

针对烘焙行业的调研提纲与情况收集

组员：刘佳润 马嘉悦 施宇涛

调研目的

- 深入了解行业的现状
- 从从业者的角度，了解他们对于行业的理解、认识、体验情况以及需求
- 从消费者的角度，了解他们对于烘焙服务等方面的认识、需求以及消费过程的体验
- 能够发现一些行业共性问题以及部分门店的特性问题

调研计划

- 线下调研：走访烘焙店、采访与交流 + 对消费者的行为观察

因为不同的店铺所主打的方向以及营销的策略都是不一样的，所以尽可能的选取不同方向的，具有一定代表性的店面进行线下调研。

- 青芝坞“五分甜”蛋糕店——定位小众、以质量换口碑
- 玉泉“达克布蕾”面包店——类似于便利店形式、面向群体固定
- 线上了解与询问，或通过关系进行调研
 - “花颜谷味”蛋糕店——只提供线上配送服务，没有线下门店
 - “全盛斋”点心店——一家老字号点心店，销售方式还比较传统
- 对一些比较知名的烘焙线下踩点与体验，观察用户行为模式

调研展开情况

- “五分甜”蛋糕店：3月22日已经线下走访过。
- “达克布蕾”面包店：3月22日、23日、24日、25日连续踩点观察。**计划于周末进行较长时间的观察与采访。**
- “花颜谷味”蛋糕店：已经进行线上采访
- “全盛斋”点心店：远程托人进行调查与情况了解
- 后面还会安排一些烘焙店线下踩点与体验

调研框架

从业者

- 线下店面的选择
- 是否选择线上预定、配送等服务
- 客流量的需求与平衡
- 产品的质量保证、新鲜度保证以及新品的上架情况
- 宣传方面与运维方面的策略与需求
- TBC（在和店主沟通了解的时候可以发现的新点，比如**原材料的选择、店面的货运配送**等等）

消费者

- 在线下选择心仪产品的时候的考虑点、挑选过程
- 挑选产品时看重哪些点
- 在选择线上订购或者配送时遇到的问题

已经发现的问题收集

- 就蛋糕而言，使用动物奶油品质较好，但成本高、保质期短，只能当天制作当天销售，接受订购也会只接受可控时间内的预定
- 外卖平台抽成对于手作店得不偿失
- 需要好的原材料供应商，一些店面会有比较固定的供应商，一些新店铺则会面临供应商选择的问题
- 新品的推出需要一些途径的了解，一些店面为了推出新品需要时刻关注一些“网红平台”上的推送与分享，以获取灵感或者掌握潮流
- 产品同质化现象显著，各品牌之间的差异也很小，除一些大品牌广告力度较大，品牌知名度较高外，消费者几乎不知道各个品牌的形象、个性
- 消费者面临“选择困难”
- 对于线下门店，商品制作数量不容易估计，容易造成商品堆积，最终只能销毁
- TBC（待发现与补充）