

2021年10月21日 星期四
责编:刘芳
美编:郭金芳
校对:曹韵红

呼呼的北风吹着,走进一家咖啡馆,点上一杯热咖啡,成为不少年轻人的“刚需”。连日来,记者走访株洲街头,不管是在热闹的商圈,还是文艺气息浓厚的小巷,随处可见一间间独具特色咖啡馆。咖啡消费群体也在逐渐壮大,并成为年青一代社交的热门选择。

有数据佐证,咖啡市场在增长。根据伦敦国际咖啡组织数据显示,我国咖啡消费年均增速达15%,远高于2%的世界增速。到2025年,中国咖啡消费市场预计将达1万亿元的规模。

咖啡,正在走向流行

1996年出生的欣欣,每个工作日的咖啡路径是这样的:早晨出门上出租车,打开瑞幸小程序下一杯美式咖啡,二十多分钟后,到公司楼下的瑞幸门店直接拎走咖啡,随后开启一天的工作。

而白领刘静怡发现公司楼下有一间面积不大,但口感非常好的小众咖啡店后,她不知不觉地变成了咖啡爱好者,“每天早上路过看到门店就想买一杯,后来不知不觉地发现自己竟然每天都需要买上一杯,有时候忘了还会特意从办公室下来购买。”

如果说以前喝咖啡是为了“赶时髦”和“仪式感”,那如今咖啡早就变成了日常生活需求,伴随着工作压力越来越大,更多人已经在生理和心理上对咖啡产生了依赖。

《中国现磨咖啡行业白皮书2021》中提到:目前中国咖啡消费者主要以年龄在20岁至40岁间的一二线城市白领为主,已养成饮用咖啡习惯的消费者,每年人均喝下去的咖啡有300多杯。这个数据与美国、韩国、日本等成熟的咖啡消费市场人均咖啡消费持平。

这其中女性占比达60%至70%,她们注重生活品质,有一定的购买力,喜欢尝试新鲜事物,对商品颜值也有一定的追求。

记者在黄河路口随机采访了20位市民,其中有12位市民表示喝过咖啡,其中有8位表示喜欢喝咖啡。越来越多人爱喝咖啡,除了能唤醒活力、快速“回血”,成为打工人的能量补给外,喝咖啡也能成为小众的仪式感消费。

记者采访发现,单一的咖啡已经不能满足消费者的需求,有独特卖点的咖啡产品,才能刺激消费者的购买欲望。比如瑞幸的“生椰拿铁”经常售罄,各种燕麦、椰青、气泡水口味等创意咖啡渐渐成为各家标配,既拼口味,又拼颜值,让咖啡爱好者们直呼喝不够。



咖啡+潮牌服饰,营造出不同的消费体验。

株洲咖啡消费在“长大”

文/图 株洲晚报融媒体记者 刘芳



▲满仁军正在为客人制作咖啡。

咖啡品牌多元化

建设北路千金电影院旁的一个拐角,往里走到巷子尾,有个“小麦咖啡”。2012年诞生时,是这条街上唯一一家独立咖啡馆。刚开始时人迹寥寥,如今它每天都会迎来一拨又一拨的新老顾客。

在嵩山路口,“等待莫奈”低调隐居在此。“画家莫奈最爱咖啡,画画时喜欢喝咖啡来激发创作灵感。”该店创始人曾向记者介绍,“等待莫奈”,意味着等待与每一位热爱咖啡与艺术生活的人相遇。

在城区某企业上班的罗女士在同事眼中,颇有“小资”气息。“以前既能喝咖啡、又能休闲小憩的文艺咖啡馆其实并不多,以星巴克、等待莫奈这几家为主,选择性较少。”这几年,罗女士明显觉得株洲咖啡品牌逐渐多元化,各类精品咖啡馆如雨后春笋般冒出来,她说:“每出现一家新店,就会和朋友去打卡品尝。”

记者采访发现,2012年底,株洲的第一家星巴克在天虹商场开业,之后太平洋、漫咖啡、瑞幸等

“咖啡+”经济火热

伴随着消费升级的脚步,商家们也围绕着独立咖啡馆这种新业态,念起了新的生意经。

在今天的株洲,周末或午后,更多人选择带着笔记本电脑走进咖啡馆,咖啡文化也从“速溶时代”进入“现磨时代”,同时带动着“咖啡+”经济的发展。

在天元区海诚路,满仁军将咖啡馆从“屋顶”搬到了临街门店,取名“隐in_coffee”。

2013年,满仁军从上海回株洲创业,在小区楼顶创办了“屋顶咖啡”,成为彼时株洲为数不多的咖啡馆。今年6月底,他将咖啡与潮牌服饰进行了巧妙结合,试图打造出与以往不同的消费体验。

适宜的空调温度,恰到好处的背景音乐,比例适当的桌椅高度,随处可见的电源插座,错落精致的空间布置……满仁军准确把握了消费市场,开业不到三个多



▲咖啡已成为年轻上班族的“续命神器”。

连锁咖啡品牌相继进入株洲,伴随而来,株洲一批批独立咖啡馆也悄然诞生,并逐渐拓宽了咖啡人的消费场景。记者在大众点评上搜索“咖啡”发现,株洲已有近百家公司与咖啡相关的商家。

和星巴克、瑞幸这样的一线品牌相比,株洲本土市场的一些小众咖啡店资金不够雄厚、品牌不够响亮,但不少这类咖啡店的

月,“隐in_coffee”就成为大众点评上株洲咖啡厅热门榜第二名。

在“小麦咖啡”,王璜会不定期更新书柜上的书,供咖友翻阅。也有不少顾客会带着笔记本、书,点上一杯咖啡,在这里度过一个下午。

“我把这当成自习室了。”正在准备毕业论文的肖然告诉记者,虽然家里环境好,但在咖啡馆看书更有状态。

记者走访发现,咖啡+咖啡豆、咖啡+面包、咖啡+鲜花等复合业态已经成为一种潮流。这样的消费氛围出现并非巧合,而是来自商家的用心营造。

“品牌的调性或形象是否年轻化,是我日常选择咖啡品牌的衡量因素之一。”咖啡爱好者罗女士说,“有时候觉得一些咖啡品牌是比较适合商务人士,我还是更倾向于选择年轻、新潮点的咖啡,

老板表示,“我们不拼品牌,只拼质量和特色。”

“小麦咖啡”老板王璜认为,小型咖啡馆讲究味道,每一个咖啡馆都有独具一格的特色。对他来说,“好的产品,才是与顾客建立起最好的黏合剂。”

也有咖啡馆老板表示,“价格实惠是我们这些小型咖啡馆的优势,星巴克或许会显得更加商业化。”

某种程度上也是身份认同感的获得。”

安妮宝贝曾写过一篇关于星巴克的爱情小说,女主每天坐在固定的位置,心猿意马地炫耀自己手中被翻得泛黄的书和笔记本,以标榜自己与众不同的精致品位。她成功地引起了一位俊俏的、穿白衬衫系着绿围裙的星巴克咖啡师的注意。在郭敬明的《小时代》中,主角同样嗜星巴克咖啡如命。

咖啡馆的兴起,为人们提供了新的社交场景,这是城市化孕育的新消费热点。“工作场合和家庭之外,咖啡馆正试图为消费者打造一个弥漫着咖啡香的‘第三空间’。”一位正打算进军咖啡市场的创业者说,株洲的咖啡市场历经多年,也逐渐突破白领圈层,从社交场景中扩散,开始走向大众化,成为日常饮品。

2021年10月21日 星期四
责编:沈勇跃
美编:言李懿
校对:曹韵红

她把美容店开成“心灵驿站”

想帮助更多的困难女性实现就业梦想

株洲晚报融媒体记者/杨凌凌 通讯员/宁翔



1998年,23岁的宁乡妹子成翠娥独自来到株洲,从婚纱摄影干起,如今的地,拥有两家实体美容店。美容店开在居民区里,充满人情味,街坊闲暇时都喜欢过来坐一坐,聊聊天。门店俨然变成了小区街坊的“心灵驿站”。

是美容店也是“心灵驿站”

成翠娥的店位于芦淞区庆云街道碧玉花园小区里,店名叫“米兰国际”。

“米兰花的花语是‘有爱,生命就会开花’。意思就是即便花小又能如何,即便色淡又能如何,依旧能展现生命的含义——爱。”成翠娥告诉记者,她希望自己的店就像花语所描述的一样,是一个传递爱的地方。

走进店内,可以看到这样一面墙,上面贴满了顾客的留言。店员告诉记者,开设留言墙,顾客就有了记录心情的地方。有着类似留言墙的店铺不少,但难得的是,成翠娥记得这些留言的主人,她随口就能讲上很多背后的故事。

“这张照片是一对年

轻夫妻写下的,妻子是全职太太,感觉人生没有任何色彩。有一天,她本只是歇歇脚,没想到一聊就聊开了,待了两个小时才走,离开的时候抹干净眼泪对我说,成姐,谢谢你劝我,我会认真想问题。”“这张是一位65岁的大姐留下来的,她退休后独居在碧玉花园小区,每次来我这,都跟我们说起儿子儿媳如何孝顺。还有这张,是一位失恋的顾客记录下来的留言……”

说到留言墙,成翠娥一下就打开了话匣子,她很乐意将店里发生的故事跟记者分享。她说,做美容行业,不仅是对皮肤进行“排毒”,精神也需要“排毒”。

为抗疫捐款,让爱心传递

细数起与碧玉花园小区居民之间的点滴故事,成翠娥脸上洋溢着笑容,她很珍惜生活中这些小确幸。闲暇时,她也喜欢把这些故事记录下来。

美容店面积不算大,收入也不算高,但成翠娥却乐在其中。“从年轻女孩到老太太,小区的居民都愿意到我这里歇歇脚,聊聊天,再把心底的不愉快倾诉出来,大家带着故事走进来,然后带着微笑走出店子,这让我感觉到幸福。”成翠娥说。

“我感觉现在社会陌生人之间有距离,缺少关爱和信任,从自己做起,多给别人一点温暖,自己也

能收获快乐。”成翠娥说道。

平时不管是谁前来光顾,成翠娥都会附赠一些小零食。有时遇到陌生人上门求助,她也乐于伸出援手。去年疫情期间,在实体店遭受重创的背景下,她依旧带领店员们为抗疫捐款。

成翠娥觉得,很多看似小小的善行能给别人带去温暖。抱着善意对待每个人,就算日子平淡但也要认真开心地过好每一天,这是她的生活信念。

好口碑、诚信经营,成翠娥的事业再上新台阶。目前,她已开设了两家美容院。



▲成翠娥每天会记录发生在店里的点滴。

►成翠娥乐意招下岗姐妹,并传授美容技能。

记者/杨凌凌 摄



帮助下岗女工实现再就业

进入美容行业前,成翠娥也是一名文艺青年,因为爱美的天性,她一直对美容行业情有独钟。1998年,她从宁乡来到株洲,第一份职业是在解放街从事婚纱摄影。随后,她又进入芦淞市场群,从事档口服装批发。

“刚到株洲创业的那段时间,我经常晚上失眠,如何创业,如何实现自己的梦想,这些问题一直困扰着她,她只有不停地学习,学美容、学化妆、学纹绣。”成翠娥说。

2013年,她决定自己开美容院。为了能找到一个合适的地方开店,她跑了很多小区,对周围人口和商圈做细致调查,最终找到了一个不错的店址。

万事开头难,开店初期,她面临很多挑战,装修房子、培训美容师,凭着一股不服输的精神,她克服了一个个困难,美容院逐步

走上了正轨。成翠娥一直把店里的员工当成自己的姐妹,只要大家愿意学,她就愿意送她们去全国各地学习深造。美容店现在有十几名员工,其中有几名员工是成翠娥亲自招来的下岗女工。

“下岗不可怕,主要是自己得勇敢面对。”成翠娥告诉记者,为了帮助下岗女工实现就业,她接下来还有意与街道联合开办美容培训学校,将社区里需要参加培训的困难女性召集起来,教授姐妹们美容技能。

结束采访前,记者问:当今女性应如何摆脱自身的枷锁?

成翠娥思考后说:女性一定要坚持自己的信念,别被困难吓倒。不要怕失败,要多努力,闯出自己的新天地。她的语气,坚定而诚恳。

市职工大学成功举办意法时尚学院揭牌仪式暨意法班开班仪式

以学校为导体,以意法为桥梁,对接株洲千亿产业集群,走产学研一体化道路,为区域经济和地方产业服务提供新生力量!10月18日,市职工大学成功举办意法时尚学院揭牌仪式暨意法班开班仪式。意法时尚学院是由株洲市职工大学和株洲意法时尚中心联合创办,是校企深度合作模式的又一标杆。

市职工大学校长唐红敏与株洲意法时尚中心总经理陈国强共同揭牌,并宣布意法时尚学院成立。

市职工大学校长唐红敏致欢迎词,她表示,走校企合作之路,是市职工大学培养高素质技术技能人才,实现职业教育发展的根本途

径,学校今后将持续采取开放办学的模式,坚定不移的走产、学、研一体化的道路。

仪式的顺利举行,是推动市职工大学校企融合的重要一步。学校将坚持立德树人,以服务发展为宗旨,以职场需求为导向,以培养学生专业能力、提升职业素养为重点,以产教融合、整合资源,互补优势为途径,坚持紧跟产业发展需要,紧跟学科建设需要,紧跟教育技术发展,紧跟教育对象变化,大力培养高素质、应用型、技术型专业人才,为产业发展和地方经济提供可持续发展的人力、智力资源支撑。

(图/文 通讯员 肖声忠 谭延喜)



▲唐红敏校长、陈国强总经理共同揭牌