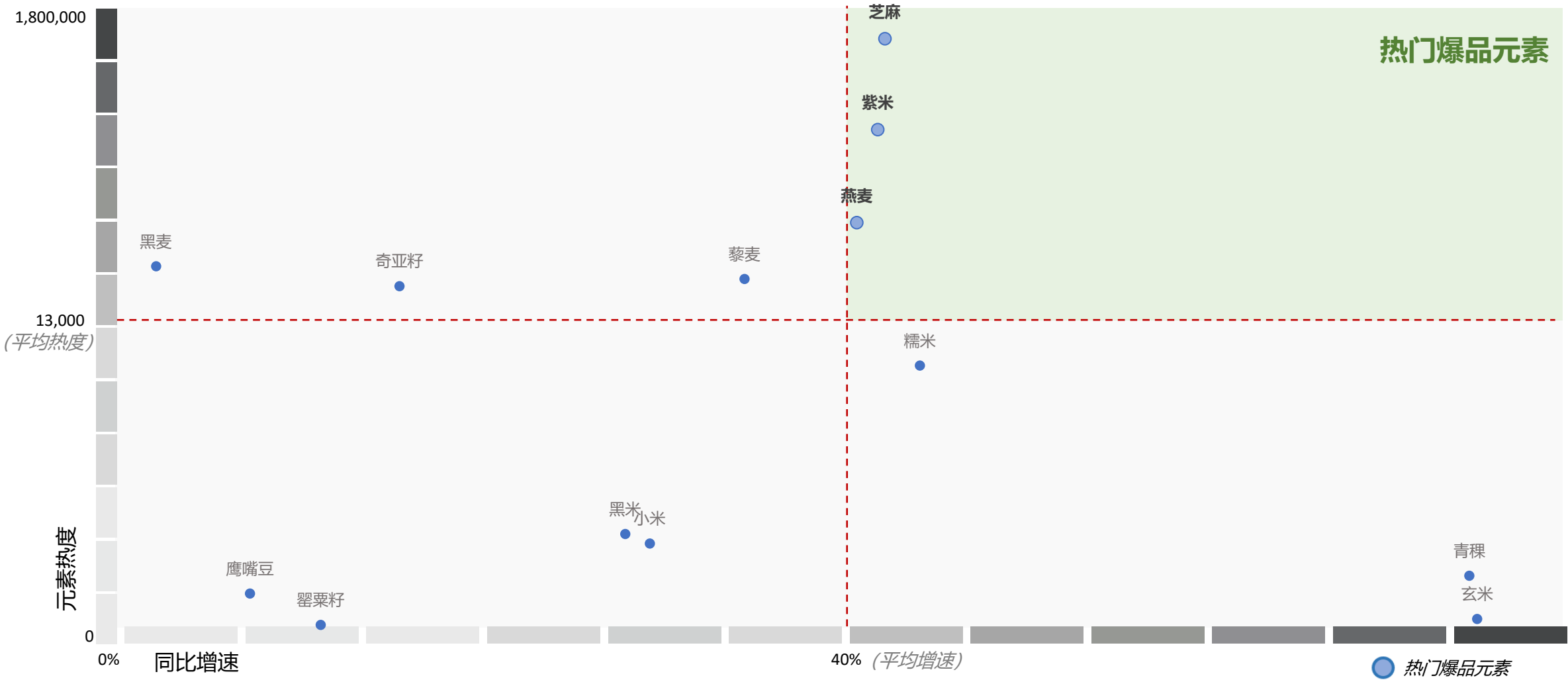
“体重还债日 芝麻菜苹果布里沙拉：黑醋、苹果醋、低卡蛋黄酱、一点辣椒油、黑胡椒一片sourdough
“给肠胃做个轻断食的早晨，用橄榄油烤过的酸面包打底，厚涂用柠檬汁调味的自制鹰嘴豆泥。羽衣甘蓝撕碎后拌入苹果醋和蜂蜜芥末酱，码成小山堆的模样。

香港面包店Baked\Truffle Bakery\Le vain等主打酸面包的餐厅走红

“很适合来一个Brunch 这次选择了很火的网红店Baked 不愧是香港酸种面包天花板 好吃！
“家人们来香港一定不要错过这家Truffle Bakery,黑松露鸡蛋三明治 鸡蛋沙拉加入黑松露酱，夹在烤得焦脆的酸种面包里，松露的霸道和蛋奶香完美融合，我宣布这是香港早餐天花板
“香港Sour Dough酸种三明治真的👍，门店提供加热。很多香港本地人来吃，游客也多



产品元素总览 | 种子及谷物在面包品类中的应用



谷物种子 x 面包 | 芝麻

芝麻在面包中的应用已从单一的表层点缀，逐渐拓展为与内馅、面团共同发力，赋予了产品更浓郁的香气和更丰富的口感层次。消费者对芝麻在面包中应用的偏好上升，既为其浓郁风味所吸引，也将其视为更健康、更养生的选择。

应用方式



表层装饰



内陷填充



胚体融合

热门案例



B&C – 黑芝麻贝果

主打卖点：

表层厚撒黑芝麻，入口有焦香感，内馅芝麻酱顺滑浓郁，面团本身也嵌入芝麻碎



几月几日 – 麻薯芝麻贝果

主打卖点：

黑芝麻酱厚实，香气浓郁，麻薯Q弹软糯，整体口感细腻丝滑



星巴克 – 五黑芝麻贝果

主打卖点：

黑芝麻等五黑粗粮揉入面团，咀嚼带麦香，搭配咸香芝士夹心，兼顾营养与风味

消费者需求

芝麻点缀提升期待

“刚拿到手，这颜值就狠狠拿捏我了！面包体上面点缀着密密麻麻的芝麻和瓜子仁，看起来超有食欲，感觉健康值拉满。”

外层酥脆丰富口感

“表皮一层黑芝麻，有点焦焦脆脆的，和里面软软的面包搭在一起，超有嚼劲”

高浓度满足感

“馅料部分黑芝麻款的真的巨好吃巨好吃！是黑芝麻麻薯和纯黑芝麻组成的一整个馅料真的特别多 会特别特别有满足感！”

芝麻香气浓郁

“可以嚼到香气浓郁的黑芝麻颗粒，养生又解馋”

咀嚼层次感丰富

“咬下第一口，先是感受到五黑谷物的麦香，口感醇厚有嚼劲，越嚼越香”

健康养生印象

“一开始是被五黑吸引买的，人到中年主打一个看到沾点养生边的就要试试，结果真的很好吃诶，不甜，加热后包体松软带韧”

谷物种子 x 面包 | 紫米

紫米在面包的应用中不仅在内陷填充的口感上持续提升，更在胚体制作和表层装饰上推陈出新，兼顾味觉体验与美感。消费者对紫米在面包中的应用偏好增长，既能满足天然营养成分的健康需求，又能提供层次丰富的味觉与视觉体验。

应用方式



内陷填充



胚体融合



表层装饰

热门案例



桃李 - 夹心土司 紫米馅

主打卖点:

面包松软有嚼劲，精选饱满紫米铸就内陷香醇可口



闹NOW - 紫糯米 玫瑰甜白酒吐司

主打卖点:

将云南当地的特色食材紫糯米打碎加入面包体，融合玫瑰和发酵米香，香甜软糯



酵墅·红酒酵母 - 墨江紫米芝士

主打卖点:

将紫米全方位融入表层、胚体和内陷上，口感层次丰富，外型颜值高

口感软糯

“一向讨厌紫米的本人都被这个软糯的紫米给惊喜到了，感觉喝了一口紫米粥一样黏糊软糯”

元素创意搭配

“面包里面满满云南的元素 很是新奇 紫糯米、玫瑰、甜白酒的搭配还是第一次见”

天然色素装饰

“酵墅新出的面包 紫色很有韵味 造型精致极具艺术感”

消费者需求

内陷不腻 不黏牙

“紫米面包是真的很好吃，当馅的紫米糯糯的 不腻也不粘牙”

增添软糯口感

“紫糯米带来软糯香甜的口感，玫瑰增添花香，甜白酒则带来微微的酒香，口感非常丰富”

口感丰富有层次

“路过酵墅看见这个感觉会很好吃 果真不然 超多紫米 口感丰富有层次”

谷物种子 x 面包 | 燕麦

燕麦在面包的应用中不仅在传统的胚体制作上持续精进，更在表层装饰和酱料填充上进行创新，丰富燕麦谷物的味觉体验。消费者对燕麦在面包中的应用偏好增长，既能满足低糖、低油的无负担健康需求，又能提供谷物香甜、有嚼感的味觉体验。

应用方式



胚体融合



表层装饰



酱料填充

热门案例



多乐之日 - 燕麦藜麦生吐司

主打卖点：

采用优质燕麦与藜麦精心配比，营养丰富，健康无负担



多乐之日 - 燕麦谷物餐包

主打卖点：

无内陷餐包，口感柔软有弹性，表面脆脆的燕麦颗粒丰富味觉嚼感



新兴饭店 - 燕麦包

主打卖点：

表层酥脆，燕麦内陷甜糯适中，谷物香气浓郁

消费者需求

内含燕麦谷物气息

“吐司比较湿润柔软，透着淡淡的燕麦和藜麦的香味”

健康无负担

“燕麦藜麦生吐司，味道真不错，且比较健康，很适合减脂期当早餐”

谷物颗粒丰富

“很喜欢的小小的餐包，上面撒了很多燕麦谷物，颗粒分明”

丰富咀嚼层次感

“餐包整体完全不油，表面的燕麦谷物很有嚼感，好吃”

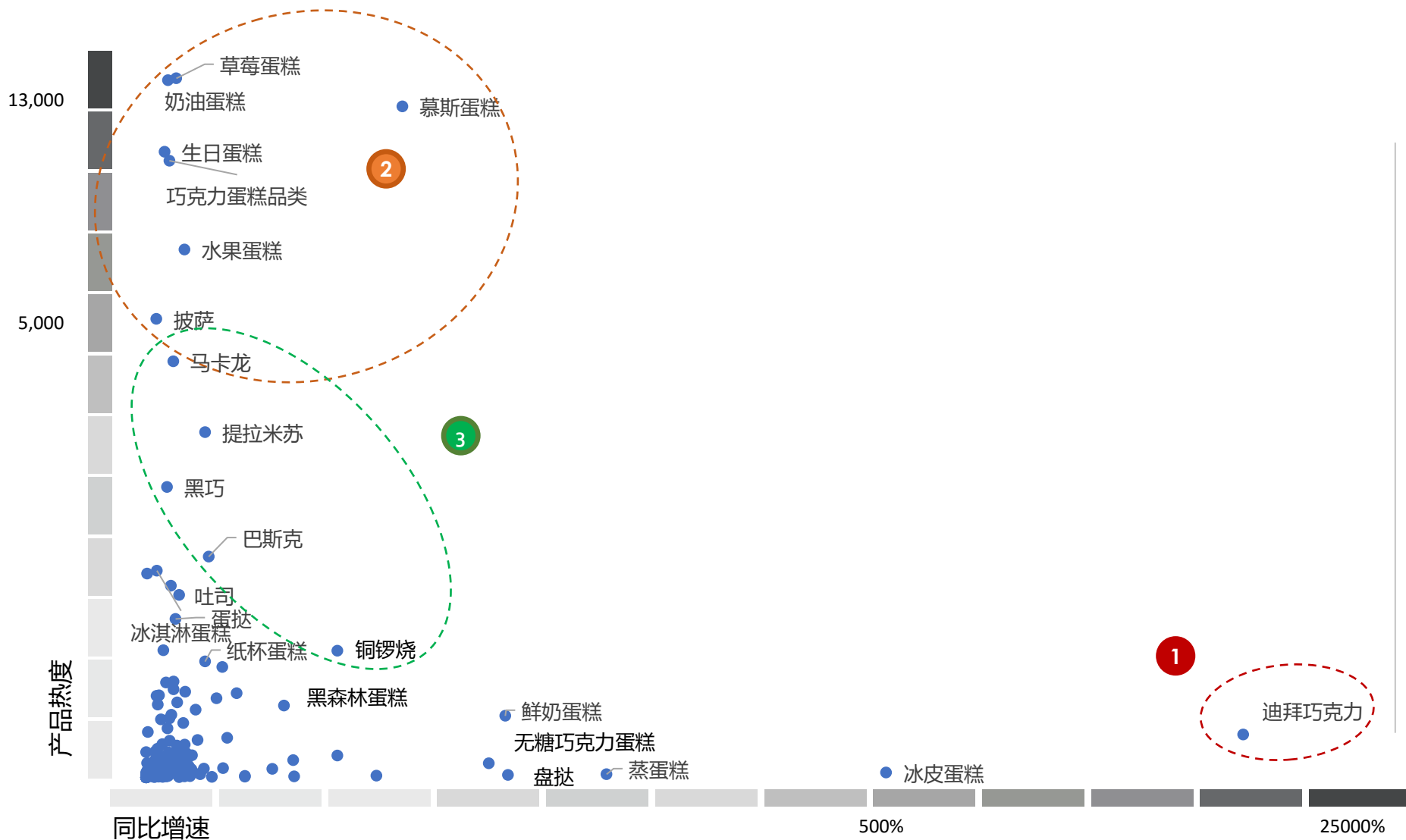
口感软糯

“燕麦馅甜糯适中 软糯 超级好吃 每次下班回家就买2个吃”

不甜腻

“不腻的慌 有燕麦谷物淡淡的甜香”

情人节 | 热门品类



1 心意满满，传递爱意

迪拜巧克力通过"自制爱心款"和"礼盒+鲜花"组合，既满足手工定制的仪式感（如韩国女生送巧克力习俗），又以精致包装强化视觉冲击。

2 红粉白演绎冬日恋歌

以草莓蛋糕与慕斯蛋糕为代表的蛋糕通过“红粉白”浪漫经典的配色、粉嫩可爱的造型唤醒少女心。从食材搭配上，选用冬春的草莓、浪漫的玫瑰和低卡的芋泥内馅平衡奶油的甜腻，既满足打卡拍照的社交需求，又通过层次风味提升实际食用体验。

3 浪漫上新 大胆示爱

除了加上以爱心、蝴蝶结等少女心元素，搭配草莓等食材，品牌们也积极融入年轻人的爱情观，用“面包&爱情都拥有”、“大胆开口爱”等烘焙元素与消费者共鸣。

情人节热门品类趋势分析

心意满满，传递爱意

热门品类

迪拜巧克力



产品卖点

自制爱心款，心意翻倍

“在韩国，2月14日是女生送巧克力给男生的日子！今年我决定自己做一款 迪拜风味的开心果巧克力。”

搭配礼盒与花，视觉&味觉双满足

“迪拜的patchi专柜上了情人节礼盒，必须拿下呀，包装挺喜庆，又有心元素。”

红粉白演绎冬日恋歌

热门品类

草莓蛋糕

奶油蛋糕

慕斯蛋糕

巧克力蛋糕

水果蛋糕

生日蛋糕



产品卖点

鲜红与粉白交织，浪漫冬日恋歌

“谁还不知道Mvuke布歌东京的情人节限定雪之恋啊！白草莓不要太灵好吧！一看到上新马上就预定了，除了满分的外观，美味的红丝绒蛋糕搭配树莓奶油、车厘子果肉和红白草莓，可以说是非常用心的搭配！”

粉色爱心形状 & 玫瑰味内馅饼，一见倾心的悸动

“一整个粉粉嫩嫩的 看图片种草拿到手更喜欢！小小一个好吃好拍！外面的奶油一点也不腻，里面是玫瑰和芋泥馅，玫瑰若有似无的增添了香味，爱吃芋泥的有福了！”

浪漫上新 大胆示爱

热门品类

马卡龙

提拉米苏

黑巧

巴斯克

铜锣烧



产品卖点

少女心的元素：爱心、蝴蝶结、丝带

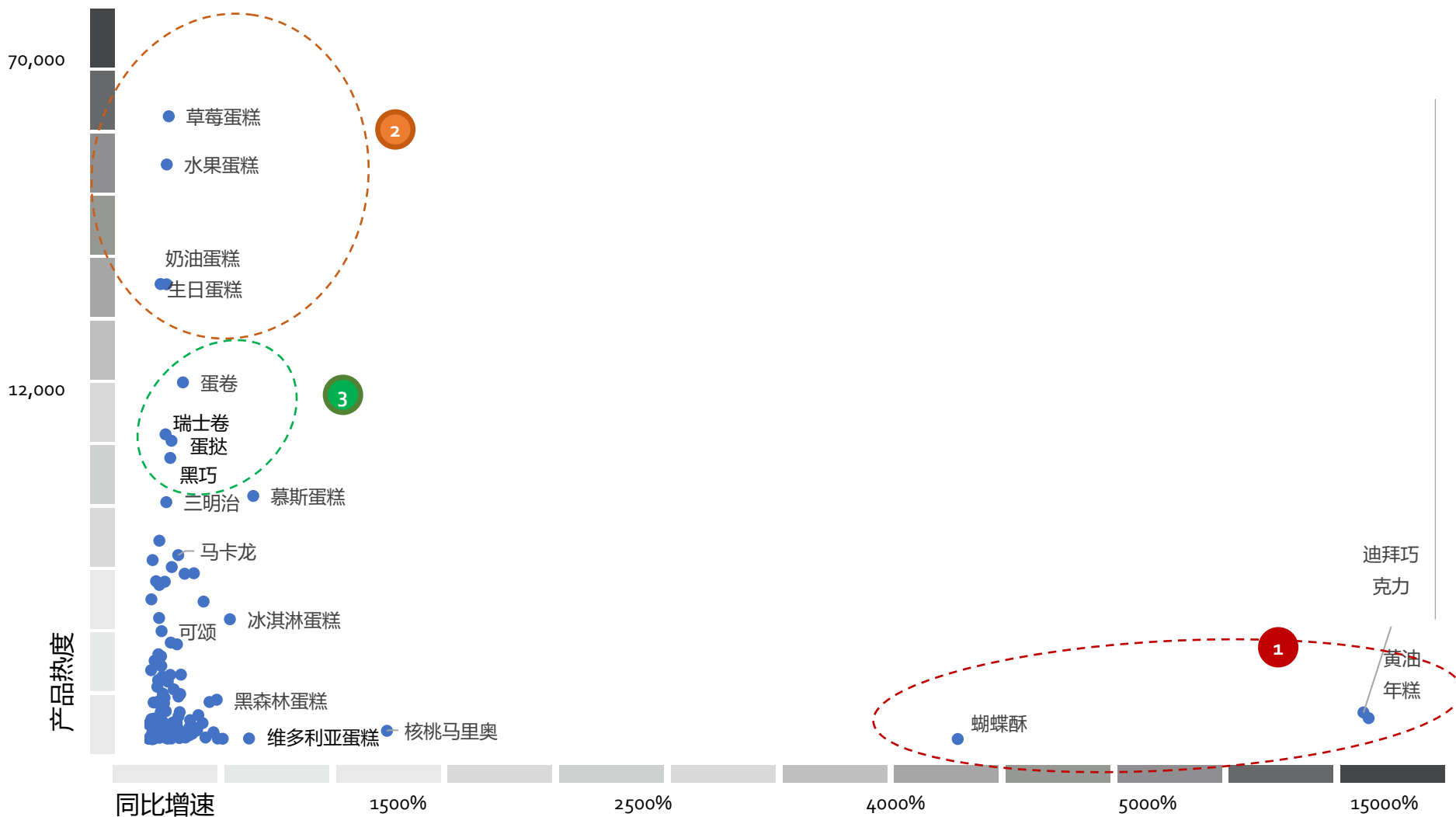
“马卡龙带来的情人节仪式感❤️ 爱心和蝴蝶结元素 Ins氛围拉满

美好积极的寓意，单身&暧昧期间适用

“巴斯克奶油告白碱水面包～谁说爱情和面包不能同时拥有的！原味+巧克力味巴斯克奶油，每口都是爱的“芝”味

“外表真的好可爱，红粉白搭配难怪是情人节新品。开口烧的寓意也很好，爱就要现在开口呀~

春节 | 热门品类



1 新晋网红甜品贺岁传情

蝴蝶酥、黄油蛋糕和迪拜巧克力作为春节网红甜品，以不同姿态诠释节日仪式感。黄油年糕凭“糕兴”“糕升”谐音成寓意之选；蝴蝶酥和迪拜巧克力借蛇年限定与礼盒适配送礼，满足节日氛围与尝鲜需求。

2 辞旧迎新 全家好寓意

高颜值蛋糕跻身年轻人年夜饭餐桌，精准契合年轻人对情绪价值的渴求。可爱造型与治愈吉利的外观吸引目光，既传递快乐情绪，又让团圆时刻更添喜庆氛围，成为席间亮眼的情感载体。

3 老少皆宜的蛇年限定新品

在大众认知高的甜品基础之上，辅以节庆元素，比如蛇年生肖、元宝、红礼盒等造型，打造适合全家分享和自食用的新风味甜品。

春节热门品类趋势分析

适合尝鲜和送礼

热门品类

迪拜巧克力

蝴蝶酥



产品卖点

老上海年货礼盒，香气满满，家家必不可少

"说起传统沪式零食，蝴蝶酥绝对是过年期间家家都必不可少的
"他们的新年礼盒名字很特别，有蝴蝶酥，闻到香味就走不动道了。"

Laderach 蛇年迪拜巧克力礼盒

高级感满满，适合送人

"双层巧克力中间夹着开心果馅儿...咸香中带着甜！好好吃！还赶上2025 年限定夹心巧克力也上线！搭配新年礼盒送人太太方便了"

年夜饭新C位

热门品类

草莓蛋糕

奶油蛋糕

水果蛋糕

生日蛋糕



产品卖点

吉利的寓意、红火配色，契合春节主基调

"温州年夜饭蛋糕 这款太适合年夜饭聚餐，红红火火，团团圆圆又一年"

选用草莓、车厘子，用翻糖、元宝塑造外型，好出片

"蛋糕整体造型喜庆得不像话，满满的新年氛围感，摆在桌上瞬间拉高格调。这款蛋糕绝对是餐桌上的颜值担当。喜庆的红色打底，搭配上用翻糖精心制作的各新年元素、精致又可爱。"

老少皆宜的蛇年限定新品

热门品类

蛋卷

瑞士卷

蛋挞

黑巧



产品卖点

肯德基 - 金枕榴莲椰耶蛋挞
The rolling - 蛇年蜜桃瑞士卷
Lady M - 新春蛇年蛋卷礼盒

金元宝造型&金枕吉利寓意、生肖元素加持

"新年第一只"金"金枕榴莲椰耶蛋挞get

"港澳版lady M 新春蛇年LadyM 蛋卷礼盒。已经有了呢，今年是蛇年造型呢"

产品分类明细-Bakery/Chocolate

Bakery

分类	产品类型
传统欧包（含贝果）	佛卡夏
	乡村面包
	恰巴塔
	法棍
	列巴
	碱水面包
	贝果
	英式麦芬
	洛代夫
	甜面包
软&甜面包	餐包
	吐司
	潘妮托尼
	甜甜圈
	布里欧
	丹麦
丹麦&起酥	可颂
	安曼卷
	牛角包
	布甸包
夹心面包	豆豆面包
	冰面包
	米面包
	奶酪包
	帕尼尼
	热狗卷
	猛犸包
	核桃马里奥
	猪扒包
	三明治
其他	披萨

Chocolate

分类	产品类型
巧克力	黑巧
	白巧
	生巧
	牛奶巧克力
	松露巧克力
	巧克力排块
	原产地巧克力
	迪拜巧克力
	甘纳许
	榛果巧克力
巧克力制品	巧克力冰淇淋
	酒心巧克力

产品分类明细-Patisserie (Cake/Dessert/Pastry)

Cake

分类	产品类型
基础质构	磅蛋糕
	冰淇淋蛋糕
	慕斯蛋糕
	戚风蛋糕
	海绵蛋糕
	天使蛋糕
	长崎蛋糕
	鲜奶蛋糕
	酸奶蛋糕
	奶油蛋糕
	裸蛋糕
	流心蛋糕
	老蛋糕
节庆蛋糕	树桩蛋糕
	翻糖蛋糕
	景观蛋糕
	生日蛋糕
芝士蛋糕	芝士蛋糕
	芝士卷
	半熟芝士
	巴斯克
巧克力蛋糕	黑森林蛋糕
	无糖巧克力蛋糕
	熔岩蛋糕
	生巧蛋糕
	生巧塔
	萨赫蛋糕
水果蛋糕	水果蛋糕
	草莓蛋糕
	夏洛特蛋糕
	芒果蛋糕
	提拉米苏
层蛋糕	巴伐利亚蛋糕
	千层蛋糕
	三奶蛋糕
	维多利亚蛋糕
全家/大蛋糕	圆环蛋糕
	红丝绒蛋糕
	萨瓦蛋糕

分类	产品类型
蛋糕卷	年轮蛋糕
	瑞士卷
	千层卷
	梦龙卷
	虎皮卷
	女王卷
	毛巾卷
	拉法卷
	牛奶小蛋糕
	费南雪
	麦芬
	甜甜圈
	意大利甜甜圈
	可露丽
	纸杯蛋糕
零食蛋糕	司康
	玛德琳
	布朗尼
	瓦娜蛋糕
	冰皮蛋糕
	盒子蛋糕
	舒芙蕾
	夹子蛋糕
	蒸蛋糕
	凹蛋糕
	歌剧院
	蒙布朗
	朗姆蛋糕
	蜂蜜蛋糕
	布列塔尼蛋糕
	三明治蛋糕
	咖啡蛋糕
	可丽饼
	松饼
	华夫饼
	铜锣烧
	柏林娜

Dessert & Pastry

分类	产品类型
布丁/布蕾	焦糖布丁
	米布丁
	蛋奶布丁
	烤布蕾
	焦糖布蕾
	巧克力大福
大福	水果大福
	抹茶大福
	芋泥大福
	雪媚娘
中式糕点	月饼
	蛋黄酥
	凤梨酥
	老婆饼
	绿豆糕
	肉松小贝
	蛋卷
	榴莲酥
泡芙	闪电泡芙
	酥皮千层泡芙
	奶油泡芙
	爆浆泡芙
	修女泡芙
	车轮泡芙
	圣多诺黑
	泡芙塔
	达克瓦兹
	马卡龙
饼干	软曲奇
	曲奇
	杏仁饼
	蛋白酥

分类	产品类型
酥皮糕点	拿破仑
	蝴蝶酥
	巴克拉瓦
	奶油号角
	巧克力号角
麻薯	爆浆麻薯
	日式麻糬
	麻薯球
	拉丝麻薯
	手指麻薯
挞/派	水果挞
	柠檬挞
	苹果挞
	反转挞
	草莓挞
	洋梨挞
	巧克力挞
	蛋挞
	盘挞
	芝士挞
	布丁挞
	圣特罗佩挞
	国王饼
	水果派
	苹果派
	巧克力派
	奶油派