

2025 年中国糕点行业深度调研与投资前景 评估报告(定制版)

一、糕点行业概况

1. 行业历史与现状

(1) 中国糕点行业历史悠久，源远流长，早在秦汉时期就已经有了糕点的制作记载。经过数千年的演变，糕点品种日益丰富，地域特色鲜明。从传统糕点的月饼、粽子、年糕，到现代糕点的面包、饼干、蛋糕，每一种糕点都承载着丰富的文化内涵和地方特色。近年来，随着人们生活水平的提高和消费观念的转变，糕点行业呈现出快速增长的趋势，市场规模不断扩大。

(2) 目前，中国糕点行业已形成了完整的产业链，从原材料采购、加工生产到销售渠道，各个环节都十分成熟。其中，糕点加工企业众多，既有规模庞大的国有企业，也有技术先进的外资企业，还有众多中小型企业。在销售渠道方面，除了传统的超市、专卖店等线下渠道，电子商务、移动支付等新兴渠道也在迅速崛起，为消费者提供了更加便捷的购物体验。然而，尽管行业发展迅速，但市场集中度仍然较低，行业竞争激烈。

(3)

在糕点行业发展的同时，也面临着一些挑战。首先是原材料价格的波动，如面粉、油脂等价格波动较大，直接影响到糕点的生产成本和售价；其次是食品安全问题，近年来食品安全事件频发，消费者对食品安全越来越重视，这对糕点行业提出了更高的要求。此外，随着健康饮食理念的普及，消费者对糕点产品的健康性要求越来越高，这也使得糕点企业需要不断研发新品，满足消费者多样化的需求。

2. 市场规模及增长趋势

(1) 近年来，中国糕点市场规模持续扩大，根据相关数据显示，2019年中国糕点市场规模已达到约6000亿元人民币，预计到2025年，市场规模将突破9000亿元人民币，年复合增长率保持在5%以上。这一增长趋势得益于消费者对糕点产品的需求不断增加，以及新兴消费群体的崛起。

(2) 在市场规模扩大的同时，糕点产品结构也在不断优化。传统糕点如月饼、粽子等仍然占据市场主导地位，但现代糕点如面包、饼干、蛋糕等新兴品类增长迅速，市场份额逐年提升。随着消费者对健康、个性化需求的增加，健康糕点、特色糕点等细分市场也呈现出良好的发展势头。

(3) 地域差异对市场规模及增长趋势也有一定影响。一线城市和发达地区糕点市场规模较大，消费水平较高，市场增长较快；而二线及以下城市和农村地区市场潜力巨大，随着消费升级和生活方式的改变，这些地区的糕点市场规模有望实现快速增长。此外，随着国际市场的拓展，中国糕点行

业有望在全球范围内实现更大的市场份额。

3. 市场结构分析

(1) 中国糕点市场结构呈现出多样化的特点，主要可以分为传统糕点市场和现代糕点市场两大类。传统糕点市场包括月饼、粽子、年糕等，这些产品通常与节日庆典紧密相关，具有深厚的文化底蕴。现代糕点市场则涵盖面包、饼干、蛋糕、糕点等，这些产品更注重口感和时尚元素，受到年轻消费者的青睐。此外，随着健康意识的提升，健康糕点、有机糕点等细分市场也逐步形成。

(2) 在市场结构中，国有企业和外资企业在糕点行业中占据重要地位。国有企业凭借其品牌影响力和市场渠道优势，在传统糕点市场占据较大份额。外资企业则凭借先进的技术和管理经验，在现代糕点市场表现突出。同时，中小型企业也在市场中扮演着重要角色，它们通过创新产品、拓展渠道等方式，不断分割市场份额。

(3) 从销售渠道角度来看，糕点市场结构呈现线上线下并重的特点。传统销售渠道如超市、专卖店、食品店等仍占据较大比例，而随着电子商务的快速发展，线上渠道如电商平台、外卖平台等逐渐成为新的增长点。此外，随着消费者对便捷购物的需求增加，便利店、社区团购等新兴销售模式也开始在糕点市场中崭露头角。

二、糕点产品细分市场分析

1. 传统糕点市场分析

(1)

传统糕点市场作为中国糕点行业的重要组成部分，拥有深厚的文化底蕴和稳定的消费群体。在传统糕点中，月饼作为最具代表性的产品，每年中秋节期间销售额占据全年比重较大。粽子则与端午节习俗紧密相关，市场销售高峰在端午节期间。此外，年糕、汤圆等传统糕点也具有各自独特的消费节令和市场表现。传统糕点市场在地域分布上呈现出明显的地域特色，不同地区的传统糕点品种和制作工艺各有千秋。

(2) 传统糕点市场的主要消费群体为中年及以上人群，他们更倾向于传统糕点的口味和营养价值。随着年轻一代消费者对传统文化的认同感增强，传统糕点市场也吸引了部分年轻消费者的关注。然而，年轻消费者对传统糕点的口味和包装要求更高，这要求传统糕点企业在产品创新和营销策略上进行调整。此外，随着健康饮食观念的普及，消费者对传统糕点的健康性和功能性要求也在不断提升。

(3) 传统糕点市场的竞争格局相对稳定，主要企业凭借品牌、口碑和渠道优势占据市场主导地位。然而，随着市场竞争的加剧，部分中小企业通过差异化定位、产品创新等方式在市场中寻求突破。在原料采购、生产工艺、产品包装等方面，传统糕点企业也在不断优化，以提高产品质量和市场竞争能力。同时，随着互联网的普及，传统糕点企业也在积极探索线上线下融合的发展模式，以满足消费者多元化的购物需求。

2. 现代糕点市场分析

(1)

现代糕点市场随着人们生活节奏的加快和消费习惯的变化而迅速发展，主要包括面包、饼干、蛋糕、糕点等品种。这些产品通常以新鲜、快捷、方便为特点，深受年轻一代消费者的喜爱。在现代糕点市场中，面包和蛋糕尤为受欢迎，它们不仅作为日常零食，也常作为节日、庆典等特殊场合的礼品。此外，随着健康饮食理念的普及，低糖、低脂、高纤维的现代糕点产品也受到关注。

(2) 现代糕点市场的竞争激烈，既有大型跨国企业，也有本土的知名品牌。跨国企业凭借其品牌影响力和全球化供应链，在高端市场占据优势；而本土品牌则通过创新和差异化竞争，在大众市场取得一席之地。同时，随着电子商务的兴起，线上销售成为现代糕点市场的重要渠道，许多企业通过电商平台拓宽销售范围，提高市场占有率。

(3) 现代糕点市场的发展趋势表现为产品多样化、个性化以及健康化。在产品多样化方面，企业不断推出新的口味和品种，以满足消费者多样化的需求。个性化方面，定制化糕点、节日限定糕点等满足了消费者对独特体验的追求。健康化方面，消费者对糕点产品的健康指标越来越关注，企业纷纷推出低糖、低脂、无添加剂的健康糕点，以适应市场需求的变化。同时，随着消费者对食品安全的重视，现代糕点企业在生产过程中也更加注重卫生和安全标准。

3. 健康糕点市场分析

(1)

随着人们对健康生活方式的日益重视，健康糕点市场近年来呈现出快速增长的趋势。这一市场主要聚焦于低糖、低脂、高纤维、无添加剂等健康元素，旨在满足消费者在享受美味的同时追求健康生活的需求。健康糕点产品包括全麦面包、杂粮饼干、坚果蛋糕、蔬菜汁糕点等，这些产品在配料和加工工艺上更加注重营养平衡和健康属性。

(2) 健康糕点市场的主要消费群体为关注健康的年轻人、中老年人群以及注重饮食健康的家庭。他们对于糕点产品的选择更加挑剔，不仅要求口感佳，更注重产品的营养成分和健康价值。因此，健康糕点企业在产品研发和市场营销上，需要充分考虑消费者的健康需求，通过创新和宣传，提高产品的市场竞争力。

(3) 在健康糕点市场的发展过程中，行业竞争逐渐加剧。一方面，传统糕点企业开始调整产品结构，推出健康糕点以满足市场需求；另一方面，新兴的健康糕点品牌不断涌现，通过差异化的产品定位和营销策略，争夺市场份额。此外，随着消费者对健康糕点的认可度提高，市场潜力不断释放，预计未来健康糕点市场将继续保持良好的增长势头。在这一背景下，健康糕点企业需要加强品牌建设、提高产品质量，并通过多元化渠道拓展市场，以实现可持续发展。

4. 特色糕点市场分析

(1)

特色糕点市场以其独特的地域文化和传统工艺著称，吸引了众多消费者的关注。这些糕点往往结合了地方特色食材和传统制作工艺，如四川的麻辣糕点、广东的广式月饼、福建的龙眼糕等。特色糕点市场不仅满足了消费者对地方美食的向往，也成为了传承和弘扬地方文化的重要载体。

(2) 特色糕点市场的发展受益于消费者对个性化、文化体验的追求。随着旅游业的兴旺和地方文化交流的加深，特色糕点市场逐渐从地方走向全国，甚至走向国际。特色糕点企业通过举办特色节庆、文化展览等活动，提升品牌知名度和市场影响力。同时，电商平台和社交媒体的兴起也为特色糕点市场提供了更广阔的销售渠道。

(3) 特色糕点市场在竞争中也面临着挑战。一方面，市场竞争日益激烈，企业需要不断创新产品、提升品质以保持竞争力；另一方面，消费者对品质和口感的追求不断提高，对食品安全和健康问题也更为关注。因此，特色糕点企业需要在保持传统工艺的基础上，加强质量管理和品牌建设，同时注重产品的研发和创新，以满足消费者日益增长的需求。此外，随着消费者对绿色、环保理念的认同，特色糕点企业还需在原材料采购和生产过程中践行可持续发展理念。

三、行业竞争格局

1. 主要竞争对手分析

(1) 在中国糕点行业，主要竞争对手包括国内外知名品牌和地方特色糕点企业。国内外知名品牌如麦斯威尔、喜之

郎、良品铺子等，凭借其强大的品牌影响力和市场营销能力，在糕点市场中占据重要地位。这些品牌通常拥有广泛的销售网络和成熟的供应链体系，能够快速响应市场变化。

(2)

地方特色糕点企业则以地域特色和传统工艺为优势，如四川的丹丹食品、广东的莲蓉阁等。这些企业往往在本地市场拥有较高的知名度和美誉度，通过传承和发扬地方特色，形成了独特的竞争优势。在地方市场，这些企业往往与本地消费者建立了深厚的情感联系，成为当地糕点市场的佼佼者。

(3) 竞争对手之间的竞争主要体现在产品创新、品牌建设、渠道拓展和营销策略等方面。产品创新方面，企业通过研发新品、改良传统糕点等方式，满足消费者不断变化的需求。品牌建设上，企业通过提升品牌形象、加强品牌宣传，增强市场竞争力。渠道拓展方面，企业积极拓展线上线下销售渠道，提高市场覆盖率。营销策略上，企业通过节日促销、主题活动等方式，吸引消费者关注。在这种竞争环境下，企业需要不断提升自身实力，以在激烈的市场竞争中立于不败之地。

2. 市场集中度分析

(1) 中国糕点市场的集中度相对较低，市场上存在众多规模大小不一的企业，竞争格局呈现出分散化特点。尽管一些知名品牌和大型企业在市场份额上占据一定优势，但市场份额的集中度并不高。这种分散的市场结构意味着没有单一企业能够完全控制市场，竞争相对激烈。

(2)

从区域分布来看，糕点市场的集中度在不同地区有所差异。一线城市和发达地区由于消费者购买力较强，市场集中度相对较高，一些知名品牌和大型企业在这些地区占据了较大的市场份额。而在二线及以下城市和农村地区，由于市场准入门槛较低，众多中小型企业并存，市场集中度较低。

(3) 随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化，糕点市场的集中度可能会发生变化。一方面，一些具有较强品牌影响力和规模优势的企业通过并购、合作等方式扩大市场份额，可能导致市场集中度上升。另一方面，新兴企业和创新品牌的崛起也可能打破现有市场格局，降低市场集中度。因此，糕点市场的集中度分析需要关注行业发展趋势、企业竞争策略以及消费者行为等多方面因素。

3. 竞争策略分析

(1) 糕点行业竞争策略主要体现在产品创新、品牌建设、渠道拓展和市场营销等方面。在产品创新方面，企业通过研发新品、改良传统糕点、推出健康型糕点等手段，以满足消费者不断变化的需求。同时，企业也注重产品包装和设计的创新，提升产品附加值。

(2) 品牌建设是竞争策略中的关键环节。企业通过品牌定位、形象塑造、口碑传播等方式，提升品牌知名度和美誉度。知名品牌通过赞助活动、公益活动等提高品牌好感度，而新兴品牌则通过社交媒体、KOL合作等新媒体营销手段迅速扩大品牌影响力。

(3)

渠道拓展和市场营销也是企业竞争策略的重要组成部分。企业通过线上线下融合，拓展销售渠道，提高市场覆盖率。线上渠道如电商平台、移动应用程序等成为新趋势，线下渠道则包括超市、专卖店、便利店等。此外，企业还通过节日促销、捆绑销售、限时折扣等营销策略吸引消费者关注，提高销售业绩。在竞争激烈的糕点市场中，企业需要不断创新和调整竞争策略，以适应市场变化，保持竞争优势。

四、产业链分析

1. 上游原材料市场分析

(1) 糕点行业上游原材料市场主要包括面粉、糖、油脂、蛋品、奶制品等。这些原材料的质量和价格直接影响糕点产品的成本和品质。面粉作为糕点制作的主要原料，其质量对糕点的口感和外观至关重要。糖、油脂则影响糕点的甜度和口感，而蛋品和奶制品则用于制作蛋糕、饼干等高蛋白、高营养的糕点。

(2) 上游原材料市场的供应状况受到多种因素影响，包括农业生产、气候变化、国际市场波动等。近年来，全球气候变化对农作物产量产生了影响，导致部分原材料价格波动较大。同时，国际市场对原材料的需求变化也会影响到国内市场的供应和价格。例如，国际油脂价格波动会直接影响到国内糕点油脂的价格。

(3)

在原材料市场，大型农业企业和食品加工企业通常拥有较强的议价能力，能够稳定原材料供应并控制成本。同时，这些企业也倾向于与供应商建立长期合作关系，以保障原材料的质量和供应稳定性。另一方面，中小型企业由于规模较小，在原材料采购上可能面临议价能力不足的问题，因此更注重寻找性价比高的供应商，并通过灵活的采购策略来降低成本。此外，随着环保意识的提升，绿色、有机原材料的需求也在逐渐增加，这为上游原材料市场带来了新的发展机遇。

2. 中游生产企业分析

(1) 中游生产企业是糕点行业的重要环节，它们负责将上游的原材料加工成各种糕点产品。这些企业通常分为大型生产企业、中型企业和小型企业。大型生产企业具有规模优势，能够实现规模经济，降低生产成本，同时在研发、生产设备、质量管理等方面具备较高水平。中型企业则处于成长阶段，通过不断创新和提升产品品质来扩大市场份额。小型企业则多集中于地方市场，以特色产品和灵活的经营策略在当地市场占有一席之地。

(2) 中游生产企业面临的竞争压力主要来自产品同质化、原材料价格波动以及消费者需求变化。为了应对竞争，企业纷纷采取以下策略：一是加大研发投入，开发具有独特风味和健康功效的糕点产品；二是优化生产流程，提高生产效率和产品质量；三是拓展销售渠道，包括线上电商平台和线下实体店，以覆盖更广泛的消费群体。

(3)

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/158007106032007037>