



“福地”咖啡



“福地”咖啡店内桃子正在忙碌着



经常来“福地”咖啡店内享受咖啡的老人 受访者供图

下沉到社区的咖啡店 闯出充满烟火气的新赛道

5月8日上午,位于南通市崇川区的“福地”咖啡店开门迎来了最早的一拨客人。她们在工作间隙来这里放松身心,暂时摆脱工作的压力。这家咖啡店附近有银行、居民区,光顾的大多是老面孔。多年前,进入中国的星巴克定位中高端市场,咖啡这个词由此与“小资”进行了深度“捆绑”。而瑞幸、库迪等咖啡品牌,则利用价格优势将咖啡带进更多消费者的视野。连锁咖啡店已经遍地开花,个人经营的独立咖啡店则跑上了新赛道。最明显的就是选址——这些社区咖啡店开到居民们的家门口,染上更浓的人间烟火气。



扫码看视频

现代快报/现代+记者 严君臣 花宇 朱鲸润 文/摄

三个好友相约辞职创业,开了家社区咖啡店

出生于1994年的小陈,与两个朋友合伙开了这家“福地”咖啡店。之所以起“福地”这个名字,是因为所在的崇川区有着“福地崇川”的美誉。他们三个原本都是朝九晚五的“打工人”,都非常喜欢喝咖啡,也有过在咖啡店兼职的经历。2021年,他们终于下定决心,辞职创业。

这家店的选址,是在跑了几个地方后最终定下来的。“最优先考虑的是交通便利,这附近有银行、小区,虽然不是逛街的热门地

段,但感觉市场应该挺大。”小陈告诉现代快报记者,这家店大约50平方米,年租金在8万元左右。开店最大的投入是设备,花去了10万元左右。他们三个既当老板又当店员,两个人搭班,三人轮流看店,日常工作节奏还是比较自由和舒适的。

小陈说,他们的目标消费群体是咖啡爱好者,也就是俗称比较“懂行”的,对咖啡文化有一些了解,对咖啡豆的品类、制作手法比较熟悉。店里咖啡的定价比星巴克低一

些,也能适应更为广泛的消费群体。

至于以更低的价格在各个城市快速扩张的瑞幸、库迪等咖啡品牌,在小陈看来,“它们吸引的是更为年轻、热爱潮流文化的消费者,我们店里的顾客以三四十岁的上班族为主。”小陈的合伙人桃子补充道:“不同类型的咖啡店面向的受众不同,赛道也不同。”

小陈告诉现代快报记者,店里日常每天的客单量在40~50单左右,周末节假日能达到60单,现在在日常经营已经基本稳定下来了。

从无到有,社区咖啡店面临着多重挑战

位于无锡市梁溪区沁园新村五星小区的黑泽咖啡,已经开了5年。客人大多是熟客,有些一待就是小半天。

店主老周是一名80后,旅游管理专业毕业,大学实习时,正式与咖啡结缘。“那时候我分配在西餐区,学长在水吧台做咖啡,有时候会给我们尝尝,也会让我们去吧台尝试做咖啡。”2008年那会儿,咖啡还属于比较小众的事物。

2011年,老周开始创业,但他的第一家咖啡馆很快就失败了。“那时候我和别人合伙在南大街开了一家咖啡店,租金比较高,很快就支撑不下去了。”

上了三年班,他决定再次创业。“在外面上班其实也是和咖啡打交道,想来想去还是想做自己的咖啡店。”这三年也给了老周提升技术的时间,他还从此前的失败中吸取了教训——一定要想办法降低租金。于是,走社区的思路油然而生。

2015年,老周在独月路寻到了一处租金

相对划算的店面,首家黑泽咖啡诞生。“这处店面就位于社区配套的商业广场上,我们的客群大部分是中年人,还有家长带着孩子来,也有中学生。”首家黑泽咖啡更像一个茶室,给周边居民提供了茶余饭后聚会的去处。

但社区咖啡店的日子也并非永远平稳,2016年开始,更多优秀咖啡品牌开始出现。“因为我一般上午11点钟开店,11点之前我会去市里转转,那时候就发现了我和市里其他一些咖啡店有差距了,他们的氛围更好。”发现差距后,老周及时调整了运营时间,开始抢占早咖啡市场。此外,他也一直在找靠近市区的社区店面。2019年五星小区一家书店停止经营,老周接盘开起了黑泽咖啡第二家门店。“当时来看,我们五星小区这家店地段还是可以的,外卖覆盖率较高。”

2020年起,走低价格路线的连锁咖啡店如雨后春笋般出现,这又给老周带来了新的冲击。于是黑泽咖啡对产品原材料进行升级,降低价格,同时增加了一些推广成本。



老周正在制作咖啡

疫情期间,不少社区咖啡店没能支撑下去,但老周又连续接盘了三家门店。“有些是小咖啡馆不做了,但装修还是可以继续使用的。还有些是社区门面房价格可以。最多的时候我有五家店,最终只有一家因为租金上涨我们退出了。”目前老周的四家门店,全部走的是社区咖啡路线。

留住人间烟火气 是社区咖啡店的“法宝”

近年来,随着咖啡经济的兴起,“咖啡指数”已成为反映一个地区经济活力、城市竞争力的指标之一。南通崇川区共有各类咖啡馆超400家。南通市崇川区商务局制作和发布了咖啡地图,详细标注了环濠河咖啡集群、商圈和特色街区里的咖啡店。地图还标注出隐藏在社区里的宝藏小店。这些社区咖啡店正以一种“慢而美”“小而精”的姿态融入周边生态。

在激烈的市场竞争中,这些社区咖啡店是如何立足的?在小陈看来,没有大品牌的“加持”,也没有太多价格的优势,社区咖啡店留住顾客,主要依靠的还是浓浓的人间烟火气。

开在街头巷尾的社区咖啡店,顾客多来两次就会给店员留下印象。住在附近的教师,会在每天下班后来这里买咖啡,跟店里的狗狗互动一会儿;在附近上班的打工人,会在上班前走进来点杯咖啡,给自己“充电”;甚至连外卖小哥,也会在快节奏的工作之余,与店里的狗狗玩耍,脸上露出喜悦的笑容。

在小陈印象里,还有一名特殊的顾客。这是一名六七岁的老人,每隔一段时间会来店里买杯咖啡。他每次都是独自前来,使用现金消费,常点的咖啡是拿铁。他也不跟店员唠嗑,每次都是安静地点单,然后坐在门口的椅子上独自品尝。他往往会待上半个小时左右,享受独处的咖啡时光。

每次看到这样的顾客,小陈他们就会深刻体会到社区咖啡店的意义。“我觉得社区咖啡店就是给人一个可以放松的地方。”桃子告诉现代快报记者,社区咖啡店为上班族和居民们提供一个可以休息和交流的平台。“上班上累了,可以和朋友来这里喝杯咖啡,放松自己的同时,还能为对方提供情绪价值,互相促进。”

分类广告 刊登热线: 025-84783581、13675161757
地址: 洪武北路55号置地广场1806室

遗失

遗失 南京市浦口区邓琼化妆品店公章,声明作废。

遗失 陈姝昀出生医学证明,编号:T320361080,声明作废。

遗失 南京市建邺区南苑街道铂领公寓住宅小区业主委员会财务章一枚,声明作废,寻回后不再使用。

遗失 江苏凯宁拍卖有限公司公章,声明作废。

遗失 南京速鲜农业科技有限公司财务章,声明作废。

遗失 义乌商品城B4-3-306号收据,编号:0015624,声明作废。

遗失 江宁区茶宜世饮品店营业执照,代码:92320115MACPPEN88P,声明作废。

遗失 南京洪泰建材有限公司公章,声明作废。



请用**文明**
尺子丈量自己

中宣部宣教局 中国文明网