

南孔
聖地

人文周刊

Home of Southern Confucianism Culture Weekly

新潮的“咖”携手古老的城

这一杯,很衢州

记者 徐聪琳 图片由受访者提供



如今,年轻人逛古城,手上拿一杯咖啡已成为“标配”。

“到衢州喝的第一杯咖啡,就很有特色。”衢州古城文化旅游区游客中心内,来自上海的游客方晓远在影视厅旁的咖啡间休憩。南宗雅韵(桂花酒酿拿铁)、三衢叠萃(胡柚拿铁)、孔杏垂金(桂花蜂蜜美式)……点单牌上,一个个雅致的名称读来口舌生香,热情的服务员将其内涵娓娓道来:“桂花是衢州的市花,胡柚是衢州的特产,南孔更是衢州的文化核心。”“衢咖”招牌左侧还有一句Slogan(口号):这一杯,很衢州。

年轻力量,让文化被“捧”在手心

除了品名、用料,“衢咖”的外包装也经过精心设计。

热饮用的纸杯上,孔庙、天王塔、水亭门、南孔爷爷等卡通形象构成充满“说唱感”的“衢州”二字;冷饮用的透明杯上,是地道的衢州方言土话“乃乃乃”“切饭”“呷意”等,兼具解释、用法。

做文创咖啡,“衢咖”团队熟门熟路。

“我觉得很有仪式感,刚出孔氏南宗家庙,就能喝到好喝的咖啡,还能把‘南孔’这个衢州标志放在咖啡杯上面。”在新马路的孔庙文创店内,来自广州的游客张女士点了一杯“孔庙拿铁”,情绪价值拉满。今年年初,孔庙文创店携手“衢咖”团队联合推出文创咖啡。镌有“南孔”二字的孔庙拿铁迅速成为游客打卡的“心头好”。

在繁华的水亭门历史文化街区,南孔爷爷的书房端出的一杯杯“路牌咖啡”,也由“衢咖”出品。每杯咖啡的吸管上圈着印有“衢州”二字的装饰,杯身上套着“危险高兴宁着尼”“不识水亭门

枉为衢州人”等衢州俗语的小路牌,这早已成为古城最热的“打卡单品”之一。

“只有让本地社群从旁观者变为共建者,文化才能真正‘活’在当下。”36岁的程胜是“衢咖”团队主理人,他介绍,目前团队共有9人,绝大多数是衢州本地年轻人。他们在这片土地上成长,自小受文化熏陶,被家乡独特的文化魅力深深吸引。

“文创产品的投入和孵化期都很长。”程胜坦言,“衢咖”团队走过的路并不平坦,游人寥寥、竞品冲击、产品滞销等难题曾接踵而至。如何将地域风情、古城遗韵灌注到手心的文创中?天王塔的飞檐下,西安高腔的唱段里……团队里的年轻人捕捉着设计灵感,努力推陈出新。

从2018年的“路牌咖啡”,到2025年初的“孔庙拿铁”,再到如今让咖啡香弥漫衢州古城文化旅游区游客中心……“衢咖”团队在文化转译的道路上不断突围:一方面,通过包装设计将厚重文化转化为年轻人易于接受的“视觉语言”,避免说教感,

实现“软性文化传播”;另一方面,将咖啡与本地原料结合——早在2022年,“衢咖”团队携手柯城区农业农村局,精选优质农产品,如衢橘、陈皮、桑葚,融入咖啡制作之中,这一创新举措将味觉、触觉与文化记忆绑定,形成独特记忆点。

“打出‘衢咖’的招牌,就要做透古城‘特色’文章。”程胜认为,游客漫步古城,游览间隙需要休憩点,咖啡馆比传统茶馆更符合年轻人习惯,同时与手作店、书店、文创市集等形成业态联动。他说:“古城的魅力在于其节奏和细节,需要‘慢品’而非‘快刷’。咖啡天然与慢时光绑定。”

打开社交媒体,融合古今的“衢咖”,正逐渐成为古城里一道亮丽的风景线,一杯带有本地特色拉花、盛放在“南孔”杯中的咖啡,是拍照打卡的完美道具。年轻人通过分享附带“衢州古城文化旅游区”地理标签的照片,既完成自我表达,也反向为古城引流。

与古城共生,咖啡香里的焕新之旅

“随着衢州古城5A创建工作不断推进,我明显感觉到景区环境越来越好,各种配套设施越来越完善,新奇店铺也越来越多,游客一拨接一拨。”程胜算了一笔“账”,去年以来,作为“衢咖”大本营的南孔爷爷的书房几乎天天满座,一年下来接待超过50万人,其中,90后、00后的占了八九成,营业额提升了40%。衢州古城日益变新的面貌和逐渐旺起来的人气,让年轻的“衢咖”干劲十足。

从修缮文物古迹到激活名人故居,从背街小巷整治提升到历史街区提升改造,衢州不断做实古城保护利用文章,推动城市旧貌焕新颜,也唤醒了其中许多沉睡已久的资源。作为跟着古城一路走来的老商户,在城市更新之际,程胜也开始尝试拓展新的项目,他希望以这种方式,投入到古城

5A创建中,和城市共成长,“我们心里头也有杆秤,要传承‘有礼儒商’的精神,诚信经营,文明待客,价格公道!”

位于北门街钟楼底的赵抃祠是浙江省文物保护单位和廉政文化教育基地。今年6月底,这个传承清廉文化的重要平台焕新开放。距离赵抃祠不过二三十米的空置建筑则迎来“衢咖”团队,程胜介绍:“我们结合清廉文化,打造‘琴鹤咖啡’,对‘一琴一鹤’进行创新化传播。”

8月底,衢州古城县学街焕新亮相,将北门街历史文化街区与水亭门历史文化街区,串联成一条可触可感的城市文化长廊。随着古街整体“拥抱”年轻态的追求,“衢咖”团队又入驻慢闪盒子项目,时尚街区与新潮业态“双向赋能”,共享流量和人气。

不止“衢咖”,3.46平方公里的衢州古城版图

上已布满特色咖啡馆的印记。打开地图软件,粗略一数,不算星巴克、瑞幸等连锁咖啡品牌,古城及周边主打个性的独立咖啡店就已超过20家。

“特色咖啡馆林立,深受古城更新的影响,更与古城文旅融合发展密不可分。”一位业内人士给出了见解。围绕“咖啡+”模式,位于中国儒学馆的“儒咖”,创新打造“咖啡版《论语》”IP;开在水亭门历史文化街区的大树下咖啡,将咖啡与民宿结合;北门街历史文化街区的“萌咖啡”,倡导宠物友好,情绪价值拉满……

一杯咖啡,融合了悠久的历史与现代的创新。一家家特色咖啡馆,成为连接历史与当下、外地游客与本地文化的“接口”。它们既缓解了古城文化展示的严肃性,又以商业手段实现了文化传承的创新。



一家家特色咖啡馆,成为连接历史与当下、外地游客与本地文化的“接口”。