

乡村咖啡火了！ 为什么“村咖” 越慢越上头？

在“村超”“村BA”之后，广受年轻人追捧的“村咖”爆火。日销8000杯、一个县300多家、上亿元产业规模……在这些标签的激励下，一群年轻创业者带着“诗和远方”的浪漫想象，纷纷开启咖啡馆的进村之旅。



AI制图

“场景消费”让村里热闹起来

在河北石家庄市井陘县南横口村的财神Coffee研磨局，几名年轻人一边欣赏窗外雪景，一边捧着暖乎乎的拿铁、摩卡小口啜饮，几只被收养的流浪猫成了顾客们争相爱抚的宠儿。

暖炉、白雪、咖啡、爱宠……这几样文艺片中不可或缺的元素叠加起来，让人们忘却身处农村。“95后”崔雪婷和朋友专门自驾到此放松。“磨豆的声响、萃取的等待、村里的风景……这一切都能使人慢下来。”崔雪婷说，这种“慢”，对抗着现代快节奏生活带来的焦虑，是她喜欢“村咖”的重要原因。

寒气袭人，年轻人拍照打卡的热情不减。石头村、甘陶河、巨幅少女插画海报……在咖啡馆及附近营地中，处处是充满年轻气息的文案和标语，传递出年轻人特立独行的气质，悄然传递着认同感。

“稀缺场景自带流量属性。”财神Coffee研磨局店主李丹介绍，咖啡店旺季日客流量超过3000人次，其中八成顾客是二三十岁的年轻人，“不少顾客与其说是来喝咖啡的，不如说是来拍照打卡的，他们喜欢的是这个场景带来的情绪价值和松弛感体验。”

特色“村咖”连结青年与乡村

以狼牙山烤红薯为基底，在中空处注入咖啡和牛奶，并用奶泡拉出精美图案……在河北易县西陵镇凤凰台村的慢慢山茶咖啡馆，咖啡师正为顾客制作店内招牌产品——烤红薯拿铁，屋内香气四溢。

“我们希望‘村咖’能使村民和顾客都受益，村民拥有更好的产品销路和就业机会，顾客拥有一处让心灵栖居的空间。”慢慢山茶咖啡馆“主理人”葛重怡说，“村咖”让本地农产品搭上了发展快车，豌豆黄、驴打滚等当地特色小食在店里也销售火爆。

2020年，33岁的葛重怡与合伙人回到家乡河北创办了回山里民宿。民宿所在地终年溪流环绕，森林覆盖率超过80%，负氧离子含量高且无工业污染，游客可在这里体验自然生态生活。2024年，回山里民宿被评为“全国甲级旅游民宿”。

“民宿的成功让我们看到了乡村发展的广阔前景。”葛重怡说，他们积极尝试业态创新，将凤凰台南一处仿古建筑改造为慢慢山茶咖啡馆。传统茶饮与现代咖啡融合的创意很快得到年轻顾客的认可。葛重怡介绍，当地文旅部门在品牌推广、资源对接等方面给予了很多支持，慢慢山茶咖啡馆迅速吸引来客群。

茶咖啡馆吸引了多位返乡青年与创意主理人回村共创。2025年9月，慢慢山茶咖啡馆举办第一届“山村慢谈从徒步到共创”太行徒步论坛，邀请了保定市百余位优秀青年代表，亲身感受乡村脉动，共话回归与创业。

理性经营让“村咖”行稳致远

咖啡需要慢品，“村咖”的意义也要细细琢磨。记者走访发现，一些“村咖”客流潮汐化严重。除了一些位于景区的“村咖”能够依靠景区流量保持淡季客流，那些位置偏远的“村咖”往往面临客流季节性差异大的难题。

曾在山村里开过咖啡店的牛佳薇(化名)告诉记者，2023年，她租下村民搬迁后留下的房屋进行微创再造，开办了一家“村咖”。一时间，不少年轻人前来打卡。但由于淡季客流锐减，2025年已经闭门谢客。

“大部分‘村咖’做的其实都是旺季模式。”牛佳薇说，除去节假日和周末，剩下的200多天里，本地没有咖啡消费习惯的客群根本无法支撑起店面运行。

“村咖”大热之下，一些“主理人”却因经营困难而无奈闭店。主要原因是忽视了乡村的实际特点，缺乏可持续的商业理念，导致经营乏力。产品研发、供应链管理、客户服务、品牌营销……“村咖”的浪漫想象，终究要在商业逻辑的土壤里落地。

李丹说，经营“村咖”有很多需要注意的细节，比如位置偏远会导致物流成本高、咖啡师不好找，可能还存在违建风险、食品安全等问题，这些都需要理性考虑。

“村咖”重点在“村”不在“咖”。今年64岁的黄学礼在河北易县开了一家乡村咖啡舍。他表示，“村咖”不是要取代乡村的茶香、饭香，而是要在熟悉的气味外，增添一缕咖啡香。

河北农业大学经济管理学院副教授胡建认为，许多围绕乡村做文章的新业态、新模式，都可能遇到和“村咖”类似的问题。能够留下来的“村咖”，一定是深耕乡土文化特色，在商业理念和人文情怀中找到平衡，把握住乡村经济发展规律，最终实现了与乡村振兴的同频共振。

据半月谈

每天， 我们不仅仅是一面之约

重庆轨道传媒(重庆晚报)

代理的大平面广告

广泛分布于
轨道车站区域内拥有灯箱、包柱、大幅墙贴、梯牌
及屏蔽门贴等平面媒体形式

精准覆盖

广告创意震撼展现

咨询电话:13002328786(凌女士)



重庆晚报 重庆轨道传媒