

广西南宁市DIY烘焙店经营模式的调查研究

——以OK pose我可手作烘焙、贝丝蜜语法式烘焙DIY为例

王家颖 刘政宣 肖晶 江心屿

广西外国语学院

【摘要】伴随着我国居民对食品接纳程度的逐渐增长以及消费者意愿的转变，食品消费也将进一步呈现多元化的趋势。因而可以将DIY与烘焙食品结合，针对青年群体，推出更具个性化、体验度更高、服务更好的经营方式。以广西南宁市随机选择的两家DIY烘焙店为调查对象，通过线上搜集资料、问卷调查和实地考察的形式，探究DIY烘焙的创新点、可行性分析、盈利模式等。

【关键词】DIY烘焙；消费模式；疫情

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.11.1832

一. DIY行业背景简介

(一) DIY烘焙的定义

DIY是“Do It Yourself”的英文缩写，起源于欧美国家，已有50年以上历史。DIY是自己动手的意思，DIY烘焙就是消费者亲手制作蛋糕、面包、饼干等产品。

随着社会生活条件的提升，人们对饮食方面的要求越来越高，越来越注重食品的健康和营养方面的问题。DIY烘焙让消费者参与食品制作，不仅能够提高消费者对产品的信任度，也能让消费者从中感受到趣味性。

(二) 市场分析

1. 目标客户群体及其规模

(1) 上班族群体

当代上班族的压力日益剧增，渴望寻找一个独享静谧、摆脱压力的方式。DIY烘焙店提供场地，让消费者释放压力，享受清闲时光。消费者通过和家人、朋友或伴侣一起做烘焙品的方式留下美好的回忆。

(2) 学生群体

学生拥有充足的自我支配时间，更乐于去体验新事物，对于DIY烘焙这种新型消费形式更容易接受。考虑到学生群体的消费能力，DIY烘焙店推出的产品以高性价比产品为主。

2. 宏观环境分析

(1) 经济环境分析

随着我国居民生活水平的提高，消费者的消费意愿呈多元化发展趋势。DIY烘焙作为一个新兴服务产业，其拥有巨大的发展潜力。

至今为止，全国已有多家连锁店且发展状况良好，例如湖南的甜蜜公主DIY蛋糕、广州的Double7DIY烘焙&花艺等。^[1]DIY烘焙产业的蓬勃发展现仅限于一线和新一线城市，南宁作为二线城市，DIY烘焙市场处于发展阶段。

(2) 居民消费结构分析

近三年来，我国居民恩格尔系数逐渐上涨。根据联合国对世界各国生活水平的划分标准，30%-40%的恩格尔系数属于相对富裕的家庭的标准。根据中经数据发布的中国居民恩格尔系数资料得出，我国居民生活水平在逐年提高，居民消费结构也不断优化。

(3) 社会文化环境分析

早期的基督教徒认为，出生是意味着受到原罪玷污的灵魂来到人间，是一件不值得用蛋糕庆祝的事情。到了中世纪，人

们借鉴德国儿童节的做法，把蜡烛扔进蛋糕用来辟邪。过生日时需要准备蛋糕的传统才逐渐开始。^[2]中世纪末，香料被欧洲居民广泛使用，它也推动糕点烘焙技术多样化发展。

中国烘焙行业经历了20余年的发展历程，从上世纪八十年代的港式面包，到九十年代合资烘焙厂商的涌入，再到近几年来国内烘焙企业初具实力。^[2]烘焙行业在中国稳步发展，消费者对烘焙产品的认可度和需求也越来越高。烘焙食品进入人们的日常生活中，不再只是生日或特殊节日时的宠儿。

(三) 行业优势

在传统烘焙行业市场趋于饱和的前提下，各类烘焙商店、连锁店的竞争进入白热化。而DIY烘焙行业目前仍然处于空窗期，拥有巨大的发展潜力。DIY烘焙创造了一种全新的消费方式——体验式消费。它不仅能引发消费者的好奇心，还能够提升消费者的满足感。既避开了传统市场饱和的现状，又激发出消费者的购买欲望。

(四) 行业存在的问题

首先是新兴产业风险大，国外的经验与模式无法适应中国市场，国内市场还处于摸索阶段。其次DIY店铺数量少，无法满足消费者需求，给消费者带来较好的消费体验。

二、DIY烘焙店经营模式SWOT分析

(一) 优势分析

1. 外在优势分析

(1) 消费者参与感高、互动性强

DIY烘焙店以向消费者提供体验式消费服务为主。DIY这一名词本身就体现了参与感和互动性。消费者可根据烘焙店提供的产品名单自主选择、制作烘焙品。ok poses我可手作烘焙店在此基础上，提高服务水平——为消费者提供技术指导。使消费者可以根据自己的喜好创作任意样式的烘焙产品。

(2) 商家服务好

DIY烘焙店的经营理念是以服务为本，协助消费者制作烘焙品为辅。服务好，体现在对细节的处理得当。生活中，人们倾向于服务好的店铺。例如，尽管海底捞的产品价格略高于其他同类型餐饮品牌，但它为消费者提供了优质的服务，所以消费者仍就选择它作为消费场所。

消费者可在网络平台进行预约，商家会根据预约的订单准备好材料。消费者到达线下店铺后，店员带领消费者到指定的操作台，甜点师对消费者进行专业教学，让消费者轻松掌握制作技巧，充分感受到DIY的乐趣。当消费者需要协助时，店员

表 1: 两家烘焙店的部分产品

店铺	OK pose我可手作烘焙			贝丝蜜语法式烘焙DIY		
产品	DIY纸杯蛋糕	DI雪媚娘	DIY奶酪棒	八寸鲜奶卡通ins风网红复古蛋糕	六寸复古风手绘蛋糕	十六英寸大双层水果蛋糕
价格(元)	55	48	58	48	36	109

会及时给予指导。

2. 店铺环境佳

(1) 外部环境

ok poes我可手作烘焙店和贝丝蜜语法式烘焙店均位于广西壮族自治区南宁市市中心--兴宁区朝阳广场步行街, 地理位置优越, 客流量较大

(2) 内部装修

就如“人靠衣装, 佛靠金装”, 风格鲜明的店铺对消费者有较强的吸引力, 因而店铺的装修风格占重要地位。通过实地调研, 项目成员发现, 两家DIY烘焙店内部装修都以暖色调为主, 烘托出温馨的氛围。淡黄色与白色的墙体相互映衬, 棕色系的沙发搭配米白色的桌子, 色调简单明了。此外, 各区域功能划分明确, 前台、等待区、烘焙区, 一目了然。

3. 内在优势分析

(1) 产品个性化、多样化

经过实地调研, 项目成员发现, 两家烘焙店的产品风格不同。ok poes我可手作烘焙店内产品类型多样, 贝丝蜜语法式烘焙店以蛋糕产品为主, 其他类型烘焙品较少。两家烘焙店的产品皆可由消费者根据自己的想法创作, 而每个人思想方面存在差异, 因此烘焙产品也呈现个性化、多样化。

(2) 产品安全问题有保障

近年来, 由于食品安全问题十分突出, 添加剂泛滥。而DIY烘焙优于传统烘焙的一点是商家根据消费者的需求, 提前半天准备食材, 或者是半成品。一方面减少原材料的浪费, 另一方面保障了食品安全。

(二) 劣势分析

1. DIY烘焙店有一定脆弱性

(1) 受疫情影响较大

DIY店铺通过体验式消费吸引消费者, 从而让消费者愿意购买店铺内烘焙成品。疫情对实体产业造成一定影响。面临疫情严峻的时期, DIY烘焙店无法正常运作, 当下“不群聚”的防疫措施减弱消费者的上门率, 实体店铺的直接盈利受到冲击。

(2) 烘焙店管理成本高

实体店铺追求提高消费者的参与感和体验感。通过优化管理结构、加大人力成本投入, 避免消费者满意度降低, 使店铺高水平、高效率运行。

(3) 行业门槛低, 竞争激烈

DIY烘焙店规模较小, 投入少。DIY烘焙是传统烘焙的衍生, 经营模式简单, 易被模仿。商家通过“DIY+烘焙”的方式吸引消费者, 传统的烘焙店也争相效仿这一模式, 竞争也应声而起。

2. 消费者时间成本高

相较于传统烘焙行业, DIY烘焙对消费者的时间有更大的需求。DIY烘焙需要消费者耗费时间、精力去完成产品制作。消费者的时间成本相应增加。

(三) 机遇分析

1. 消费模式变化

(1) 体验式消费

随着时代的发展, 人们感受到越来越多的消费方式。虽然传统消费方式仍是主流——即消费者进行支付后马上获取商品。但随着社会的不断进步, 越来越多的消费方式能被人们所接受。比如DIY烘焙这种新型消费方式, 消费者不光要进行支付, 同时还要自主参与制作。

(2) 个性化需求

21世纪, 人们的生活和生产方式发生翻天覆地的变化。这也造就年轻人追求个性化的性格。为了迎合年轻群体的消费习惯, DIY烘焙店在食材上提供多样化选择, 并且优化产品制作过程, 尽力满足消费者的个性化需求。

2. DIY 竞争格局尚未形成

在中国, DIY烘焙是新兴行业, 还处于萌芽阶段, 并未形成完善的行业体系。城市的经济发展水平影响着DIY烘焙店铺的分布, 即使是在经济发达的城市, DIY烘焙店的数量也屈指可数, 在一些相对落后的地区甚至没有DIY烘焙店。

3. 发展前景广阔

(1) 填补烘焙市场的空隙

DIY烘焙行业在南宁的市场占有率低, 而市场上能满足消费者个性化需求的行业较少。为了填补这一市场空隙, 在南宁开设DIY烘焙店进行试运营, 再推广至广西其他城市, 为他们的DIY烘焙行业发展提供可借鉴的经验。^[3]

(2) DIY烘焙的渠道策略

2020年伊始, 疫情影响, 各行各业受到影响, 人们长时间不能外出。DIY烘焙店铺在线上多平台进行宣传, 针对不同用户的使用习惯, 各平台推行对应的宣传策略。例如, 在微信公众号通过图文结合的方式进行宣传, 在抖音平台则通过发布短视频方式。

4. 仪式感经济

近几年, 人们越来越注重生活中的仪式感。从“秋天的第一杯奶茶”到“初雪的第一顿火锅”, 它体现人们对生活的一种态度。人们喜欢在社交软件通过发布照片、视频的形式纪念生活中的仪式感。DIY烘焙店装修精美, 营造了仪式感的氛围, 消费者在制作烘焙食品的过程中也感受到有仪式感、参与感。

(四) 威胁分析

DIY烘焙作为新型行业, 在国内没有很多同行经验, 虽在国外发展已较为成熟, 但其经营模式不一定适合国内。如果DIY烘焙店铺未能找到适合自己的经营方式, 很难实现盈利, 投资商也会减少投资。

结语

“DIY+烘焙”的经营形式新颖。通过对OK pose我可手作烘焙、贝丝蜜语法式烘焙两家烘焙店的实地调研, 以及阅读相关的文献, 仔细探究其背后的商业模式后, 得出以下对DIY烘焙店经营模式的总结:

首先, DIY在中国的发展不久, 商家可通过“DIY+烘焙”的新颖方式吸引消费者。以提供优质的服务, 增加消费者与店铺之间的信任。最后, 商家针对消费者, 推送成型的烘焙产品, 激发消费者消费欲望, 实现店铺盈利。

参考文献:

- [1]何天豪, 沈鸿晨, 吴雪, 王研. 蛋糕DIY行业的市场分析和前景展望[J]. 对外经贸, 2020(02): 51-53.
- [2]丹尼·海特曼, 修文乔. 蛋糕的起源[J]. 英语世界, 2018, 37(08): 82-85.

基金项目: 本文是省级大学生创新创业项目“广西南宁市DIY烘焙店经营模式的调查研究--以OK pose我可手作烘焙、贝丝蜜语法式烘焙DIY为例”项目的阶段性成果。(项目编号: 202113830046)