

5月31日清镇市红枫湖镇大冲村十里湖光·美学咖啡馆里，落地窗将湖景框成一幅画。几个年轻人以湖面为背景拍照打卡。

一年多以前，这个村子还没有一家咖啡馆。如今，村寨里的6家“村咖”已开门迎客，第7家正在打造中。

从传统烧烤到精品民宿，再到如今时髦的“村咖”，大冲村的旅游业态正在悄然迭代。一杯杯醇香的“村咖”，正给这个湖畔小村带来新的发展机遇。



红枫湖畔“村咖”飘香

——清镇市大冲村乡村新业态观察

独辟蹊径打造特色“村咖”

大冲村三面环水，坐拥红枫湖上风光优美的璀璨明珠——兴隆半岛。但对游客来说，光有美景还不够。

“以前游客来了，住一晚，或者吃顿饭就走了。晚上想找个地方坐坐，没有。”大冲村村委会副主任林科忠说，“现在不同了，村里有了咖啡馆，年轻人捧杯咖啡能坐一下午。”

在大冲村，80多家农家乐和民宿撑起了旅游产业的基本盘。人流有了，消费场景却单一。“除了吃饭睡觉，缺一个‘慢下来’的空间。”红枫湖镇旅游产业发展相关负责人吴易说。

恰好，贵阳的咖啡文化向乡村“下沉”。城市里咖啡馆越开越多，竞争激烈，创业者们开始到乡村寻找新“蓝海”。而大冲村的游客，也从“观光客”变成了“放空族”——他们要的不是赶景点，而是一种松弛的生活方式。“这里风景好，捧一杯咖啡，能惬意地坐很久。”从贵阳来的游客韩昌雪说。

更关键的是，镇村两级没闲着。镇、村干部帮着找闲置农房，协调选址、办证照，积极推动“村咖”落地。就这样，大冲村陆续“长”出了6家村咖。“我们有意识地引导创业者来大冲。”吴易说，“小投入、快见效、可复制，这是我们对‘村咖’的定位。”

6家咖啡店六种“打开方式”

大冲村的6家“村咖”，涵盖了乡村新业态的多种可能路径。

“蓝调小院”是首家。去年3月，外来投资者将闲置农房改造为布依族蓝白色调的精品民宿，配套“蓝果咖啡”——将蓝莓融入咖啡，做成“蓝莓冰美式”。由于设计品质在线，运营团队专业对接团建，以及具有外地投资者的人脉资源，生意一直不错。

“留白·有渡”走的是“音乐+咖啡+民宿”路线。咖啡馆作为民宿的配套，布置和陈设让人一看就想进屋里坐坐。负责人刘芸熟识一群玩音乐的青年，在这里开展了多场乡村音乐会。由于咖啡馆的加持，这家民宿就算在冬季也有不少客人，夏季更是经常“满房”。

“森畔”是最“土”的一家。村民响应“两清两改两治理”政策，把自家闲置的猪圈改造成了咖啡馆——“坐在猪圈里喝咖啡”成了它的特色标签。

“湖光里”是传统农家乐转型的样

本。原来的农家乐不再经营，新接手的人将其改造为地中海风格的咖啡民宿，集住宿、餐饮、咖啡于一体。

“十里湖光”是目前生意最好的一家。投资人将当地人气烧烤店的一间闲置房屋改为法式湖畔美学空间。不强制消费，拍照免费，靠“出片”场景吸引流量。周末单日销量超200杯，开业不到一个月已成为区域“流量王”，就算是工作日也有不少客人前来打卡。

“云团子”是唯一不临水的村咖，藏身500亩果园深处。主理人周鑫坚持“不加糖、不讨好”，用木姜子、牛油果等天然食材做特调。

“村里的咖啡馆目前还处在个位数，市场容量够，没有明显的同质化竞争。”吴易分析。6家店分布在村内不同区域，定位各异，客群虽有重叠但总体互补。

利用闲置资源激活旅游新时尚

红枫湖是贵阳市饮用水源地。生态红线，是不可逾越的底线。

大冲村人明白这个道理。100多名乡村创业者、党员和村民组成了环保志愿队，坚持巡湖护湖。“从前垃圾靠风吹，如今水清山绿。”林科忠说，“变化的不只是环境，是人的意识。”

咖啡馆作为“轻业态”，恰好找到了平衡点。它们大多利用闲置农房改造，不新占土地，产生的污水量很少而且全部进入污水处理终端净化，不给环境保护增加压力。在生态敏感区，“村咖”这条路是聪明的选择。

数据显示：5月1日以来，大冲村的6家“村咖”总共接待游客约15000人次，销售咖啡3000余杯，营收9万余元。

但大冲村没有满足于“有”。从“量”到“质”，是他们的下一步。“我们不是为了开咖啡馆而开咖啡馆。”林科忠告诉记者，大冲村正在尝试整合村内的民宿、农家乐、咖啡馆等资源，并加强与周边村寨的联动，进一步帮客人拓展游玩空间。

“村咖”在大冲村的角色，不是简单的商业配套。”吴易说，“它是一个触媒——激活闲置资源，吸引年轻人才，改变乡村气质，让大冲村从一个‘过境地’变成一个‘目的地’。”

在生态优先的底线之上，大冲村正在完成一场跨越——这不仅是一杯咖啡的故事，更是贵阳乡村振兴的一个生动缩影。

贵阳日报融媒体记者 许发顺 文/图



留白·有渡咖啡馆



蓝调小院



在路边的留白·有渡咖啡馆



十里湖光咖啡馆

记者手记

“村咖”飘香不止于咖啡

大冲村的6家“村咖”，像6扇窗，让我们看到了乡村产业的另一种可能。

“烧烤+麻将”模式的传统农家乐，以及凭借凉爽气候走红的旅居民宿，曾让贵阳市无数村庄尝到旅游红利，但也逐渐暴露出业态单一、体验单薄、竞争内卷的困境。大冲村的破局之道不是推倒重来，而是“填空”——在农家乐和民宿之间，植入咖啡馆这种轻量、高频、强社交的业态，让游客“住下来”之后还能“坐下来”“聊起来”“拍起来”。

这杯咖啡的意义，不止于咖啡本身。它是对“除了打麻将还能干什么”的回答。它让人们看到，乡村旅居产业可以从“卖床位”转向“卖时间”“卖体验”“卖生活方式”。

更深层的变化在于，这杯咖啡带着城市的审美基因。贵阳“冠军咖啡”文化的影响，精品咖啡品牌的培育，年轻消费者对品质的要求——这些来自城市的养分，正在反哺乡村。一批有理念、有技术、有审美的年轻人回到乡村，把“木姜子咖啡”“蓝莓冰美式”“牛油果奶昔”带到湖边，让乡村不再是城市的“低配版”，而成为另一种生活方式的载体。

一杯咖啡，泡出的是乡村产业升级的缩影，也是“绿水青山就是金山银山”的生动实践。大冲村的探索才刚刚开始，但它的方向已经清晰——让乡村不仅有风景，更有生活；让游客不仅来过，还想再来。