

申城面包节为何这么香?

藏在美食香气里的青春经济新密码



三月的上海,面包的香气在街头飘动。从3月12日持续至15日的吴中路商圈的“超级美好面包节”,到外滩沿线上周末和本周末连续开展的“外滩国际面包节3.0”,这座城市正用一个又一个与食物有关的“节日”,把日常生活变成连接人与城市的媒介。在那些香气充盈的空间里,一场消费者与商家的“双向奔赴”正在悄然上演。

青年报见习记者 林千惠



“表情”丰富、口味不一的面包。

青年报记者 郭容 摄

消费者为什么去“赶节”

3月15日上午十一点半,正值饭点,吴中路万象城前的广场上,巨大的面包卡通形象格外显眼。摊位前早已人头攒动。抹茶布朗尼、网红罐子巴斯克、泰式牛肉咖喱法棍……每一款面包都像一个小小的诱惑,吸引着人们驻足、排队、掏出手拍照,再心满意足地拎着购物袋离开。

陈女士牵着女儿的手,在一家摊位前停下,买下一款欧包。“我们喜欢日常一点的款,这次主要是来买早餐吃的。”陈女士表示。她们是从社交媒体上看到“超级美好面包节”的消息,特意赶在最后一天来打卡。而本周,她们还打算去“外滩国际面包节3.0”再逛一圈。

像陈女士这样的消费者不

在少数。随着食物节在城市中频频“冒头”,越来越多的年轻人开始把“赶节”当作一种新的生活方式。在“荆芥肥牛米法棍”的摊位前,队伍排得里三层外三层。姚女士和禹女士一早就在小红书上做好了攻略,目标明确地锁定了几家网红店铺:“去年我们就参加了汉堡节,后来大大小小的面包节也基本没落下,就是图个新鲜,挑点自己喜欢的东西带回家。”

商家为什么来面包节

6000种面包,超150个品牌,“超级美好面包节”是2026年上海开年以来单场规模最大的面包节。而在外滩,分两周周末举办的“外滩国际面包节3.0”也集结了超220家品牌,为消费者奉上一场面包盛宴。值得注意

的是,这些品牌中有不少来自外地,甚至世界各地。拿“超级美好面包节”举例,有近80%都是外地品牌。

“上海是一个国际化的都市,消费市场巨大,我们希望借面包节撬开这片市场。”AM.PM奶油商店的主理人薛文静是一名00后创业者,这已经不是她第一次带着面包来上海“赶节”。她的摊位上,黑芝麻欧包、抹茶蛋糕等产品大多都瞄准年轻人的口味。她发现,每次参加上海的面包节,不仅能带来可观的即时销量,更重要的是,后续能有效转化为线上订单。

而对于来自浙江嘉兴的独立面包品牌Mellow mai轻奢麦品来说,这次是他们的“上海首秀”。主打线上经营的他们,选择用面包节作为进入线下市场

的第一步。“我们想面对面了解一下上海消费者的口味偏好。”店员付小姐说,“结果发现大家普遍关注低糖少油,后续我们也会在产品上做相应调整。”

节日背后的消费新趋势

一笔笔消费,一次次排队,既是满足,也是一种信号。从面包节的热度中,不难窥见当下消费市场的一些新动向。

面包节上,售卖的面包正呈现出细分化的趋势。从主打健康、低糖、低油的碱水面包,到年轻人追捧的创意甜品,面包的品类正变得越来越多元,满足不同圈层的口味需求。其中,泰式牛肉咖喱法棍、抹茶可可小青苔……这些融合了地域风味与年轻审美的创意面包,正在成为面包节上的“流量担当”。

与社交媒体的深度融合,则是面包节的另一大特点。“全网粉丝超20万”“小红书商城头部商家”“全网首创”,在面包节现场,这些标签被醒目地标在摊位的招牌上,作为吸引消费者的利器。也有不少食客,是在小红书、抖音看见了相关话题,特意前来排队。可以发现,面包,不仅是食物,也在社交媒体的推动下,变成话题内容和身份认同的一环。

值得一提的是,从去年开始,“汉堡节”“面包节”……在上海这座城市,一个个节日正在被“创造”,“赶节”的体验也随之而生。当食物和日常成为一种节日,城市的消费活力便被无限激发;排队和购买,不仅是支付,也给城市日常留下温暖的人文意义。

青年报记者 冷梅

2小时卖出5万只 这周继续“赶大集” 外滩邀你共享这场“碳水盛宴”

本报讯 当春日的阳光洒向外滩,BFC外滩金融中心的人潮可谓“摩肩接踵”。原来全城的“面包脑袋”都嗅到了香气,来这里扎闹猛。

上周末,“外滩国际面包节3.0”在这里闪亮街头。往常静谧的外滩枫径限时步行街区被人海淹没,“人从众”成为主色调。据主办方最新数据,活动开市仅2小时,面包销量即冲破5万只,现场人气火爆程度堪称现象级,创下国内烘焙市集单日客流新高。

除了人还是人 外滩变身“面包迷宫”

昨日下午一点,记者抵达现场,扑面而来的不仅是阵阵麦香与黄油香气,更是近乎爆棚的人气。放眼望去,活动区域内密密麻麻的人群几乎覆盖了每一寸空地。一些热门摊位前,更是“长龙见首不见尾”,蜿蜒的队伍绕过街角,将通道挤得水泄不通。手机镜头里,除了各式各样的面包,全都是攒动的人头。

“为了这口新鲜,值!”手提5



“外滩国际面包节3.0”上的面包摊位。

青年报记者 冷梅 摄

个打包袋的市民陈小姐笑着向记者展示战利品。她是连续三年打卡的忠实粉丝,早在上午十点多就已到场。“今年感觉规模更大,我已经打卡了好几个网红店,现在肚子有点‘超载’了,但根本停不下来。”

面对如此盛况,不少摊主也直呼“过瘾”。一名经营法式软曲奇品牌的北京摊主,亲率法国星厨奔赴上海。接受采访时,她

笑得合不拢嘴。这次他们带来了5款主打软曲奇点心,多款已经售罄。在她背后,法国米其林星厨撸起袖子,现场准备“独门法式甜点”。

另一名面包摊主感慨道:“我们听说以往人气很高,慕名而来。但真的站在现场才知道什么叫‘震撼’!这排队的长度,完全超出预期,明年我们还要来!”

5000款全球风味 2小时狂卖5万只

记者现场探访发现,“外滩国际面包节3.0”之所以能“拿捏”全上海的“面包脑袋”,靠的是实打实的硬核实力,其色香味堪称绝配。

据了解,本届面包节规模再创新高,汇聚了来自全球45座城市的220余家烘焙品牌。其中,三

分之二为外地宝藏品牌,近三分之一为首次登陆上海的新店,单周最高有160余家品牌同场竞技,是国内难得一见的面包盛宴。

现场更令人眼花缭乱的是,5000多款面包在此集结,让人恨不得多长“几个胃”。手拿精致软曲奇,正在大快朵颐的沈先生告诉记者,这已经是他第二年来参加“外滩国际面包节3.0”。“这一次感觉人气更旺了。今天,我一定要在现场吃到爽,再囤点货回家。”

从经典的法棍、欧包,到脑洞大开的创意联名款,再到各国特色甜点,这里几乎复刻了一张“全球面包地图”。满街的香气弥漫,让人迟迟不肯离去。据主办方统计,活动首日便人气爆棚,开市仅2小时就售出5万只面包。按照当前火爆势头,本周末,人气客流的数字将再创新高。

昨日的外滩,一直被一股浓郁的麦香笼罩着。记者离开时,不断有出租车驶入,路口的行人在打听“面包节在哪里?”“路线怎么走?”本周末,热闹还将继续。趁着阳光正好,赶紧带上你的胃,去外滩赶这场热闹的面包大集吧!在这个春天,用一口碳水的快乐,治愈所有疲惫。