



《面包新语在甬关闭实体店》后续



一场美食活动上,刚出炉的烘焙食品吸引食客拍照。  
(资料图片)记者 张培坚 摄

昨天,本报报道了宁波面包新语全面关店的消息。“看到这个消息还挺吃惊的,以前我经常买他们家的肉松面包。”昨天,罗女士有点惋惜地说,“不过想想我也确实很久没去他们家买面包了。”

罗女士家住在东部新城一带,因为口味刁钻的女儿,现在的她经常跨越半个市区,到隐藏在白云街的一家小面包店,只为买一个售价20元的北海道吐司。

烘焙这个“外来物种”,正越来越深刻地“入侵”到我们的生活中。不断有店铺关闭或收缩,也不断冒出各种新品牌。不过,这个市场的体量在持续扩大,宁波市民的生活中也越来越离不开它。

□金报记者 童云

## 面包新语全面关店的同时 一批私家烘焙进入人们的生活 烘焙新秀辈出 老网红渐失颜色 消费群体日益扩大,烘焙市场仍在增长期

### 后起之秀鱼贯而出 “老网红”过气很正常

“面包新语关店的原因,我认为关键还是它的产品跟不上消费者的需求。前几年它的门店扩张很快,后来营业额下滑后,老板关掉了一些门店,成为一种恶性循环。烘焙这个行业,产品的更新换代非常快,老板需要花很大的精力。”一位业内人士这样分析。

由于线下实体店已经全部关闭,记者昨天无法联系上面包新语宁波的负责人。不过,业内分析实体店成本较高、产品更新跟不上消费者口味变化的速度、越来越多

新的品牌、店铺和营销模式的出现等等,都是面包新语这家曾经在消费者中口碑不错的面包店关门的原因。

接受记者采访的多位消费者的反映,也证实了业内的分析。吴女士家住世纪东方附近,平时经常去世纪东方打卡,原来,那里就有一家面包新语,吴女士偶尔也会去买买东西,不过这家店差不多半年多前关掉了。吴女士告诉记者,尽管面包新语曾经挺受欢迎,但在越来越多的口味出现后,它渐渐下滑了。

### 线上私家烘焙 从朋友圈转战实体店

在面包新语逐渐式微并最终关门的同时,却是一家家曾经的线上私家烘焙店开起了实体店。罗女士为了女儿跑老远去买吐司的这家店,最初是被一个朋友安利的。女儿爱上他们家的北海道吐司后,她不知道为此搭进去多少汽油费。

“我的合伙人原先就是在微信上卖卖,这家店是2017年6月开的,现在线上线下都做,线下店铺的营业额大概占三成。”妍之烘焙的合伙人Jessie告诉记者,一般的私人烘焙店主要做蛋糕,面包通常只有大的连锁店才会做,因为蛋糕的利润是面包的好几倍。

但就是这家店铺,Jessie差不多开了一年收回了成本,现在正在物色第二家店铺的选址。

在宁波市餐饮业与烹饪协会“咖啡与烘焙分会”秘书长陈淑娇的印象中,差不多

2016年前后,微信朋友圈到处是私家烘焙的吆喝。这一年,私家烘焙也几乎到达了鼎盛时期,2017年慢慢转淡,去年一年只有部分做得好的能活下来。

陈淑娇认为,因为卫生、食材等方面存在很大隐患,很多消费者还是希望能在实体店购买。现在,很多私家烘焙都有实体店做支撑。

2012年,林女士就辞去在事业单位的工作,跑去广州和香港学了一个多月烘焙,第一年就做了几百万营业额。“我能赚到第一桶金全靠微信朋友圈。第二年一些湖州、温州、台州等地的学生来我这里学,回去后他们在网上卖卖蛋糕,普遍收益也不错。”

林女士直言,蛋糕这块业务持稳就行,因为已经过了红利期,现在在运作别的项目。不过烘焙是自己喜欢的,做了这么多年也摸出一些门道,会一直做下去。

### 实体店转身逆势 线上业务开疆拓土

因为兴趣爱上烘焙,并开始了创业之路的不在少数。这些创业者大多是从线上延伸到线下,也有先开实体店又转而拓展线上业务的,比如香颂老板唐唯溪。

“最多的时候我开了3家店铺,现在只保留了世纪东方这一家。现在开实体店成本真的很高,还是做一个店铺比较有把握。去年店铺的营收同比增长了40%。店铺理顺了以后,主要精力放在外卖平台和线上交流平台。”唐唯溪说起自己干这一行4年来的心得,认为现在做零售主要是做感觉,把它做成一种生

活方式。“我一直在运维一个线上社群,我觉得烘焙是生活的一部分,和我志趣相投的人也会愿意一起分享其他感兴趣的资源,比如私人定制服饰、鲜花、教育等等。”

在唐唯溪看来,门店只是一个载体,它可以扩充烘焙以外的东西。烘焙是一个连接点,把同等品位和追求高质量生活的人聚集在了一起。“我们家东西不算便宜,但我无添加、健康、营养,我的客人黏性很高。”

尽管香颂的线上业务起步比较晚,但目前这块业务的营收占比达到三成左右。

### 口味潮流风云变幻 烘焙市场潜力巨大

不管是连锁店还是私家烘焙,关键还是看品质。

这两年,在宁波烘焙界,有活得不错的欧文、绿姿等本土连锁品牌,也有收缩店铺的85°C,关店的面包新语等连锁店;一大波私家烘焙悄无声息了,也有长期被忠实客户复购的小而美店铺。

随着国内烘焙消费群体进一步扩大,烘焙行业的市场容量也在不断增长。据相关部门预测,2020年我国烘焙食品行业销售收入预计将达到5500亿人民币。

“这几年,宁波的烘焙体量一直在上升。而且随着居民消费水平上升,这个行业会越来越好。烘焙之前是休闲品,现在是必需品,成了刚需。以前早餐都喝粥吃大饼油条,现在很多人会想吃面包,年轻一代对烘焙的接受度比原来要高。”陈淑娇表示,以后的发展有两种方向:大连锁走常规路线;单店走精品化路线。

#### ●提醒

#### 开店利润没想象中丰厚

追求高品质生活的人越来越多,人们对烘焙也越来越挑剔。

2017年11月,第一家爸爸糖手工吐司在宁波开业的时候,消费者娜娜就曾跑空了两趟,第三次才买到他们家的招牌原味吐司。虽然要32元一袋,像娜娜这样的忠实粉丝还是不少。“刚开业的时候,好多人说我们做饥饿营销,其实是那时候人手不够,一天只能做100多条吐司。”爸爸糖吐司相关负责人于先生告诉记者,除了和面靠机器,其他都是手工做。口感好,保质期短,成本自然也高。“很多人觉得烘焙这一行利润很高,其实算上房租、人工、原料、损耗等,我们的纯利润顶多20%。有中央厨房的店铺运营成本很低很多,像我们这种现烤现做的,利润肯定比不过他们。”