

记者探访成都部分商圈和社区烘焙行业

日前,专注于餐饮行业的大数据平台窄门餐眼发布的数据显示,截至2026年7月,国内面包烘焙行业近一年净减少门店8.17万家,剔除新增开店体量,实际闭店规模约8.5万家。原料涨价、租金人力成本攀升、网红热度褪去、商超平价烘焙分流客源,多重压力下,部分缺乏核心竞争力的中小门店加速出局。

8月3日,华西都市报、封面新闻记者走访成都部分商圈、社区多类烘焙业态发现,本地市场呈现两极分化:高端连锁、标准化加盟门店客流和营收稳定,而部分本地老店、社区独立小店客流锐减,经营承压。

品牌店的“稳”

日销售额3000元左右
非高峰时段10分钟售10余单

8月3日,记者走进成都市郫都区某大型综合商场实地探访,多家连锁、加盟烘焙品牌展现出极强的市场韧性,即便在行业洗牌期,依旧客流稳定、营收平稳。

在该商场负一楼零食集合区,一家开业仅3个月的加盟手作烘焙店经营态势向好。店内展柜整齐码放着当日现烤面包、蛋糕,定价主打亲民,虎皮蛋糕9元一个,多数面包单品单价维持在10元上下,精准覆盖家庭、上班族日常消费场景。

店内工作人员说:“加盟品牌有统一供应链,原料批量采购能压低拿货成本,店开业3个月客流整体稳定,每日订单量基本维持在100单左右,客单价平均30元,单日销售额稳定在3000元左右,每个月基本都能完成下达的销售指标,整体现金流还算健康。”

位于该商场正门黄金位置的一家全国高端连锁烘焙店更是热度不减。记者看见,该门店装修通透精致,氛围感十足,店员身着统一工装、妆容整洁。全透明开放式后厨清晰可

社区小店客流锐减 连锁品牌经营稳定



成都市郫都区某商场内,一家连锁精品烘焙店客流不断,另一家本土烘焙店(下图)则在6月底闭店打围。

见烘焙师傅持续现烤、分装,展柜里摆满牛角包、蓝莓蛋挞、提拉米苏、手撕包等数十款精致产品,覆盖早餐、下午茶、节日甜品全场景,单品售价区间为15元至30元。

即便在周一工作日下午3点的非高峰时段,店内依旧客流不断,记者现场粗略统计,短短10分钟内便有10余名顾客完成采

单。高端连锁品牌凭借标准化产品、优质体验和稳定口碑,在行业洗牌期仍牢牢守住市场基本盘。

中小店的“冷”

本土品牌烘焙收缩战线
社区独立小店客流不稳

与连锁品牌火热经营形成鲜明对比的是,部分本地老牌烘

焙门店、社区自主小店生存处境艰难,尽显行业洗牌的残酷。

同样是上述商场,一楼临街一处经营三四年的本土烘焙品牌门店,目前已完全被围挡封闭,现场没有张贴任何闭店公告与善后说明。记者走访期间,不时有老顾客专程前来选购早餐、点心,看到围挡后只能无奈离开。商场物业人员说,该门店6月30日正式停止营业,此前未提前公示闭店计划,持有储值会员卡消费者可拨打品牌客服热线办理退费。

记者随后拨通该品牌烘焙店工作人员的电话,对方称:“本次郫都门店关停,源于公司整体经营策略调整,集中收缩低效商圈门店,优化成都区域门店布局。持有充值会员卡的顾客,可前往市内其余正常营业门店消费,也可线上提交资料统一办理退费。”

一位常年在此消费的市民对此感到十分意外:“这家店开了好几年,我经常来买面包,说关就关,太意外了。”

本地老店收缩战线,部分社区独立小店更是举步维艰。记者随后前往成都市郫都区一处大型居民小区一楼临街底商,探访一家2024年开业的独立社区烘焙店。该门店铺面狭小,采用前店后厨紧凑布局,前厅货架上的面包、饼干陈列稀疏,冷藏柜仅摆放少量常规生日蛋糕,少有新上。记者驻店采访半小时,全程没有新顾客进店,店内仅有两名工作人员值守。

该店店主王女士本身掌握烘焙手艺,独自创业开店。谈到当下的经营现状,她说:“门店生意起伏极大,没有稳定客流,工作日订单少。现在原料价格上涨,人工、房租是固定大额支出,根本不敢多聘请全职烘焙师,只能招收学徒,一边教基础制作,一边看店收银,尽可能压缩人力成本。”

为维持基础客流,王女士只能依靠私域流量维系经营。“现在线下自然到店的客人太少,只能添加到店顾客的微信,将其拉入小区顾客群,日常在群内推送新品、发放小额优惠券,靠熟客复购勉强支撑营收。除去固定房租、原料、水电杂费,每月结余十分微薄,长期经营压力巨大。”她说。

——|行业|观察|——

大量闭店 不等于消费需求萎缩

一位从事烘焙行业10年的李先生表示,烘焙开店门槛相对较低,前些年大批创业者扎堆入局,市场快速趋于饱和,同质化竞争加剧,行业内卷现象突出,门店一旦缺乏核心竞争力就会被加速淘汰。

李先生说,和前几年相比,现在消费者的消费心态趋于理性,网红单品热度快速退潮,烘焙门店产品溢价空间不断变小。同时,商超、便利店平价烘焙快速崛起,超半数消费者会优先选择商超渠道购买烘焙食品,这也给烘焙行业带来不小的冲击。

“大规模闭店并不等同于烘焙消费需求萎缩。”8月4日下午,四川旅游学院烹饪职业学院的一位教师说。在他看来,要区分“需求下滑”和“行业洗牌”,关键看消费总量。如今消费者不是不吃面包糕点,只是不再愿意为营销、网红概念支付过高溢价,商超、便利店烘焙分流客源,也在倒逼传统门店改变经营思路。

谈及后续趋势,该教师建议,立足本地消费特点,不必盲目追逐网红爆款,深耕社区客群,平衡好品质与定价;同时优化供应链管控损耗,用差异化产品建立自身竞争力,才是中小门店突围的可行路径。

华西都市报·封面新闻记者 陈静 邹阿江 摄影报道

涪江之畔寻文宗,金华山上诵诗魂

“诗词少年行”研学团明日正式启程

跟着诗词游四川

涪江汤汤,山影巍巍。8月7日,一场以诗为名的夏日漫游将在遂宁射洪市陈子昂故里拉开帷幕——作为中华诗词美育大赛四川赛区的线下重磅活动,“诗润少年·美育传韵——跟着诗词游四川”研学之旅将正式启程。

经过前期征集,“诗词少年行”研学团已集结成团,少年们将在知名少儿节目主持人陈岳叔叔的带领下,登临金华山,于读书台前高诵“前不见古人,后不见来者”,走进文宗苑,细听杜甫《野望》中穿越时空的回响。

一场致敬先贤、叩问诗心的行走课堂,即将在子昂故里的山水间徐徐展开。

文宗苑: 涪江之畔,与子昂隔空对望

沿涪江而行,江水在射洪市龙宝坝村拐了个弯,文宗苑便安卧在这片缓坡之上。整座院落坐北朝南,仿唐木构舒展大气,斗拱层叠,檐角微翘,仿佛唐朝的某个午后被悄然截下,安放在蜀地山水间。

推开那扇厚重的木门,伯玉轩、唐音馆、谏诤厅、文宗堂依次相迎,陈子昂的一生也由此徐徐铺展:少年任侠,壮岁登科,直言敢谏,最终归隐于这片他深爱的土地。

即将到来的少年们将在这里与千年前的少年隔空相遇:在伯玉轩里读他仗剑远游的豪情,在唐音馆中触他诗风革新的锋芒,于谏诤厅前感他刚直不阿的风骨,最终在文宗堂的研学课堂

上,落座、聆听、对话,让诗不再是纸上的铅字,而成为可以触摸的体温。

苑内最深处,陈子昂衣冠冢静默而立,青草覆土,石碑斑驳,与金华山上那座少年读书台遥遥相望,一个安放肉身,一个收容青春,却都指向同一个人不灭的诗魂。

风过林梢时,那声“前不见古人,后不见来者”的长叹仿佛仍在回荡,等待少年们驻足凝神,接住这穿越千年的回响。

如今这里已是“四川省研学旅行人才培训基地”和“《诗刊》射洪创作基地”,书本里的平仄,终于可以在青砖黛瓦间,被轻轻触摸。

金华山: 少年读书处,至今有回声

金华镇北,涪江绕山而过,

金华山便如一方墨砚,嵌在江岸之上。拾级而上,石阶被岁月磨得温润如玉,两侧古柏蓊郁,松针簌簌落了一地。

山腰处,玉京观的红墙隐约可见,这座始建于南朝的道观曾几度易名,却始终守着这片山水的清寂。

而山顶那座陈子昂少年读书台,将是此行真正的落脚之处。石台不高,三面空阔,远眺可见江水如练,近处则林深鸟鸣。

8月的山风将拂过少年们的衣角,他们将在陈岳叔叔的带领下齐声诵读“前不见古人,后不见来者”,稚嫩嗓音汇入山谷,与千年前那个孤绝的身影隔空唱和。

很难想象,当年那个意气风发的少年,是如何在这方寸之地,与经史子集日夜相守,又如何在这片山水滋养中,萌生出那

般苍茫的气魄。李白称他“麟凤”,杜甫誉他“雄才”,而留给今日少年最好的礼物,或许就是站在这方石台上,感受一灯如豆、一卷在手、一个人独对千古的静气与勇气。

如今,读书台周围已建成诗廉文化基地与研学营地,从山间传出的诵读声年复一年,从未断绝。8月7日,又一群少年将拾阶而上,成为“来者”中最年轻的注脚。

华西都市报·封面新闻记者 刘彦君 刘虎

中华诗词美育大赛四川省赛 报名通道:



个人参赛扫码报名



团体参赛扫码报名