

# 以混合策略 攻佔甜點市場

**Cinnabon 以選址、產品質量及口味調整等不同市場策略，在疫下餐飲業中突圍。**



玉桂卷不僅是歐美地區的傳統日常甜點美食，在香港更愈來愈受歡迎。不少餐廳及烘焙店都會以玉桂卷為其招牌產品。Cinnabon 是全球最有名氣的玉桂卷專門店之一，在全球擁有逾 1,700 間分店。品牌於 2020 年 2 月在西九龍奧運站開設首間香港店。在短短兩年間更增設至三間分店，為顧客提供新鮮即製的烘焙產品及特式飲品。

Cinnabon 香港總監楊駿文在美國品嚐過該品牌的玉桂卷後，矢志要將品牌帶到香港。他說：「Cinnabon 是在美國的知名品牌，分店遍佈全球。香港有很多外國回流的人士及旅客，他們對這個品牌有一定的認識。因此我們有信心能把 Cinnabon 成功引入香港。」

他補充道：「我們見到玉桂卷逐漸受香港消費者青睞，而他們亦喜歡嘗試新口味。很高興品牌能為消費者提供了更多的食品選擇。」

## 選址及本地化成疫市擴充關鍵

Cinnabon 在新冠肺炎病毒疫情期間開業，更不斷擴張。楊駿文分享他成功秘訣：「我相信選擇門店位置是一個關鍵因素。我們的奧運站分店就在一家連鎖超市旁邊，在疫情期間吸引了大量的客流，更促進了我們的外賣銷情。而我們的東涌分店也是位於住宅區的一個大型購物中心，



**選址策略是令餐飲品牌在疫情下能保持銷量的關鍵。**

**Cinnabon 香港  
總監  
楊駿文**

這兩間分店都幫助我們建立了穩固的住宅客戶群。最近開幕的銅鑼灣分店更進一步提升了我們在這個美食熱點的定位，更大大加強了 Cinnabon 在本地市場的知名度。」

為貼近本地消費者口味，香港的 Cinnabon 調整了產品的糖分比例。同時，品牌亦大力發展其精品咖啡及特式飲品系列。除了以創新策略吸引新的忠實擁躉外，品牌亦推出會員獎賞計劃的手機應用程式，吸納更多長期顧客。



楊駿文補充道，面對餐飲業的競爭，Cinnabon 堅持其產品是即場焗製，而且將價格維持在親民的水平。他解釋道，即場烘焙不但令產品更可口，而且可以提升員工多方面的技能。

## 可靠的業務伙伴

對於業務長遠發展，楊駿文表示希望能增加 Cinnabon 的分店數量，但合適的時機和場地亦十分重要。他回想開設第二間分店的經驗：「當初我們不太熟悉香港的租務，幸好投資推廣署將我們介紹給一地產商認識，經過多次會面後，便邀請了我們進駐他們其中一個旗艦商場。」

楊駿文認為投資推廣署的協助對 Cinnabon 十分有用。他總結道：「投資推廣署向我們提供了很多建議，為我們打開門戶，節省了不少時間和金錢。署方又為我們拓展人脈，這對我們的業務十分有幫助。」

## Cinnabon 香港

- 來自美國西雅圖的 Cinnabon 於 1985 年成立，每日為顧客提供新鮮焗製的玉桂卷及自家精品咖啡
- 於 2020 年 2 月進駐香港，現時在奧運、東涌及銅鑼灣均設分店

[cinnabon.com](http://cinnabon.com)