

### 3 以咖啡为媒介的新业态

咖啡的社交属性决定了它是个“跨界”佳品,各种业态纷纷看中“咖啡+”,毫无疑问是根据顾客的社交需求做出的改变,咖啡在不断地与各种业态擦出火花。

在贵阳市青云市集内,有一家名为“喵内”的撸猫咖啡酒馆,在融入时下最受年轻群体追捧的“撸猫”风潮,给消费者提供惬意下午茶环境的同时,完美融合“日咖夜酒”,开创了网红打卡+宠物体验+夜间经济延展的新颖消费经营模式。

“喵内”由薛峰、杨艺这对80+90后夫妻共同创办。“我从小就喜欢猫,家里也一直有养猫。”“喵内”主理人薛峰说,现在的年轻人生活和工作压力过大,宠物能够给他们提供一个“情绪补给站”,给他们一些心灵上的慰藉。

贵阳市本土书店“千翻与作”是一家集书店、咖啡馆、文创生活馆于一体的综合性书店。“千翻”原意为爱折腾,“作”有不将就之意,店名有着浓厚的贵

阳方言色彩。

书店里有咖啡店、有文创生活馆,在“千翻与作”的老板黄珺婷看来,书店里“没有什么不可以”,贵阳人也比较适合这种咖啡+融合形态。

在点评网站上,记者发现这家书店评分颇高,不少消费者留下的评语是“氛围感拉满”“Chill(放松)”,还有人表示,书店、咖啡店、文创生活馆于一体,“身体和灵魂都在路上了”。

“几年前,实体书店经营咖啡还被认为是‘不务正业’,如今,人们已经十分习惯咖啡和书一样嵌入商业空间,未来人们或许会更习惯书店出现更多生活色彩浓厚的用品和场景。”黄珺婷说。

在南明区水口寺卜山艺树,阳光倾泻在调色盘和画板上,店里的客人一边沉浸在绘画中,一边品尝店里的咖啡。“对于我来说,能喝到好喝的咖啡又能有一个地方安安静静地画画,实在是充电的好去处。”市民胡女士是卜山艺树的常客,一开始只是想找一个舒适的地方喝

喝咖啡,后来迷上了画画给人带来的宁静与色感体验,现在她只要没事,就喜欢泡在这里,一待就是一下午。

如今,贵阳市的咖啡新业态遍地开花,“咖啡+”音乐、“咖啡+”茶艺、“咖啡+”英语角、“咖啡+”棋牌室等无一不展现了咖啡为媒的多样性与包容性。

不仅如此,近几年贵阳市积极举办各种咖啡主题活动,提升城市的文化氛围和品牌形象。去年12月,首届贵阳“烙锅+咖啡”主题美食季活动在青云市集举行。活动以烙锅+咖啡的跨界创意组合为载体,开展特色烙锅、咖啡赛事、民族文创、潮玩四大主题活动。

作为四大主题活动之一的“2023 PCA 专业咖啡大师竞技赛”,贵阳赛区的比赛吸引了来自全国36个城市、47家咖啡品牌的选手积极参与,100多位咖啡代表加入到贵阳咖啡行业文化交流活动中。此次比赛为贵阳的咖啡文化氛围增添了浓墨重彩的一笔。

### 4 贵阳咖啡抱团共谋发展

在咖啡店采访过程中,记者了解到,有不少咖啡店所用的咖啡豆都来自同一家咖啡工厂——横贯咖啡。

4月11日,记者来到花溪区大职路的横贯咖啡工厂店,这里前区是咖啡馆体验客座区域,后区便是咖啡烘焙室,隔着玻璃便能看到咖啡师正在烘焙咖啡豆。

走进烘焙室,首先看到的是生豆储藏室,这里储存着来自世界各地的优质咖啡豆,这里也比其他空间的温度低一些,因为生豆的储存对于温度有一些要求,需要做好湿度和温度的监控。

“我们的咖啡豆主要来自哥伦比亚、埃塞俄比亚、危地马拉、肯尼亚,基本全世界主要优质咖啡豆都有,云南的咖啡豆也有一些。”横贯咖啡主理人刘开胜在咖啡行业深耕十余年,对咖啡豆的要求近乎苛刻,立志做好精品咖啡。

在横贯咖啡的烘焙工厂里,每天大约可以烘焙出品200千克左右的咖啡熟豆,主要提供给线下合作的咖啡馆门店

使用,约70%销往省内各城市,还有30%销往北京上海等大城市。

“我们目前大概做了20款精品咖啡,更加突出原产地风味,就是想让消费者品尝到原滋原味的咖啡。”在刘开胜看来,咖啡巨头的出现培养了大家喝咖啡的习惯,同时对咖啡品质有了更高要求,越来越多人开始喜欢精品咖啡。

贵阳还有一家咖啡豆销售龙头企业——乔治队长咖啡,乔治这个品牌的豆子在某销售平台上付款人数都是上万的。除此之外,黑石咖啡也开始在探索线上售豆的道路——“线上烘豆一定是咖啡销售的趋势之一,我们也在不断完善线上产品的品质。”雷鸣说。

另一方面,记者调查发现,随着全国连锁咖啡品牌的大量涌入,在价格上咖啡门槛越来越低也是不争的事实,很多咖啡品牌加入低至10元的价格战,给贵阳本土咖啡发展带来了不小冲击。

此外,只注重咖啡品质提升,不注重营销的经营理念,让贵阳的好咖啡成为

“深巷美酒”。

要让咖啡走出深巷,越来越多贵阳咖啡人认识到要抱团取暖,打响本土咖啡品牌。

“贵阳有许多很好的咖啡品牌,但大家各自发展,缺少统筹,成立咖啡协会迫在眉睫。”山川人咖啡总经理王婷介绍,目前贵阳本土的八家企业联名发起筹建贵阳咖啡协会,正在向民政部门申请手续。

“协会可以促进企业的交流与合作,行业内的培训发证、贸易采购、品牌运营等均可互相合作。”在王婷看来,建立咖啡协会,可以更好团结企业,为消费者提供贵阳乃至贵州高标准餐饮服务。

“协会成立以后,我们可以组织CLAC世界咖啡拉花艺术大赛等世界赛事贵阳地区的比赛,共同解决行业痛点,让更多消费者找到消费认同和精神认同。”对于贵阳咖啡未来的发展,王婷充满信心。

#### 【记者手记】

#### 不喝咖啡,贵阳白来了

采访结束,让记者印象最深刻的一句话是雷鸣咖啡师说的:“贵阳一直没有打出咖啡这张名片,我觉得挺可惜的。”

凉爽宜人的天气,筑城深巷,三两好友聚在一起喝咖啡,对于外地游客来说,何不是一种在地化旅游体验?与其打造同质化旅游项目,不如发掘自身城市亮点,激发新活力。

记者发现,在某社交平台上,能刷到“不喝咖啡,贵阳白去了”“来贵阳一定要去的这家咖啡店”等帖子,说明贵阳咖啡对于外地游客来说,还是算一个小众的旅游方向。

贵阳咖啡是有实力打造一个“咖啡文旅地图”的,也可以举办贵州咖啡节,给省内省外的咖啡师提供一个交流学习平台,也给市民提供了解咖啡知识、感受咖啡文化的机会。

另一方面,老街小巷是一座城市独特的记忆,也是历史文化和人文情怀的展现,如何在城市更新改造的过程中保留原有的巷子文化,咖啡,也许是一个载体。

刘云嵩 李伟 万露梅 实习生 谌宏策  
贵阳日报融媒体记者



# 一杯咖啡,浓浓贵阳味

来自筑城咖啡市场的观察 (下)

横贯咖啡烘焙室

