

夢幻體驗 自助烘焙創商機

洪儷媧 文

2018/04/29

一個自己做甜點的地方，也可以成為家人、朋友、情侶的打卡新熱點。在這裡你不能完全只坐著享受甜點，你必須花錢，同時花力氣才能得到甜點。為什麼體驗製作甜點可以這麼夯？間間開立的自助烘焙店成為時下討論熱潮。

相信甜點對許多人來說，都有一種沒能抵擋的誘惑，對甜點師更有一種莫名的崇拜感。東方家庭不像西方家家戶戶都有一台烤箱，他們吃甜點就如同我們飯後吃水果般這麼稀鬆平常，所以對我們而言，甜點自然而然成為櫥窗中較不親近的美鑽，且多數人可能不太清楚甜點的製作流程。自助烘焙店家因此興起，讓消費者能夠自己體驗甜點的夢幻製程。

甜點自習室 哪裡不一樣？

自助烘焙，簡單來說有點類似我們常聽到的DIY教室。然而劃分還不夠明確，不足以說明與街坊上行之有年的烘焙教室有何不同之處，因此，以DIY「自習」教室來說明會更為貼切。在自助烘焙店內，現場不會有老師直接指導，而是靠平板教授消費者如何製成甜點。以平板提供的簡易流程為教本，當文字訊息不夠清楚時，可以進一步觀看詳細影片。消費者碰到步驟問題或其他狀況，店內專員才會從旁協助。

這點相當重要，因為店家強調的是體驗價值，所以製作過程讓消費者自主才是關鍵。相對於多數的烘焙教室老師會一對多教學，消費者在沒有清楚DIY教室和自習室的差別時，較容易產生烘焙體驗過程的落差感。例如：有些消費者會希望店內專員應能時時輔助，如同烘焙教室老師顧全班，但礙於服務組客數眾多，實際上是需要消費者主動提出問題，專員才能確實接收到需要服務的客人。默默等待他人來解決問題，就會使自助烘焙店家失了讓消費者享受自助體驗過程的美意。





消費者配有平板教學，並跟著食譜上的詳細步驟完成自己的甜點。(圖片來源 / D&W黑白雙搭)

一般的烘焙教室學習門檻相對高，鎖定的族群是對甜點製做有高度熱忱的人，而通常會到自助烘焙店消費的民眾，很多都是零經驗的新手，他們的主要目的是休閒娛樂，不是學習甜點。所以在這個市場裡，除了設點在人潮聚集處，能提供消費者舒適的空間、吸引人的裝潢、充足的設備以及滿足其打卡拍照需要，就容易成為亮眼的店家。自助店家Home.焙小日子的創辦人蔡先生表示，他們希望店內給人的體驗感覺溫馨舒適，有足夠的坪數讓空間不再只是達到方便作業的機能性，而是讓消費者能夠盡情享受做甜點的氛圍和裝潢。



Home.焙小日子打造溫馨可愛的的烘焙空間，提供消費者愉悅放鬆的環境。(圖片來源 / 舞夏設計)

淺談自助烘焙店家的進程

自助烘焙是從2015年開始才被廣為人知，由台中第一家自己做烘焙俱樂部打響名號。近年來，自助烘焙店家紛紛選擇在交通便捷處駐點，例如：火車站或捷運入口附近。這股潮流持續深入一級戰區，2017年底開進台北京站時尚廣場的Funsiamo是具有代表性的店家之一。目前北中南都各有自助烘焙品牌拓店至百貨公司內，而這些品牌何以靠體驗消費的力量抗衡高地價成本來找到一席之地？

自助烘焙能擠身進入百貨公司並脫穎而出的原因，主要是百貨公司受到的電商打擊。在快步調的消費環境中，現代人已經太習慣網路購物，所以百貨公司為吸引消費者到店，增設擁有獨特性的店家成為其策略之一。自助烘焙屬於慢步調的體驗消費，是網路購物無法帶給消費者的感受，因此，親自參與的特性是吸引百貨公司投入的企圖，期望運用體驗聚集人潮。Home.焙小日子目前在台中大魯閣新時代購物中心及中友百貨經營，蔡先生提到，當初受於各百貨公司的邀請，在整體坪數和空間環境等考量之下，才決定進駐現在經營店面的百貨公司。至於租金方面，相較一般租金昂貴的櫃位，百貨公司能以較優惠的價格提供給業者，因為看好自助烘焙能帶來的集客力。

自助烘焙的商機不只限於國內，Home.焙小日子也於今年四月進軍香港，開設第一家海外分店。此外，據台灣服務貿易商情網報導，去年外貿協會籌組了10個連鎖餐飲店家至新加坡參加2017亞洲連鎖加盟暨授權展（Franchising and Licensing Asia 2017）。由於新加坡國際化程度相對高，當地對外來品牌接受度也較高，所以被視為台灣連鎖品牌拓展的重要市場，也希望將台灣特色品牌推展到東協。比較特別的是，台灣此次參與店家包括Funsiamo自助烘焙。由此可見，自助烘焙的潛力是市場上相當看好的產業。



Funsiamo主功高消費市場，也是目前自助烘焙店家中站在前線的品牌。
(圖片來源 / Funsiamo粉絲專頁)

一時熱潮 自助烘焙隱憂

自助烘焙店家大多傾向將目標族群鎖定在女性、情侶和親子上，且網路口碑成為這些店家觸及潛在消費者的重要助力。雖然自助烘焙還處於一個未消退的體驗熱潮，也確實引領了一個新的產業發展。但是從部落客分享的體驗心得，以及多數店家推行的節日活動等訊息綜合來看，似乎較難找到差異化的店家。目前地點、

裝潢、設備、人員素質是多數消費者體驗後在評論時會著墨的地方，然而這些能讓消費者留下印象之處，卻有容易被興起店家取代的隱憂。日後自助烘焙市場的競爭者必定會把上述四項體驗越做越完善，當大家都差不多的時候，自助烘焙會逐漸趨於氾濫。因此，品牌特色可能才是店家屹立不搖的關鍵。找到體驗過程中有什麼是在同質性店家無法感受到的，才會讓消費者不斷回流，創造每次回訪自助烘焙都可以擁有特別且不可取代的體驗。



記者 洪儷娟



編輯 蔡亞融