

不产咖啡豆，为何“遍地咖”？ 解码底层逻辑 浙江“村咖”炼成记

◎ 叶诗蕾 姜子桐 肖淙文 李世超 许钟予 任旦雯

“在村子里喝咖啡，也太惬意了吧”“村里来了个‘村咖’，是向往的生活呀”“村里的咖啡店给我惊喜到了，等风来，一起举杯”……在浙江乡村，很多咖啡店成为妥妥的“网红”店，年轻人慕名而来。

其实，乡村咖啡并不是新现象。

比如在云南少数民族村寨朱苦拉，男女老少都喝咖啡，被称为“中国咖啡的活化石”；再如海南小镇福山，在2000年初就大力推广乡村咖啡文化；还有甘肃陇南的康县福坝村，早在多年前就把老旧仓库改造成咖啡馆，可谓十分超前……

但是，有别于其他地方，浙江的“村咖”，却以量大质优成为“显眼包”。

那么，“村咖”又为何选择浙江？不产咖啡豆的浙江，是如何成为咖啡大省的？

01

熟悉咖啡的人都知道，咖啡的风味好坏，火候十分重要。烘焙出“村咖”独特风味的，正是乡村旅游这把火。

在咖啡店密度超某些一线城市的安吉，这一特征格外明显。比如，今年“五一”期间，安吉偏远山区的一家咖啡馆单日最多出杯量超过5000杯，依靠咖啡+露营，单日最高营业额超过30万元。



再如嘉兴海盐的永庆村，靠着浙江省“村晚”出圈，一条贡湖老街成为网红打卡地后，才有了“含咖量”。文艺范、国风味，一家家“村咖”延续着质感，成为村落里的颜值气氛组。

可见，乡村咖啡兴起的主要原因并不在咖啡本身，而在于乡村。浙江为何多“村咖”？正是因为浙江是乡村旅游“优等生”。因为乡村旅游的发展，越来越多的城里人、外地人奔赴浙江广大乡村。

宁波的媒体曾对乡村咖啡做过调查，在一家“村咖”的消费人群中，市区家庭游客占比40%，探店游客占比30%，其他散客占比30%，在这其中，本地乡村人群的消费比例仅占二成。

专业机构数据显示，全国人均咖啡年饮用量只有9杯，但为“村咖”买单的最大用户群，是“喝惯了咖啡的城市游客”以及“渴望从城市逃离的年轻群体”。



随着“千万工程”实施20年所带来的持续改变，之江大地的乡村早已不再是“一张桌子，几条板凳”的传统农家乐模式，743条乡村风景线、2170个特色精品村，千村千面、原汁原味的乡村不仅是村民家门口的风景，更成为众多城里人惦念着的精神原乡。

一方面，“村咖”兜售着美丽的风景，让游客感到温暖、治愈。比如湖州的矿坑咖啡馆，采用售票制，慕名而来的人只为拍一张碧蓝的矿坑大片。为了让游客满意而回，咖啡馆甚至请了位摄影师，不仅包拍照，还包修图。

另一方面，和很多人传统观念形成反差的浙江乡村，更容易引起游客分享的欲望，为“村咖”带来持续不断的流量。翻阅社交平台上对“村咖”的评价，关于咖啡好喝不好喝、品牌是不是大牌的评论其实不多，更多的还是在感慨乡村的变化。

02

除了乡村旅游的这把火，更有年轻人返乡创业这股风，把“村咖”的味道越焙越香。

与城市里的忙碌相比，年轻人返乡伴着青山绿水，听着熟悉的乡音，这本就是理想的创业环境。同时，浙江乡村愈加给力的政策，也吸引着年轻人的回流。比如丽水市，在打出“满城咖啡香”的招牌后，明确提出促进咖啡产业发展“三年目标”，真金白银补贴经营户。

另外，也有专家指出，“村咖”创业成本相对较低，试错空间大，是激活乡村价值的一驾轻骑，这也可以看作青年创业的一种平衡。

这几年短视频等自媒体的兴起，也拉近了青年与乡村的距离，成了返乡开“村咖”的推手。有不少返乡青年，在城里被快节奏的工作“吞噬”着时间，最终因一段乡村视频而被治愈，转而将眼光放到家乡寻求新的就业机会。

值得关注的是，虽然“村咖”火了，但从绝对数量来说，返乡创业仍然是一片蓝海。在青年和乡村的双向奔赴中，乡村不再是简单的生活、创业空间，还承载着年轻人的人生梦想和生活理念。小小“村咖”，成为乡村链接城市的纽带，串联了更多新业态走进乡村，挖掘乡村资源价值。

不少“村咖”选择和乡村合作，通过合资公司的方式与村集体、村民建立利益链接。路更好了、农产品销路更广了，村民得到了实惠……比如宁波市的永旺村，咖啡馆为村里带来了客流、增加了人气，也为村民的手工艺品、土特产打开了销路，2021年村集体经济收入超过340万元。

还有的“村咖”，不断拓宽功能，成为村里的文化客厅，让村子更文艺，精神更富足，乡村里有了音乐会和读书会……例如，嘉兴海盐县的朱家门，“村咖”除了卖咖啡，还帮助村民办起了剪纸非遗展、办起了公益艺术培训，温州泽雅今年还举办了首届咖啡节，民宿、研学、电商、露营、非遗等业态都来开出展位，三天吸引游客4万人次，在张扬个性的青春热血中，这届年轻人正以自己的理念，改造乡村，让家乡更美好。

03

浙江能够诞生那么多“村咖”，是乡村振兴激荡出的一抹涟漪。

乡村发展，夯实了根基。农村居民收入逐年提升，产业愈加多元，要素不断流通，公共服务愈加完善，从小“村咖”的窗口向外望去，是丝毫不比城镇逊色的人居环境。刷身份证可以预约公交车、稻田边也能找到充电桩、卫生服务站和城里一样功能齐全……既能就地享受现代文明生活，又能转角邂逅“诗和远方”。

这样的乡村即使没有流量加持，也会让人来了还想来。

这两年，浙江乡村越来越时尚，而



对“村咖”等新业态，政策也在跟上脚步，针对不同行业、不同区域、不同类型的创业给予更多个性化支持。就像诞生多家网红“村咖”的余村，还启动过“全球合伙人”计划，设立1亿元“余村产业基金”，高调招揽人才、构建业态，打造更多“造血”新细胞。“毕业后回村里没出息”“没有一份正经工作，找不到对象”……曾经，我们身边充斥着这样的观点，但这些偏见，正在乡村振兴的新风中消融。

社会倡导更多青年返乡创业，但网络也存在幸存者偏差，年轻人的乡村梦并非“一返就行”“一返就灵”，更需要多方的力量。于是，乡村振兴研究院、创业联盟、新乡贤……不断延伸拓展，除了实打实的政策，浙江更营造了一方包容的乡村造梦舞台。

有人问，它又能够“火”多久？从这个小切口来看，“村咖”只是乡村振兴图景上的一抹亮色，而与之关联的稻田营地、体验农场、私房菜馆、艺术研学、乡村走读等文旅项目，正在浙江乡村兴起。

即使乡村咖啡馆的未来还需时间检验，但这无疑是一个崭新的开始。

在推进乡村振兴的时代背景下，继续做大做强乡村旅游，引导更多年轻人与乡村双向奔赴，必将引爆更多超乎想象的新业态新项目。

