

# 做个“懒大厨”减压,DIY烘焙渐火

## 新店速增,80、90后是主要客群 相关厨电价格贵成痛点



“一入烘焙深似海。”这是长沙某房地产公司法务经理罗小姐的口头禅。为了打造一个更加舒适的烘焙空间,她最近在自己租

的单身公寓旁又租下一个20平方米左右的小房间,用来摆放烤箱、面包机和各类花式烘焙工具,房租每月400元。

三湘都市报记者走访发现,如今针对烘焙市场有多个动作的企业不在少数。不仅各大卖场出现了马卡龙色面包机、烘焙模式更加完备的烤箱,以手工DIY为卖点的烘焙教室也得提前3天预约。

这一由年轻群体和女性群体为引导的消费品类,在受到更多消费者追捧的同时,其欧包单品的同质化、烘焙厨电动辄上万元的价格,也成为不少市民的“槽点”。

■见习记者 黄亚苹

### 【市场】

#### 烘焙新店速增,半年“冒”出20余家

北海道戚风、彩虹千层、豆乳盒子……8月31日,大四学生周倩像往常一样点开了烘焙微商的对话框,最近“嗜甜如命”的她一周至少有三天会选择高颜值千层蛋糕作为下午茶,“朋友圈里十几个卖蛋糕的微商都是最近加的,准备一一‘拔草’。”

跟周倩一样喜爱高颜值烘焙产品的年轻人不在少数。8月28日下午,记者在意盒蛋糕北辰店看到,两层的展示柜内摆满了数十种烘焙产品,吧台内的两位营业员正在核对他们的外送订单。

店主沈泽瑞向记者介绍,随着年轻人对健康产品的诉求不断提高,符合年轻人审美的健康烘焙食品正成为甜品店一个重要的

经济增长点和引流点,“到店买甜品的人一般都是20-30岁的年轻人,仅咸奶油蛋糕一天的营业额就超过6000元。”

有趣的是,除在产品颜值上下足功夫外,一些烘焙店也选择在产品名字上“先声夺人”来吸引顾客,如“草莓小公举”、“芝士坨坨”、“热恋”等当年轻人喜爱的热词。

据记者不完全统计,今年上半年,长沙相继增开了“TiMi+”、“面包好了”、“爸爸糖手工吐司”等二十余家烘焙面包店。仅在5月才正式对外营业的国金街内,人流量密集的商场入口处就有“汰和麦甜”、“法莱索尔”、“Bread Bay”等面包店。

#### DIY教室日渐红火,周末需提前三天预约

或许是烘焙店的快速扩张激发了一批学生与辣妈的“少女心”,记者走访调查发现,以手工DIY为卖点的烘焙教室生意也日渐红火。

8月28日,记者以“DIY烘焙”为关键词在大众点评上进行搜索,符合条件的DIY工作室超过40家。

在模样烘焙教室里,记者了解到,店内不仅有针对“烘焙小白”开

设的白吐司、黑森林蛋糕等初级课程,也有对材料把控更加精准的坚果芝士棒、提拉米苏等高级课程。随着中秋节临近,该店还推出了适合全家手工的月饼烘焙套餐。

“‘模样烘焙’主要是针对年轻人开设的,二三十岁的年轻会员比例超过90%,现在周末做手工的人挺多的,基本上需要提前3天预约。”模样烘焙教室工作人员胡小姐如是说。

### 【数据】

#### 80后、90后成为面包甜点的主要客群

今年5月10日,美团点评联合餐饮经管自媒体“餐饮老板内参”共同发布了《中国餐饮报告(白皮书2017)》。报告显示,2016年全年,面包甜点店铺数量增加至774393家,增加比例达到37.8%,已成为各餐饮品类中店铺数增幅最大的一种。报告还显示,在美团、大众点评等APP的消费人群比例中,20-35岁的年轻人占比均为74%,他们对于消费额的贡献占比已超过七成。

8月31日,记者就消费者的面包甜点消费频率发布了一项网络调查。这份82.6%的受访者为18-25岁年轻人的调查显示,89.7%的受访者表示在一星期之内去过面包甜点店。同时,更有

33.3%的受访者每月在面包上的开销超过100元。

“烤蛋糕、做翻糖蛋糕、揉面、醒面……闲暇时间我能在自己的烘焙空间呆上一整天。”罗小姐表示,几年前因为自己的吃货属性“入烘焙坑”后,才发现做烘焙绝不是买个烤箱就够了。据她估算,这几年在烘焙上的花销已超过5万元。

“随着年轻人较为喜爱的下午茶、聚会等休闲场景的流行,以颜值和品质取胜的面包甜点成为餐饮业较为重要的业态之一。”酸甜故事合伙人余蓉在接受采访时告诉记者,从2016年开烘焙工作室到现在有了自己的实体店,一年时间里就积累了3000多个会员,其中30岁以下的消费者占比超过50%。



长沙某烘焙教室,年轻人在学做甜品。



### 【吐槽】

#### 烘焙厨电成消费“坑”,网红欧包太雷同

自己在家烤面包、做饼干已成为时下流行的生活消费方式,这也给相关厨电、设备带来了商机。

记者在长沙海信广场smeg店内了解到,凯膳怡的厨师机当前活动价为4999元,若要加上产品宣传页里配备的绞肉、灌肠等功能则需额外购买配件,仅一个擀面切面配件售价就达2300元。而在三湘家电市场、国美电器和府店、通程电器五一广场店等电器卖场,动辄上万元的烤箱也被摆在了品牌展示区的显眼位置。

不过,记者在采访中了解到,不少入门“小白”为了追求正宗、健康等概念,不知不觉地陷入了盲目消费烘焙家电、工具设备以及食材原料的误区,花大价钱买来的高端烘焙设备,却因清洗费时成为家中闲置品。

市民贺先生就表示,去年因女朋友“入坑”为她购买了不少烘焙家电,一个德国进口烤箱就花了一万多元,加上厨师机、搅拌器等设备总共花费超过3万元。“买的时候追求价高质优和颜值至上的理念,马卡龙色的厨师机、复古的搅拌机买回来一年多就用过两次。”

另外,“忽如一夜春风来”的网红欧包店似乎也面临了产品的同质化竞争。“在欧包市场,自‘南仙峰、北巴赫’的局面逐渐被打破后,长沙新开的欧包店无论是软欧产品还是奶盖茶,很少有新品出现。”欧包“发烧友”范悦吐槽到,解放西路新开的欧包店,主打的榴莲王、抹茶红豆等单品都在别处有类似产品。

### 观察

#### 白领减压新方式,科技让懒人做“大厨”

对不少热爱烘焙的人来说,创作出一些“猎奇”蛋糕,把美味做给兴趣相投的朋友吃,这种减压与爱好兼顾的生活方式看起来还挺美妙。

对于各类烘焙教室、烘焙店铺为何在近两年来快速发展,湖南大众传媒职业技术学院心理咨询中心主任、国家二级心理咨询师胡健认为,这与当今社会年轻人的生活压力加大不无关系。

她表示,人在压力状态下会分泌出一些激素,其中的糖皮质激素会让个体对甜味比较敏感,因此吃甜食时带来的甜蜜口感会帮助个体去应对压力,“从自主烘焙的角度而言,在烘焙的

过程中可以帮助个体沉淀情绪、释放心情,讲究美观的烘焙作品也能让个体在完成作品后获得成就感。”

为了适应烘焙市场需求、满足“烘焙小白”的高要求,不少家电企业也在烤箱的功能创新上下足了功夫。西门子家电产品市场部陈超表示,对于刚接触烘焙的消费者而言,一款受热均匀的烤箱也能创造出“大厨”菜式,“随着烤箱功能的日渐完善,产品卖点也更加针对普通家庭的日常烹饪功能,烤箱设置的多种加热模式让消费者只需要完成前期几个简单步骤就能享受‘懒人体验’。”

### 创业者谈

#### 光鲜背后辛酸多,烘焙创业不止有文艺

烘焙的流行,成为不少初入社会的创业者眼中的“香饽饽”。在不少女性创业者心中,烘焙创业的意义远不只是一份工作,而成为一名烘焙师的梦想似乎不难实现。

不过,不少业内人士认为,这种充满文艺气息的茶饮+甜品店模式也正是“杀死文艺创业梦”的一种商业模式。原材料、店面选址、前期营销等成本都成为影响创业能否成功的重要因素,“一步登天”的想法并不靠谱。

沈泽瑞在甜品店创业之路上一走便是好几年。据他介绍,从9年前在北京、上海五星级酒店打工当学徒后,经过一番考察才选择在长沙创业,而在创业前,除了去世界各地碰撞食物搭配想

法外,他还以烘焙工作室的形式试水一年多,为开店前期做好客源积累的准备。

“哪怕是一款看似平常的千层盒子,如何保持蛋皮Q弹薄脆的特色,也需要进行十几、二十几次的试验和改良。”沈泽瑞表示,烘焙甜品单品的可复制性很强,一旦爆款出现,众多店铺也会推出类似产品“蹭热点”,“创业并非想象中那样容易。”

余蓉也认为,做烘焙也不是简单的烤个蛋糕、抹个坯子就行,要经营一家拥有稳定客流的烘焙店,需要有自己的看家本领,“创业前期一天最多能睡5个小时,想要做出一个完美的甜品台往往需要花费一个星期,光鲜背后的辛酸可谓是一言难尽。”