

曾经备受消费者追捧,如今却掀起闭店潮 “烤”问烘焙市场,到底还香不香?



文/片 管悦 济南报道

多家门店消失 面包已经不“香”了?

近日,济南本土烘焙品牌石头先生的烤炉领秀城贵和店贴出闭店告示,宣布于2025年2月7日正式闭店,引发市民热议。“前几年,满大街新开了好多家的面包烘焙店,不少市民排队购买。”济南市民主王女士表示,不知道为什么自去年开始,石头先生的烤炉、慢窑、爸爸糖、好利来等多家面包烘焙店陆续闭店,门店客流量情况也不乐观。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者梳理发现,近几年,多乐之日、bread618、面包新语和皇家美孚、柒枝等品牌相继退出济南市场,曾经在济南多点开花的85度C半年闭店四家,好利来部分门店撤店、西村叔叔济南和谐广场店宣布停业、爸爸糖舜井街店闭店……一个个曾经叱咤风云的烘焙巨头陷入关店、收缩的困境。

与此同时,不少街边自营小店也接连折戟。曾开在济南市印象城的一家自营面包店,面对连连亏损,在高昂的房租、原材料和人力成本压力下,开业不足一年就选择了闭店。

“生意好的时候一天卖个一两千元,有时候都不过千元。”济南市花园东路一家面包店店主小游说,自去年下半年开始,其门店周围五公里范围内已有近十家面包烘焙店因租约到期、经营不善等原因而歇业。

多家烘焙店关闭现象并非济

曾经备受消费者追捧的烘焙店似乎已经不“香”了。近日,石头先生的烤炉领秀城贵和店发布闭店通知。而此前,西村叔叔济南和谐广场店、皇家美孚济南多家门店、爸爸糖舜井街店已悄然关闭。烘焙店为何纷纷关门闭店?记者对此做了调查。

▶济南一家烘焙店内,消费者正在选购。



南独有。去年2月,深圳高端烘焙品牌——昂司蛋糕关闭全部门店;10月,广州连锁烘焙品牌“勿理堂”关闭了广州所有门店;同期,香港烘焙品牌圣安娜饼屋广州门店全线收缩;11月,在天津经营12年的慢城蛋糕全部歇业。

美团数据显示,截至2024年10月,面包烘焙行业共关停门店8.2万家,新开7.5万家,关停率高达25%。烘焙门店的平均存续周期仅为32个月,其中约58%的门店在开业两年内倒闭,而能持续运营超过四年的门店占比仅为24%,行业的业务周期显著缩短。

此外,资本对烘焙赛道的热情也冷却不少。企查查数据显示,2023年烘焙赛道融资数量仅12起,相比2022年的22起,近乎腰斩,公开披露的融资金额更是不到2022年的三分之一。

成本不断增加 竞争日趋激烈

为何这么多的烘焙店纷纷倒闭?提及烘焙店批量倒闭的原因,

济南市花园东路一家面包店店主小游感慨颇多。

成本上涨肯定是重要原因之一。“五年前开烘焙店,用点好的原料,做些爆款的大单品就能活下去。面包生意利润也很可观,店里毛利润能达到35%—60%。”小游介绍,自去年开始,受降雨影响,小麦价格上涨,面粉价格随之上涨。黄油价格较两年前上涨一倍,糖同比增长40%。原材料价格每上涨10%,整体利润将缩减15%。

为了保证利润,小游和周边烘焙店相继提价,十元以下货品在店内几乎绝迹。然而客单价并没有同步增长,日均营业额同比下降40%。

成本增高的同时,行业竞争却日趋激烈,多家连锁品牌、自营面包店涌入济南市场。以济南世茂广场为例,仅商场西塔一层就有鲍师傅、法大吉、红跑车、巴黎贝甜等多家连锁品牌烘焙店,近乎贴身肉搏。周边还有盒马鲜生、奈雪的茶、星巴克等门店也售卖烘焙类产品,竞争激烈。

面对同质化竞争和消费需求变化,有的门店选择引进烘焙人才,持续创新产品;有的门店选择

在社交平台、社群等渠道加大营销投入,也有门店开启了“低价走量”模式。济南一家连锁烘焙店加盟商李先生告诉记者,不少门店产品过度追求包装“大”、货架“满”,希望借此激发消费者的购物欲望,增加营收。从而导致门店损耗增加,有门店报损率近40%。在客单价走低的情况下,如果没有足够的资金储备或者融资渠道,就可能无法维持日常运营,从而选择关闭。

此外,随着当下更多元的风味流行,消费者开始追求更加健康、低糖、低热量。除了好吃之外,还要求产品好看好玩。但大多数老牌不能及时推出新的产品和服务,仅靠几款传统大单品很难立足。还有一些老牌面包店仅仅依靠传统门店销售,不懂得利用直播、短视频等互联网营销方式,很难扩大客户群体,尤其是难以吸引年轻消费者。

烘焙业何去何从 专家:应本土化、大众化

“价格越来越贵了,只有想吃的时候才会买点。”济南市民林女

士表示,面包并非主食,动辄二三十元钱的价格已赶超一顿午餐。印象中,小时候早餐里三块钱的肉松包、四块钱的“毛毛虫”,再配杯热牛奶,完全可以饱餐一顿。

记者走访济南多家热门烘焙店发现,单价15—30元的面包成为主流价格带,10元以下的面包所占份额不足两成。新浪微博上一项“你能接受多少钱的面包”调查显示,34.4万网友中,选择“10元以内”和“10元到20元”的网友占比超九成。

此外,在社交平台上,过分包装、同质化严重、味道配不上价格、分量小、馅料花里胡哨、营销做得好,到手却频频踩雷等原因,也成为不少消费者的“槽点”。

有人退出,也有人加入。2024年,烘焙赛道涌现出一批新品牌,成长出新业态。

例如,在济南街头兴起的两元面包店在西安、北京等多个城市陆续涌现,来自武汉的UH祐禾、上海的DRUNK BAKER等一批新生代区域精品烘焙品牌崛起,攻占商场;蛋挞、司康等大单品为主打的烘焙专门店也在不断涌现;披着零食店外衣的烘焙工厂店喊着“9.9元全场任选”的口号,吸引不少消费者……

“近年来,一众知名烘焙品牌走下坡路,或关店裁员,或倒闭退场。”浙江大学管理学院市场营销学系教授、博士生导师王小毅分析称,烘焙店行业本身门槛较低,同质化竞争激烈,市场很容易供给过剩。加上烘焙产品具有很强的时效性,难以大规模,单店利润空间存在上限。而且房租、人力等成本上升,也让烘焙行业面临资金的压力。目前,消费者正在逐渐回归理性,平价面包将成为消费主流。未来,行业需要降低成本、降低价格,使面包本土化、大众化,才能形成健康、可持续的市场。

兴业银行济南分行:金融活水“贷”动 民营经济高质量发展新活力

民营经济发展前景广阔、大有可为。近日,在北京召开的民营企业座谈会,为做好民营经济工作、促进民营经济发展壮大进一步指明了前进方向、注入强大动力。近年来,兴业银行济南分行聚焦增强服务民营经济内生动力,通过健全经营体系、落实尽职免责、加大资源倾斜、创设特色产品等举措,着力提升民营企业融资可得性,降低民营经济市场主体综合成本,为民营企业发展注入强劲动能。截至2024年末,该分行民营经济贷款余额达到824亿元。

提高政治站位 加强体制机制建设

在民营企业座谈会召开后,兴业银行济南分行立即召开党委会,重点开展“第一议题”学习,传达学习民营企业座谈会精

神,并且要求全行上下统一思想、提高站位,把学习民营企业座谈会精神作为当前重要政治任务,深化经营转型,强化战略执行,不断提高服务民营经济和民营企业质效,为经济社会高质量发展贡献金融力量。

为了进一步强化统筹管理,提升金融服务民营经济质效,根据总行发展规划,兴业银行济南分行在分行挂牌设立民营经济部。并且充实民营经济工作人员配置,细化服务民营企业考核评价方案,科学设置民营企业贷款尽职免责和容错纠错机制,对于表现突出的经营机构和个人设置专项奖励,切实激发基层机构和人员服务民营企业的内生动力。

贴近民企需求 持续加大金融供给力度

兴业银行济南分行积极参

加山东省委金融办组织的“金融直达基层加速跑”现场推进会暨政企合作对接会。在山东省威海、烟台、淄博、泰安等城市,通过政企合作对接会等各种形式进一步了解民营企业的诉求、困境,结合实际不断创新金融产品和服务,加大对民营企业的支持力度。同时,配合各级政府开展“千企万户大走访”活动,深入园区、社区、乡村,摸排对接民营企业融资需求。

针对民营科技企业轻资产、高成长性的特点,聚焦“融资难”“融资贵”等痛点难点问题,兴业银行济南分行不断革新风险管理理念,推进风险评价体系从看历史、看资产、重抵押向看未来、重现金流转变,创新“技术流”风险评价手段,推出“科创贷”“人才贷”“知识产权质押贷”“投联贷”“线上贷”等适用

性更强的金融产品,不断提高民营科技企业信贷投放效率和资金供给水平。截至2024年末,该行民营科技企业贷款余额超过315亿元,增幅近30%。

聚焦绿色金融 助力民营企业绿色转型

近日,兴业银行为山东滨州市某铝业公司发放贷款2亿元,用于企业绿色转型运营,该笔贷款引入第三方专业机构对企业主体开展转型规划评价,是兴业银行首笔铝行业转型金融贷款。

该项目符合转型金融支持项目目录要求,将利率优惠与企业氧化铝、电解铝等主要产品能耗表现情况挂钩,满足企业资金需求的同时,降低融资成本,激励企业自主减碳,减少污染物排放。本笔业务通过“转型评价+利

率挂钩”的创新模式为企业提供绿色信贷支持,为国内铝行业绿色低碳转型提供了可复制、可推广的金融解决方案。

绿色是高质量发展的底色。近年来,兴业银行济南分行深入贯彻落实国家“双碳”战略,聚焦美丽中国建设重点任务和内容,在总行的发展规划下,逐步确立了以降碳、减污为重点领域的业务发展方向,全面升级绿色金融产品与服务体系,绿色金融业务规模实现稳步增长。截至2024年末,兴业银行济南分行绿色融资规模接近1000亿元。

提升民营经济民营企业金融服务质效永远没有休止符。站在新起点上,兴业银行济南分行将持续优化服务、完善机制,助力广大民营企业和民营企业家大显身手,促进民营经济健康、高质量发展。