

长城观察

超长蛋挞，花期为何超短？

一根长达60厘米的蛋挞，在社交平台刷屏，门店前排起长队，打卡视频收获亿万曝光，成为今秋烘焙赛道现象级流量单品。热度来得汹涌，褪去却猝不及防。国庆假期过后，全国多地烘焙门店悄然撤下海报、下架产品，这款网红爆品从爆红到降温，生命周期仅有一个多月。巨大反差引发行业思考：外形“超长”的蛋挞，为何产品花期却格外短暂？

首先，流量的密码藏在视觉冲击里，而非舌尖体验，为撑起长条造型，挞皮被迫加厚变硬，蛋液分布失衡，两端干涩少馅，中间甜腻堆积，酥脆嫩滑的蛋挞本味被牺牲。其次，消费者大多只为拍照分享而来，属于一次性打卡消费，复购根基先天不足。再有，预制供应链门槛极低，跟风商家短时间批量入局，价格战快速打响，用料缩水进一步拉低口碑。

超长蛋挞的昙花一现，并非孤立个案，而是当下网红食品赛道的典型缩影。网红爆品迭代持续加速，流量红利正在衰减。烘焙行业需要思考的是，如何跳出“造噱头、追热点、快速过气”的循环，在流量与品质之间找到平衡点，让美食留住持续消费的食客。

超长蛋挞 花期仅一个多月

近日，“超长蛋挞陆续下架”话题登上微博热搜，引发大量消费者讨论。有消息称，国庆假期后多地烘焙门店开始停售该产品，超长蛋挞生命周期仅一个多月。

9月，超长蛋挞还在全网刷屏。60厘米，拉丝，出片，排队两三个小

时。有人8天卖出70多万份，抖音话题曝光量突破10亿，团购支付金额超过2亿元。

国庆假期刚过，风向就变了，门店销量回落，海报撤下，夜市小摊下架。北京某糕点门店的店员称，超长蛋挞在门店已经上架20多天，高峰期单日可销售500多个，目前销量回落至单日100多个，“预计这两周消耗完库存后可能就下架了”“超长蛋挞这阵风已经过了”。另有商家表示，店里19.8元一个的超长蛋挞还能再卖上两三天，“卖完最后一批就下架”。

消费者愿为新鲜买单 但只为品质复购

消费者愿意花十几二十块买一次新鲜感，也愿意发一条朋友圈。可一旦发现难吃、贵、体验差，就不会再当回头客。当“超长”不再稀奇，产品本身的短板就会暴露：挞皮厚，蛋液薄，两端干硬，中间易塌，掉渣、漏馅、难拿、难吃。9月29日，“全是皮没蛋液”还上了热搜。

一根60厘米的超长蛋挞，热量可能超过1000千卡，接近一顿甚至两顿正餐。大家愿意为它买一次单，却不太愿意买第二次。打卡型消费，复购率天然低。艾瑞咨询联合克劳锐的调研显示，打卡型网红品牌复购率不足15%，而品质刚需连锁烘焙复购率超过40%。

曾有权威媒体调查显示，真正带来复购的是“认同品牌理念、享受情绪价值”。换言之，消费者把“尝鲜的钱”和“复购的钱”分得清清楚楚：新鲜感只给一次机会，品质与认同才能换来长期忠诚。

网红单品速朽 本质是被做成了流量道具

从商业逻辑看，“超长蛋挞”符合当下烘焙行业的一个趋势，在经典成熟产品上，用“轻量化创新”降低研发风险，相比开发新口味、新原料、新工艺，放大尺寸、改变造型、升级包装的成本更低，传播效率却更高。超长蛋挞之前，商家还推出过巨型可颂、巨型芭菲杯、超大奶茶，用视觉冲击制造话题，用社交平台完成扩散，用线下排队形成二次传播。

传统蛋挞靠师傅手工开酥、调配蛋液，是有技术门槛的。超长蛋挞则“去烘焙师化”，全面预制化，解冻、灌装、烘烤即出餐。武汉冷冻烘焙工厂火速量产60厘米挞皮，一站式供货，门槛一平，全国商户几天内集中跟风，跟风直接引爆价格战，一个月内售价从二三十元跌到十几元。

超长蛋挞的背后是同一类现象，产品被做成流量道具，供应链被做成

► 编后

别让网红美食只活在镜头里

□本报记者 秦菁

一根60厘米长的蛋挞，照出了当下流量生意的虚火。它败给“只为镜头设计”的先天缺陷，败给算法催熟的生命周期。仅为拍照打卡而生的东西，注定昙花一现。

供应链能批量复制爆款，却复制不了产品的生命力。商家不是不懂，是清楚风口期能赚快钱，做长期品牌要付出实打实的努力。于是跟

套利工具，门店被做成打卡场景，消费者被做成一次性数据。

同质化内卷，不止发生在烘焙。拼豆店曾动辄五六十元一小时，如今同一商圈十几家扎堆，价格卷到个位数；号称“手搓神器、月入十万”的3D打印龙，如今10元一条都难卖；自嗨锅更以75亿元估值清零、破产清算收场，重营销、轻研发，不做品牌只做流量成了它的致命伤。

算法新鲜优先 平台总在期待下一个爆款

平台算法的逻辑是“新鲜度优先”，永远在寻找下一个尚未被充分曝光的内容，一个话题热度到顶的瞬间，流量自动转向，给下一款让位。中心化的内容分发机制，让视频越火越被推荐，滚雪球般造出爆款——也因此注定“铁打的平台，流水的爆款”。过去一款小吃可能火半年，现在从爆红到下架，常常只用一个多月。

风网红、爆款，人人抢着蹭热度。

流量经济本身并不坏。它能迅速发现需求，也能让小店获得曝光。问题在于，很多商家把“被看见”当成终点。当消费者越来越回归质价比的时候，商家也应认真思考一下：怎样才能长久地留住他们？不能只把东西做长，要把东西做扎实，让人愿意再来消费。

央媒看冀

百年商帮故里飘出新潮咖啡香

新华社石家庄电(记者岳文婷)金秋十月，太行山东麓薄雾初散，秋阳斜洒在河北省武安市伯延镇伯延村的老宅群落。青石板路蜿蜒深处，刚出炉的伯延熏肉咸香尚在巷尾盘旋，转角处的木格花窗里，漫出一阵现磨咖啡香。

古与新、土与洋，在这里撞了个满怀。伯延建村于北宋元祐年间，2012年被列入首批中国传统村落名录。清乾隆年间，伯延先民走南闯北，以中药、绸缎买卖兴起，开创了“南绸北药，货通天下”的传奇，伯延也成为武安商帮核心发源地。岁月流转，伯延完好保留着150余座清末民初的老宅院，却也曾面临人走房空、古宅沉睡的发展阵痛。

今年国庆前夕，伯延古街巷内打造的咖啡主题文街区“遇见伯延·咖啡小镇”开门迎客，沉寂的老宅院迎来了破圈的新主角——咖啡。

“咖啡工厂需要线下的年轻化体验空间，而古村需要新的业态，两边一拍即合。”本土品牌OONE咖啡负责人郝梦洁利落落地萃取浓缩液。在她手中，连翘、小米、薄皮核桃等太行特产化身特调风味。“把武安山野的草木气韵融入咖啡风味，很多外地游客特意起来尝这一口‘特调’。”

古村里的咖啡，没有止于舌尖上的浅尝。国庆期间，2026中国咖啡联赛邯郸赛区冲煮、杯测、拉花三大赛事在这里开赛。古巷转角处，咖啡豆烘



游客在伯延咖啡馆打卡。

新华社发 李树锋 摄

焙工坊、创意拉花公开课引得游人排队体验，醇厚的香气漫溢整条街巷。

“迎宾！”正当来自邯郸的游客郭文娟端着凭票兑换的特调咖啡漫步时，一声高亢的吆喝传来，古巷里锣鼓骤响、红绸翻飞。没有固定舞台，没有坐席区隔，实景演出《商帮归来》徐徐展开。游客们穿行在深宅大院间，有的被塞了一把喜糖，有的被拉进账房当了回“掌柜”。“边喝咖啡边随剧情移步，仿佛跟着剧中人走进了历史。”郭

文娟说。

以咖啡引流，沉睡的古村文脉被激活。武安商帮文化馆内游人络绎不绝；“德沁堂”里太行道地药材与养生茶香清怡人；南侧苏杭丝绸裁出的汉服衣袂飘飘……武安市文化广电和旅游局党组书记魏俊芳介绍，目前已有数十家特色店铺和创意工坊入驻，国庆假期日均接待游客近2万人次。

“下一步，镇内伯延村将以专业赛事和体验工坊为支点，向咖啡生豆仓

储、烘焙研发、研学培训等上下游延伸，真正形成‘文旅引流、产业扎根’的良性循环。”伯延镇党委书记张耀升说，“文旅流量转化为产业增量，带动武安小米、伯延熏肉等本土特色好物开门迎客，打开了特色农产品对外销路，让本地村民在家门口吃上了‘旅游饭’。”

夜幕低垂，古村屋檐下的串串红灯笼次第亮起。暖黄的灯影打在斑驳的砖墙上，游客悠闲品着咖啡。古老的商帮故里，正续写着蝶变故事。

AI短剧让燕赵故事“帧帧入魂”

□本报记者 贾宏博

碎片化观看、高频更新、情绪密集，微短剧正成为网络视听行业的新风口。中国网络视听协会发布的数据显示，2026年上半年，全国各平台上线微短剧36.7万部，平均每天有超过1500部AI新剧涌入市场，占比超过74%。风口之下，河北立足文化资源、算力底座和产业基础，在内容创作、人才培养、传播转化等方面主动落子。

河北发展AI微短剧，首先要挖掘“文化库存”。成语典故、红色记忆、古建非遗、地域民俗，都是燕赵大地的富矿。邯郸深挖赵文化资源，让兰陵王等历史人物重现屏幕；石家庄推出《归关》，把正定古城墙、土门关

变成叙事场景；本土少儿IP还将国防科普、乡土知识融入剧情。“短剧+文旅”正从设想走向实践，邯郸已孵化原创微短剧202部，策划推出50部文旅主题AI微短剧，部分作品热度超过8000万。

好创意变成好作品，还得有算力托底。全国综合算力指数连续两年位居第一的河北，正在把“机房里的数字底座”变成内容生产的“新引擎”。张家口算力资源和数字文创平台吸引了不少企业落地，AI可覆盖剧本、分镜、制作等环节，制作成本降低60%以上，单集制作周期可由3至5天缩短至1天。文旅部门也开展AI短剧实操培

训，让基层创作者从“会用工具”走向“会讲故事”。

不过，技术提速不等于质量自动过关。人物“千人一面”、剧情同质化、表情僵硬、版权和肖像权争议，仍是行业通病。行业数据显示，2026年上半年全网上线AI短剧播放量破亿作品仅千余个。对河北而言，如果只给本土题材“贴标签”，缺少扎实叙事和审美表达，流量也会转瞬即逝。

9月1日起施行的《微短剧发展管理办法》，为行业划清了创作、制作、播出和监管边界，也倒逼企业告别“大水漫灌”。红果短剧已上线AI脸治理专项，抖音推出版权与肖像权预检工具，

平台自律与政府监管正在形成合力。

接下来，河北将进一步打通历史文化资源、算力服务、影视制作和文旅场景，把文化选题库做深，把人才培养做精，把版权保护和平台审核做实。更重要的是坚持内容为王：AI可以放大燕赵文化的光彩，却替代不了创作者的敬畏之心和打磨之功。

技术负责降门槛，文化决定走多远。当河北把千年文脉装进单集不足20分钟的影像叙事，把算力优势转化为精品生产力，更多燕赵故事将“帧帧入魂”，从小屏幕出发，算出一笔文化出海、文旅增收、产业升级的综合大账。

燕赵山河藏万卷

古韵新风里的“自在”正定



石家庄正定，一座将历史活成日子的国家历史文化名城。站在南城门上，建筑学家梁思成曾多次考察的古建筑群尽收眼底，“九楼四塔八大寺”勾勒出“古建筑艺术宝库”的天际线。隆兴寺内，21.3米高的北宋铜铸千手千眼观音静立千年，摩尼殿五彩悬塑倒坐观音以“东方美神”之姿，诉说着“京外名刹之首”的厚重。荣国府中，《红楼梦》的墨香与沉浸式夜游《一梦入红楼》交织，让经典从书页走向当下。

正定的魅力，不仅在古建，更在“活着的古城”。近年来，当地将旅游兴县和古城保护拧成一股绳——开展古城风貌恢复提升，隆兴寺、荣国府等提质升级，同时留住原住民、延续烟火气。八大碗的醇香四溢、正定烧麦的汤汁丰盈，与“子龙出征”互动体验、荣国府红楼盛景沉浸式游园等活动相映成趣，让游客在烟火中读懂“自在”。

这份“自在”不仅来自烟火，也来自精细的服务配套。正定持续优化全域旅游配套，精细化提升旅游厕所、交通、停车等城市文旅服务水平，不断优化“吃住行游购娱”全链条服务品质，让更多游客慕名而来、流连忘返、不虚此行、还想再来。

从雄浑城墙到厚重古刹，从浪漫红楼到市井烟火，正定把文化融进生活，让历史照进现实。燕赵山河藏万卷，正定这一卷，写满“自在”——来这里，总能找到属于自己的“燕赵故事”。

(本报记者 张超)

河头老街有趣又有益

“早就听说河头老街特别火，古风氛围拉满，水系、古建筑拍照特别出片！”国庆假期，来自北京的游客孙宗诗沉醉于运河畔的古街盛景，言语间难掩兴奋。

河头老街坐落于唐山市丰南区煤河与唐津运河交汇处，旧时河头镇商贾云集，曾是唐山近代工业文明的重要印记。昔日冷清闲置的河岸，经系统改造蝶变，水系澄澈、古建雅致，把被时光淡忘的城市记忆重新唤醒。

这里不只是仿古街区，更是一座流动的文化场景。水上市集复刻当年运河码头的繁华，实景演绎《唐王东征》娓娓讲述唐山本土民间传说，街巷间诗词石刻静穆伫立，诗人NPC巡游互动，让传统文化成为触手可及的体验。游客漫步其间，在闲逛打卡之余，便能触摸到唐山厚重的人文底蕴。

街区深耕“文旅+”融合路径，冀东美食、非遗展演、文创手作、古风体验集聚一堂，古韵与新潮相融，实现可观、可玩、可体验、可消费。火爆的人气旺旺商气，不少本地居民在家门口开店创业，稳稳吃上“文旅饭”，收获实实在在的幸福。

以景塑城，以业富民，以文润心。运河流水承载燕赵文脉，市井烟火诉说城市故事。河头老街用鲜活的沉浸式场景，让厚重历史走出典籍，在当代烟火里徐徐新生，为游玩时光添上浓墨重彩的人文底色。

(本报记者 金宗明)

长城融媒

产业跨境出海，企业一起出彩

廊坊文安制造的好物藏不住啦！

提到文安，我们能想到板材、五金、塑料还有很多特色产业。文安，不缺好产品。缺的，是一条高效出海通道。

文安产业基础扎实。塑料制品企业2600余家，从业人员2.7万人。人造板集群年产值超900亿元。产品远销俄罗斯、意大利等国际市场。产业为基、跨境为翼。现在这些好物在家门口就能卖遍全球。

2025年12月，文安龙工场跨境电商产业园正式运营。专为本土产业搭台，背靠大龙网全球资源。链式招商，集聚60余家企业，联动105家配套企业。让企业不再单打独斗，一起出海。

缺人才？缺经验？不敢做跨境？园区安排106场孵化培训，900余人次参训。专业团队全程护航，入驻即享海外渠道订单反向集采。足不出户，对接“一带一路”和全球市场。

现在有人手把手教企业，从零教学、实操指导、资源对接。订单、物流、结汇都有人管，让人很省心。

放眼廊坊，外贸朋友圈持续扩容。贸易往来覆盖200个国家和地区。今年上半年，廊坊全市外贸进出口308亿元，同比增长26.7%。

开放提速，动能更强。文安制造，正以更高效率走向世界。享有“京南水乡”美名的文安，正通过跨境电商闪耀全球。

(本报记者 朱佳莹)

扫码看视频



我的雄安 | 有人研究芯片，他在研究“芯片静电消散”

在精密电子制造中，看不见摸不着的静电是一大“隐形杀手”。可长期以来，高端静电消散设备市场，几乎被国外企业垄断。

2025年4月，徐巍巍加入国投(雄安)先进电子制造产业创新公司，带领团队向这些看不见的静电发起挑战。

详细进行市场调研，反复做好仿真模拟、实验验证，一遍遍对接供应商，他们在焦虑与期待中打磨国产设备。一年多埋头攻坚，他们距离攻破这道行业门槛越来越近。

看不见的静电，拦住过不少前行者。但在这座创新涌动的未来之城，徐巍巍团队迎难而上，立志把这无形的阻碍消散干净。

(本报记者 韩新新)

扫码看视频

