

從香港到世界的烘焙之旅

Bakehouse 計劃利用香港的獨特優勢，帶領品牌邁向國際。

瑞士企業家 Grégoire Michaud 於 2013 年創辦 Bakehouse，公司憑藉優質的烘焙食品，迅速在香港豐富多元的飲食市場上取得一席之地。Bakehouse 最初從事批發業務，其後於 2018 年進軍零售市場，選址城中的主要商業區灣仔開設首間門店。現時，Bakehouse 於全港共有六間門店，並計劃在 2025 年底前將店舖數目增加至 10 間和積極開拓國際市場。

Bakehouse 的歐式手工烘焙產品包括酸種蛋撻、牛角包和酸種麵包，深受本地市民和旅客歡迎。公司致力供應新鮮出爐的優質食品，Michaud 強調 Bakehouse 的全線產品都是每日採用高級食材自家製作。他指出：「我們提議顧客於購買當日享用我們的新鮮出品，以品嚐最佳滋味」。Bakehouse 對品質的追求不僅創出非凡美味，也豐富了顧客的整體體驗，使其成為消費者的不二之選。

立足香港，放眼世界

香港的獨特優勢為餐飲業提供了一個良好的發展環境。這座城市擁有 750 萬人，加上粵港澳大灣區（大灣區）的人口多達 8,600 萬，為飲食企業帶來龐大的客戶群。此外，香港的美食愛好者眾多，並且融資渠道多元化，是企業擴展業務的理想之地。Michaud 說：「只要你有好的想法，便會找到投資者支持和相信你的理念。」憑藉香港蓬勃的創業環境，Bakehouse 得以善用本港的資源和文化優勢推動品牌的多方面發展。

未來一年，Bakehouse 將於新界主要住宅區的沙田增設新店，進一步加強本地業務發展。同時，公司也計劃擴

“我們將以香港
作為發展藍圖，
這裡永遠是我們的
家和總部。”

Bakehouse
創辦人
Grégoire Michaud

大中央烘焙工場的規模和提升產量，以滿足零售和批發業務不斷增長的需求。Bakehouse 還打算開設概念店和開展非食品類的零售業務。

Michaud 認為 Bakehouse 在香港的成功經驗為公司擴展全球業務奠定穩固基礎。他表示：「我們將以香港作為發展藍圖，這裡永遠是我們的家和總部。我們在香港所建立的品牌、形象和營運系統能夠作為楷模，有效地運用到其他市場上。」他亦指出，Bakehouse 已經成功吸引海外投資者的興趣，並正計劃拓展國際市場。

打造經濟實惠的奢華體驗

近年，手工烘焙店和精品咖啡店大行其道。Michaud 說：「新冠疫情改變了消費者的飲食習慣，現在他們偏好較方便快捷的選擇，多於慢慢地吃一頓大餐。」

Michaud 認為，Bakehouse 輕鬆愜意的環境，能讓客戶盡情品嚐手工製作的烘焙產品和現煮咖啡，故能配合消費文化的轉變。他總結道：「展望未來，餐飲行業將朝著方便、快捷和為消費者帶來愉悅體驗的方向發展。」



這正正與 Bakehouse 的使命不謀而合，我們致力為顧客締造經濟實惠的奢華體驗，確保他們每次到訪都感到賓至如歸。」



觀看影片：

Bakehouse

- 全港共有六間門店，公司計劃於 2025 年底前將店舖數目增加至 10 間
- 目前約有 300 名員工，並打算在 2025 年底前將員工人數增加至約 450 人

 **bakehouse.hk**