



1994年，台湾出版家卓鑫淼先生的夫人投资200万美元和上影厂合办的马哥孛罗面包，最初开设的时候选择在静安寺艺术书店和上海影城附近汉语大词典门市部内开设了面包屋，并备有座位和饮料，曾经也算网红品牌，它家的可颂、英式蛋糕和葡萄面包一度都是热门产品。

遗憾的是，到了2020年，坐落在新华路上的上海最后一家马哥孛罗关闭之后，这一品牌彻底退出市场。据悉是老板年事已高，但又没有可以接班的人，更不想把品牌交给别人，所以只能把店全关了。

同样在1994年，四川中路开出了第一家“可颂坊”。这也是一位台湾商人开的店，把法国“羊角面包”（croissant）换成法语发音更类似的“可颂”，让这一说法被后来的面包房所沿袭。

曾几何时，可颂坊的可颂风靡上海滩，门店也愈来愈多。遗憾的是，如今在上海的可颂坊门店屈指可数，上海滩高昂的租金成为很多面包房永远的痛。

让租金压垮的还有宜芝多。1999年，这个取了日文音译名字Ichido（意为“再一次”）的台湾品牌在徐家汇美罗城地下一层开了在上海的第一家店，原创主打产品北海道香浓吐司一炮而红。

2016年，宜芝多与上海申通地铁集团签订名为“百店计划”战略合作协议，加速了宜芝多在上海地区门店的拓展，到2020年时达到135家门店。2021年，宜芝多因资金链断裂而关门大吉。

21世纪，各大品牌纷纷“落沪”

如果说90年代新加坡、台湾品牌的面包房在上海发展并不理想，那么21世纪进来的各大品牌相对谨慎不少。

2003年12月，新加坡上市的第一家面包企业BreadTalk在中国的第一家面包店——面包新语在来福士广场开业。面包物语集团是由新加坡本地企业家郭明忠创办，2003年挂牌上市。当时面包新语和其他沪上面包店最大的不同是：面包店采取全透明的方式，顾客可以一边挑选面包，一边观看面包的整个制作过程。这也成为了后来很多其他面包店效仿的一种业态。

2004年，日本山崎面包（Yamazaki）首次登陆中国，首店就开在久光百货。山崎面包于1948年3月由饭岛藤十郎先生创立，1955年开始生产切片面包。以较低土地成本的“中央工厂+批发”的模式进入市场。直到今天，山崎面包在中国市场一

直保持直营模式，并且谨慎开店。

同样在2004年，韩国食品饮料巨头SPC集团旗下烘焙品牌巴黎贝甜（Paris Baguette）进入中国市场并在上海开设第一家门店。因为发展速度不如人意，2010年，巴黎贝甜在中国开始调整策略，以加盟为主，直营为辅，目前加盟占比70%。

2005年，另一个韩国品牌多乐之日（Tous Les Jours）通过进入上海打开中国的大门，也很快采取了加盟形式。虽然门店不少，但是似乎没有明星产品，口碑也一般。

2007年12月，已在中国台湾地区开了3年的85度C进入上海市场，选择威海路茂名路口开张。这是一家定位“咖啡、蛋糕、烘焙连锁品牌”，因此在上海开张那天推出了1元一杯冰咖啡促销，大批穿着羽绒服的顾客冒着冷风排队抢购，队伍从店堂里面一直排到了隔壁餐厅门口。因为主打平价咖啡，面包选择品类多，85度C很快就在大陆市场站稳脚跟，而其中，面包的利润只占总利润的三成。

2012年日本高岛屋在上海长宁开业，虽然不少入驻品牌刚开始都处于亏损状态，但餐饮却总是高朋满座，尤其是负一层的面包品牌“都恩客”（Boulangerie Française）——这是1905年创立于日本的法式面包房。这家绝对是日本百年老字号，在日本已经有超过200家的门店。如今，口口相传的“都恩客”已经在上海开了四家门店，第五家也正在装修。

2017年，另一个日本品牌Briant石窑面包进入上海，特色在于采用“低温发酵法”，传承古老的石窑烘烤技法。虽然Briant石窑面包目前在上海只有三家店，卖得也不便宜，但收获了一大堆拥趸。

和Briant石窑面包一较高低的Fascino Bakery，2016年6月在幸福里正式开出第一家门店，如今在上海已有7家门店，创始人周明授来自中国台湾。

令人欣喜的是，在高端连锁面包房中，还有上海本土品牌，如Pain Chaud百丘。2013年，美食摄影师Chaton在永康路开出了第一家门店，提供法式传统的手工面包与甜点。“Pain Chaud”源自法语，意为“温暖的面包”。

如今，Pain Chaud百丘在上海已有9家门店。规模扩张并没有削弱口碑，反而为Pain Chaud百丘带来了更多追随者。

要知道，上海人的嘴巴很刁，尤其是对于面包，各种品类都吃过了，想要增加顾客的黏性并非易事，很多网红面包房在上海滩只是昙花一现。能够在魔都存活下来的连锁品牌，不得不说肯定有几把刷子，做出好吃的面包只是最低门槛。☑