

“下楼就能喝咖啡”

社区咖啡店在福州爆火,不知不觉中多了起来,因小众、放松、接地气,成为年轻人休闲社交的新宠

2
海
都
记
者
陈
悦
瑶

在熟悉而又亲切的街道上,隐藏着一片宁静与温馨的小天地——社区咖啡店。记者走访发现,近期在福州,开在小区周边的咖啡馆不知不觉中多了起来,这些接地气的咖啡小店开进社区,渗透进年轻人的日常生活。

打开某平台搜索“福州社区咖啡”,有5800多条相关笔记,记者发现,大多数探店博主都会打出“舒适、惬意、温暖”等标签,这些社区咖啡店,有些只能蹲坐在马路边聊天、有些养了可爱的宠物,还有一些建了一整面打卡墙。在笔记中,不少人提到,社区咖啡店不仅提供了一杯香浓的咖啡,更提供了一个人们可以放松、交流、学习的地方。

“下楼就能喝咖啡”,根据大众点评去年年底发布的《2022年咖啡潮流趋势报告》,每座城市都有咖啡馆大隐于市,社区咖啡店增长迅速,去年咖啡新店在住宅小区的复合增长率达到71%。那么,福州年轻人对社区咖啡店是何态度?社区咖啡店经营者的经营思路如何?记者进行了一番了解。

走访

咖啡店都比较小 每家特色各不同

与连锁咖啡厅开在人流密集的商圈、写字楼不同,社区咖啡店选择开在城市的弄堂巷道,等转角的人们与它进行一次“偶遇”。

同时,社区咖啡店无论是装修还是产品,特点都更加鲜明,体现出店主的个人品位。

16日中午,记者来到了福州鼓楼区水部街道附近,这里的巷子里,藏着不少社区咖啡店。记者发现,不少社区咖啡店的规模都比较小,只有几张桌子,十分温馨。“在这里开店,熟客比较多”,经营咖啡店三年的林先生说,除了基础的美式咖啡、拿铁咖啡之外,他还推出了一些特调产品。他认为,现在的咖啡店众多,每家店都得有自己的特色。

咖啡师叶女士告诉记者,在从事这份工作之前,自己也是社区咖啡店的客人之一,从事这份工作是因为个人喜欢自由且热爱生

活,而咖啡店的工作就像是在分享美好,“客人就像朋友一样,每天可以接触不一样的人间烟火气,日子不会觉得无聊”。叶女士说,在社区咖啡店,吸引客人的除了装修、饮品之外,店员的性格也十分重要,如果性格活泼开朗,会比较受客人的欢迎。对于前往社区咖啡店的人群,叶女士向记者表示:“一般早晨来的客人集中在9—11点,大多是销售、设计、摄影等人群,因为他们上班时间比较弹性。下午茶时段也会有一个小高峰,人群以宝妈为主,她们往往在送孩子上学之后,会来喝杯咖啡,一两个小时后会去接孩子放学。”

叶女士说,福州社区咖啡店目前比较饱和,有各种各样的风格,百花齐放,“发展前景还是有的,需要做好有两点,首先要更专注做好产品,其次需要更多元化的客户服务体系”。

16日下午,记者来到了位于鼓楼区的AFTER咖啡店,见到了合伙人张先生。他向记者表示,当初几个朋友一起开设这家社区咖啡店的初衷是为了让朋友们有一个“据点”,而选址主要是因为附近小区比较多,能带来稳定的客流。“我们的

那么,对于琳琅满目的咖啡店,福州消费者为何会选择社区咖啡店呢?

福州市民毛毛告诉记者,她认为这些咖啡店比连锁品牌更有个性和格调,每家店的布置和氛围都不一样。“我之前在小巷子里发现一家店,是老小区一楼改造的,有露天座位,很适合和几个朋友约在这里喝咖啡聊天,还有一只猫可以撸。”毛毛说,她认为社区咖啡店可以给人一种新鲜感,因



毛毛打卡的社区咖啡店(毛毛供图)



位于鼓楼区的AFTER咖啡店(张先生供图)

合伙人 咖啡市场竞争激烈 需差异化运营

LOGO设计、店面装修等都是由几个朋友自己做的,效果也比较符合我们的理念。”

记者注意到,这家咖啡店不大,室内仅有五张桌子,但是室外有一个露天平台,能够容纳更多客人。

“我们不仅卖咖啡,

还利用晚上这个咖啡需求较少的时段把咖啡店变成一个小酒馆,是一个‘早C晚A’的形式。”张先生对记者说,目前福州咖啡市场竞争十分激烈,今年以来,附近开了不少同类型社区咖啡店,需要做差异化运营,才能在市场中站稳脚跟。记者了

解到,这家社区咖啡店已开业半年左右,在年轻人喜欢的节日,会进行活动策划,以吸引更多客流。“我们每个合伙人的分工都不同,有一个人专门负责咖啡店的日常运营,他会进行节日活动的设计。”张先生告诉记者。

消费者 社区咖啡店更有个性和格调 人情味更浓一些

为老板通常都是很热爱咖啡的人,会自创一些很特别的咖啡饮品,“这些创意咖啡还会附上小卡片讲解创意灵感和喝法,店主也很热情,我很喜欢这种看别人投入自己热爱的行业时的感觉,很有感染力”。

福建师范大学大四学生小金经常会独自前往福州不同的社区咖啡店打卡、看书学习,他向记者表示,“我一般是通过大众点评选择社区咖啡店,如

果跟自己喜欢的风格比较契合,就算远一点也会前来打卡。”他认为,网上对咖啡店的评分,一般能体现店主的经营思路,成为他选择社区咖啡店的重要依据。

而探店达人李六七则告诉记者,去社区咖啡店有时候是图方便,且社区咖啡店的人情味会比连锁店更浓一些,“有种去朋友家喝杯咖啡的感觉,更加自在温馨”。李六七表示,她有时会在工

作日休息时一个人前往社区咖啡店,人比较少,也相对安静,这里能够让她“放空自己”。对于咖啡价格方面,她则认为自己常去的几家单品价格都在可接受范围内,大约是20~30元,但是有一些所谓的社区“网红店”定价则比较离谱,一杯精品手冲咖啡售卖到168元,让她不能接受。她希望现在的社区咖啡店可以多出一些平价产品,吸引客户前往消费。

常来有福之州 领略福气韵味

“有福之州”文旅推介会在京举行,诚邀天下来客,沉浸式体验得天独厚的“福”文化底蕴

海都讯(记者 吴臻 陈晶羽 毛朝青 文/图) 12月15日,“有福之州”文旅推介会在北京人民网1号演播厅举行,向天下来客发出共同领略福州城市魅力的邀请。记者从福州市文化和旅游局获悉,此次推介会以“集福、寻福、品福、享福、赏福”为线索,呈现福州的历史文化、人文风光、美食美景,将有福之州的故事娓娓道来。

“福人居福地,福地福人居。”福建省文化和旅游厅二级巡视员苏忠明在致辞中表示,素有“山海画廊、人间福地”美誉的福建多年来致力于做大做强做优文旅经

济。当前福州正进一步加大文旅经济发展力度,全力推进全域旅游建设,持续打响“有福之州”城市文旅形象。推介会上,福州市人民政府党组成员、副市长孙晓岚向观众们介绍了展现中美友谊佳话的避暑胜地鼓岭、承载“半部中国近代史”的三坊七巷、中国近代海军和航空工业摇篮的马尾船政、“万国建筑博物馆”烟台山等福州文旅资源,并向广大网友发出邀请,“常来有福之州,游福山福水,泡金汤福泉,品茉莉福茶,感受福州之美,同做有福之人”。

此外,推介会也邀请到中国当代画家、美术评论家、

美术教育家、中国美术家协会主席范迪安,《啊!鼓岭》作者刘中汉等来自各界的嘉宾,从不同的层面为福州推介。“福文化中的‘五福’,最早见于先秦古籍《尚书》的记述。”推介会上,范迪安以艺术家视野分享了对福文化的思考。他说,作为全国唯一在名字中冠以“福”字的省会城市,福州拥有得天独厚的“福”文化底蕴,希望更多人来福州旅游、体验、表达,通过艺术创作沉浸式感受充满福气的城市韵味。作者刘中汉则从美国教授密尔顿·加德纳的一声“fuchow kuliang”说起,讲述了一段漂洋过海寻觅百年的“鼓岭



三坊七巷游人如织

故事”,感人至深。

值得一提的是,当天还举行了福州节气旅游合作

签约仪式,福州市文化和旅游局与中国传媒大学电视学院签订了节气旅游宣传

战略合作协议,最新福州文旅主题曲《有福之州欢迎你》也在会上进行发布。