

线下‘圈’住社区 线上‘链’接全国 30平方米面包店吊足大城市消费者胃口

无论在哪座城市,充盈着麦香的面包店,总是一种温暖的存在。近年来,一些“小而美”的新锐面包店在我市悄然兴起,他们前期投入不大,店铺小但是布置精巧,有着自己独特的风格,受到不少年轻群体的青睐。日前,记者走进一些“小而美”面包店,一探在市场激烈竞争中能脱颖而出的秘密。



▲面包出炉
◀顾客正在选购面包

瞄准低油低糖趋势

“一些连锁面包店的面包普遍比较甜,吃起来会有罪恶感。”11月10日,健身爱好者徐李婕告诉记者,她和朋友都更喜欢成分简单、口感轻盈的面包,解馋又不易发胖。

以低卡、低脂、低糖为主的“轻饮食”风靡,对于面包来说,“不甜腻”已经成为消费者给出的良好评价。在我市,热量低、饱腹感强的面包越来越受欢迎,正逐渐成为年轻群体偏爱的零嘴甚至代餐。

规模较小、面积仅50平方米的应景面包店以这一消费趋势为切入口,主打低油、低糖、无糖系列,有贝果、碱水、软包、吐司、硬欧等品类,单品价格设置在10元至18元之间。

“我们卖得最好的一款面包是红酒无花果恰巴塔。恰巴塔是一种高含水量的意大利面包,制作过程低油、无糖,唯一的甜分来自经过红酒浸泡的无花果肉。出炉后的红酒无花果恰巴塔外皮酥脆、内部湿润,非常适口,很受减脂人士的喜爱。”该店负责人应凯告诉记者,应景面包店仅有2名员工,早上7时开始制作面包,8时左右陆续出炉,加上外卖平台的销售,一天制作的100多个面包基本都能卖空。

“刚上架1个小时就售罄了,大家明天再约蓝莓贝果哦。”在货架上最后一个蓝莓贝果被买走后,麋居面包店负责人鲍南冰赶紧发了条朋友圈。

“这款蓝莓贝果是店里刚上的新品。蓝莓的酸甜搭配乳酪的咸香,口感丰富还带有贝果自身的柔韧嚼劲,我们来回调整了3次配方才达到想要的口感。”鲍南冰说,消

不同于开在商圈的面包店,越来越多的社区面包店出现在我们的身边。藏匿在星牌花苑居民楼的黑羽毛面包店风格独特,设计以白色为主基调,店铺的招牌用大量留白塑造空间感。店铺不大,只能摆下一张桌子,除去操作间面积仅有30平方米。但酒香不怕巷子深,这样一家开在居民楼的小店,却吸引了我市不少年轻人前来打卡。

以‘新’为突破口

费者对口感的追求更多样化、个性化,这就要求面包店破除同质化,迸发新灵感、推出新产品,并根据反馈不断改良升级配方。

据了解,店铺主打日系风的麋居面包店将空间利用最大化,不设置传统桌椅,而是在飘窗处摆放坐垫,方便顾客等待新鲜面包出炉。在把握好产品品控的同时,该店以“新”取胜,坚持研发新品,譬如对已有产品

把面包卖到全国各地

该店负责人李磊介绍,黑羽毛面包店每天制作的面包款式都不同。因此,每天晚上,李磊都会把第二天的菜单制作成图片发在朋友圈。同时,通过公域获客、私域运营,他的面包已经逐渐走出社区,卖到全国各地。

“我们在微店平台卖面包后,消费群体更广且几乎不受地域限制,既有来自北京、上海等一线城市的顾客,也有来自二三线乃至县城的顾客。年轻

做各种变化,从原味海盐卷延伸而来的玫瑰海盐卷花香四溢、甜而不腻,而蒜香海盐卷鲜咸可口,蒜香浓郁。此外,该店的新品也会考虑结合季节性食材,比如秋天,麋居面包店会用桂花、栗子作为食材。“前不久,我们将日清米面粉与桂花相融合,推出了一款季节限定——桂花米吐孙,顾客反响不错,一到下午就差不多售空了。”鲍南冰说。

女性占很大比例,她们对生活品质有所追求,其中一部分爱好健身人士,习惯把面包当作主餐,并且擅长二次加工。目前,我们的微店已经有一万多个收藏量了。”李磊透露,黑羽毛面包店采用限量供应的方式把控品质和输出,一周仅开放一次接单,周日晚8时定量上架,隔天开始备料,备料完成后再次制作、打包、发货。其中,销量最好的是贝果和碱水两大品类。

融媒见习记者 张曼欣

讲文明树新风 公益广告

社会主义核心价值观

富强

民主

文明

和谐

自由

平等

公正

法治

爱国

敬业

诚信

友善

中共永康市委宣传部 永康市精神文明建设办公室 永康市融媒体中心 宣