

海南咖啡培育小而美“链条”

本报记者 乔文汇

秋日清晨,位于海南省海口市龙华区玉河路的燕玲传统“老爸茶”店铺里香气弥漫,充满欢声笑语。厨房里灶火正旺,一壶又一壶以传统方式冲泡的“歌碧欧”散发着独特的焦香,陆续被端上餐桌。“歌碧欧”为海南方言,意为“黑咖啡”。

在海南,呷一杯“歌碧欧”,佐以几碟点心,或独处闲坐,或与老友对谈,是属于许多人的“惬意时光”。“不管是在家里,还是在餐饮店,早餐一定要配一杯咖啡,不然就感觉浑身没劲,这一天就不算开始。”海口市民李艳秋说。

据不完全统计,海南咖啡馆数量已超过4000家,平均每万人拥有咖啡店约4家;而供应“歌碧欧”、茶饮和点心等食品的“老爸茶”店约有5000家。从海南咖啡重点产区,以及含“咖”企业、店铺看,海南咖啡在风味、场景、体验等方面持续焕新,正不断打开消费新空间。

培育全链条

处于热带地区的海南岛,阳光充足、雨水充沛,非常适合咖啡生长。百余年前,华侨从东南亚带回的咖啡种子,在这片土地上生根发芽,从此开启海南咖啡种植史、本土咖啡饮用史。

在澄迈县福山镇,当地充分发挥地处北纬19°黄金咖啡种植带、火山岩富硒土壤的独特优势,“舞动”咖啡全产业链条。澄迈福山咖啡文化风情镇管委会主任李素维介绍,2025年,福山镇成功申报海南省首个国家级咖啡产业强镇;今年,“澄迈咖啡”区域公用品牌发布,澄迈咖啡产业迈向发展新阶段。

目前,澄迈县咖啡全产业链体系已初步形成,在生产端,建成了种质资源中心,“咖啡+槟榔”等复合套种模式得到广泛推广;在加工端,建成了海南首条咖啡鲜果处理标准化生产线,打造了福山咖啡综合加工厂;在消费端,创建了澄迈咖啡产业服务平台。去年,澄迈县咖啡全产业链产值达6.9亿元,集聚咖啡产业各类经营主体超过750家,带动就业1万余人。

海南另一咖啡重镇万宁依托“兴隆咖啡产业小镇”,也构建起了从产前到产后、从种子到杯子的咖啡种植、加工、商贸流通全产业链。万宁兴隆咖啡行业协会会长、正大(海南)兴隆咖啡产业开发有限公司总经理叶剑告诉记者,在兴隆,咖啡早已融入日常生活。全镇年人均喝咖啡超过200杯,而全国水平是不到30杯。

立足消费传统,海南以产业发展促消费,又以消费带动产业发展。福山咖啡、兴隆咖啡



获评国家地理标志产品,培育了南国、春光等知名咖啡品牌,以海南咖啡豆为主要原料的本土咖啡店遍地开花。记者发现,海南本土特色咖啡店大多不拘一格,除了“歌碧欧”等咖啡饮品,往往还供应早餐、简餐,比如面条、米粉、馄饨、包子等。

除了本土特色咖啡店,遍布海南的咖啡店还包括连锁品牌和都市门店等类别,其中连锁咖啡店包括瑞幸、古茗、库迪、星巴克等全国乃至国际连锁品牌,以及福山咖啡馆等本土连锁品牌;都市门店则包括各种独立经营的咖啡店,其中不少成为网红打卡点。

立足小而美

海南岛土地资源有限,咖啡种植面积小、产量低,目前全省咖啡种植规模约为2.6万亩;海南常住居民相对较少,消费容量有限,这几乎注定作为日常快消品的咖啡,在海南必须走“小而美”的产业化道路。

“海南咖啡产业发展存在种植面积较小,产能不足的短板,依靠自身难以形成规模效应,难以满足快速增长的市场需求。”海南省咖啡行业协会秘书长符长明说,海南咖啡产业发展要扬长避短,走高品质、精品化之路,在风味、场景、文化创新上做文章。

海南省咖啡行业协会常务副会长、福山小隐咖啡主理人杨舒吟也认为,海南咖啡要闯出名堂,释放产业发展潜力,就必须坚守品质。“为确保咖啡品质,从种植、采摘到加工等环节,我们都自己管理,全流程可控。”杨舒吟告诉记者,海南咖啡产业要真正走远,不断扩大消费,必须坚持在品质基础上进行创新。

实际上,海南不少咖啡产业从业者正致力于创新,坚持走精品化方向。海南福氏咖啡文化有限责任公司负责人张运海说,国内咖啡消费潜力巨大,处于上升阶段,咖啡消费市场伴



2026海南国际咖啡博览会“咖啡车+”特色主题展区。

本报记者 乔文汇摄

随这一过程会分化、细分,海南咖啡有底蕴优势、政策优势、全链条优势,完全可以在中高端市场占一席之地。

记者在采访中注意到,海南咖啡产业从业者特别注重挖掘本地特色。有的咖啡店开发出凤梨咖啡、海盐咖啡、榴莲咖啡等,就受到消费者追捧。“这杯凤梨咖啡,咖啡和凤梨都是本地产的,苦味中混着甜酸味,海南味十足,非常有特色。”辽宁游客张培新说。

作为旅游资源大省,海南的一些咖啡店开在景区或景区周边,还成为游客出游的取景处、休憩站、打卡点。在海口市秀英区石山镇,坐落着中国雷琼世界地质公园海口园区,公园附近就开设有7080咖啡、沿途咖啡屋、度咖啡等特色咖啡店,吸引消费者在登山赏景之余,边品尝咖啡边休息。

在三亚大东海旅游区,一尺花园咖啡店坐拥一线海景,消费者可以在这里一边品尝咖啡一边聆听涛声,欣赏漫天晚霞。“对我来说,咖啡就是个载体,承载和记录着美好的心情、如画的美景与到过的地方。”山东游客张蔚手捧一杯拿铁对记者说,以后想到大东海,就会想到这杯咖啡。

凸显国际范

“让世界兴奋起来”,澄迈咖啡的宣传口号,让人为之一振,彰显其迈向世界的雄心。今年8月中旬在海口举办的2026海南国际咖啡博览会上,澄迈县20家咖啡企业组团亮相,统一在全新升级的区域公用品牌旗下,吸引国际目光。海南其他产区的咖啡企业也纷纷亮相,大力推介产品和品牌,寻求国际合作。

深化开放合作是此次博览会的鲜明特色。主办方希望通过举办此次博览会,提升海南咖啡的国际贸易流量,发挥海南自贸港的对外开放优势,推动构建“全球买、海南加工、全

球卖”的咖啡贸易闭环。

根据海南省农业农村厅发布的《2025年海南省咖啡产业发展报告》,海南正逐步布局全球咖啡贸易,原辅料进口和出口市场拓展覆盖多个国家和地区。据海口海关统计,去年海南企业进口咖啡豆及制品逾9000吨、货值4.8亿元,分别同比增长5.6倍、8.3倍。

“政策优势让海南咖啡企业轻装上阵,走向世界的步伐会更加轻快。随着海南自贸港政策红利的释放,许多国外咖啡企业到海南寻找发展机遇。”符长明说,在海南自由贸易港政策优势推动下,更多咖啡产品、企业和产业资源进入中国、进入海南,也为海南咖啡链接全球市场创造了新机遇。

海南特别注重人才培养,以筑牢产业发展根基。记者注意到,海南频繁举办各类咖啡比赛、培训等,以选拔培养优秀人才。在2026海南国际咖啡博览会期间,就举办了咖啡拉花大师冠军挑战赛、环球精品咖啡杯测、多产区冠军展演等活动。2026年“工会杯”澄迈县虹吸壶咖啡师技能大赛不久前在福山咖啡文化风情镇圆满收官,本次比赛以赛育才、以技兴业,聚焦虹吸壶精品咖啡专项技艺,重点考验选手对本土咖啡豆特征的了解、把控与专业萃取能力,吸引了众多当地咖啡行业从业者参赛。

“近年来,澄迈县大力培养咖啡技能人才,并引入优质咖啡技能培训资源,常态化开展系统化职业技能培训,大批本土从业者通过系统的技能实训,考取职业技能证书,成长为行业的骨干力量,为咖啡产业高质量发展、丰富消费供给、迈向国际化奠定了坚实基础。”李素维说。



河北定州文庙NPC“苏东坡”扮演者跟游客互动。

薛 宁摄(中经视觉)

城市烟火融入古城文脉

本报记者 王胜强

金秋时节,河北省定州市整合文博展览、国风演艺、市井烟火、休闲娱乐等多元业态,推出“秋染古城访中山·古城一日游”等线路,精心策划文化研学、文艺演出、竞技赛事、商业促销等系列主题活动。游客在沉浸式体验中感受千年古城的秋日氛围。

定州众春园·众春秋韵百戏节全域开演,多点位设置演艺场景,实景剧目《韩琦》让游客领略宋代市井的烟火盛景。“演出看得太过瘾了,园子里的市集热热闹闹,沉浸式体验感拉满!”北京游客柴艳军说。

定州市地处京津冀一小时都市圈,正努力把优势变胜势、底蕴变底牌,深耕“文旅+”融合业态,并加入京津冀“宝藏小城”联盟,持续推动非遗、演艺、赛事、文创等进景区进街区,丰富全时段全年龄段游玩体验,打造一系列可感知、可参与、可体验的文旅新场景新业态,让文旅“流量”转化为发展“留量”。

在定州贡院,一场别开生面的沉浸式演艺正在上演。“贡院古建筑气势恢宏、文化氛围浓厚,沉浸式游玩的方式让孩子受益匪浅。”来自山东烟台的游客王芳带着孩子全程体验后表示。

定州市文化和旅游局局长秦鹏介绍,定州坚持以文塑旅、以旅彰文,开展古城保护修缮开发利用,发展古城特色游、红色文化游、乡村研学游,推动历史文化资源串珠成链,让千年文脉融入城市烟火。

定州文庙又称“孔庙”,始建于唐大中末年,是河北省建筑格局保存较为完整的孔庙建筑群。如今,游客在文庙能充分领略古建筑风貌。在文庙游玩的北京游客郭玥彤接过“苏东坡”NPC递来的手写明信片,“定州文旅氛围浓厚,NPC互动活动新颖有趣,让人充分感受到了古城文化活力”。

古城沉浸式体验可观可感,研学实践更让文脉入脑入心。定州市重点培育研学文旅业态,覆盖非遗、农耕、古建多元主题,用好定州博物馆、鹿尔花园、农业嘉年华等资源,开展非遗研学、亲子研学、自然科普等特色活动,不断拓展文旅消费新场景。

漫步宋街青石板路,思本堂非遗工坊静谧雅致,丝丝彩线穿梭古今。“过去缂丝只是工作室里的小众手艺,现在景区火了,游客多了,每天都有很多游客观看缂织、上手体验、选购作品。”定州王氏缂丝第七代代表性传承

人王鹏鸢说。

定州深挖缂丝、定瓷等本土非遗资源,依托文旅街区、景区点位,搭建非遗展示体验平台,推动非遗进街区、进景区、进生活,把文化资源优势转化为文旅发展优势。全市现有国家级非遗代表性项目5个、省级13个,培育非遗企业30家,建设非遗工坊14家。

文化活了,旅游火了,有力带动餐饮和住宿产业发展。2025年定州接待游客1335万人次,旅游总花费133亿元。“定州文旅已跳出单一观光模式,实现静态遗产向动态场景、单个景点向全域出彩的转变。”秦鹏说,下一步,定州市将锚定“文旅强市”目标,深化“文旅+”融合业态,让文化IP从活起来走向火出圈,把文旅产业打造为支柱产业、民生产业、幸福产业。



游客参加“金榜题名·科举场景再现”沉浸式演艺活动。

薛 宁摄(中经视觉)

做强市场瞭望

随着数字技术与实体经济深度融合,以人工智能、大数据、物联网为核心支撑的智能消费快速崛起,成为我国消费结构升级的核心方向和经济高质量发展的新增量。智能消费依托技术创新重构消费场景、优化消费体验、拓宽消费边界,打破了传统消费的时空与模式局限,既是居民需求升级的直观体现,也是培育新型消费、释放内需潜力的重要抓手。精准把握智能消费发展规律,破解行业发展痛点,全方位打造智能消费新引擎,对稳固消费基础性作用、推动经济提质增效具有重要意义。

智能消费是数字经济时代消费升级的必然产物,具备区别于传统消费的鲜明特征与经济价值。智能消费是以智能产品、智能服务、智能场景为载体,依托数据赋能实现精准供给、个性化体验、高效匹配的新型消费形态,涵盖智能家电、智能家居、智慧文旅、数字健康等多个民生领域。相较于传统消费标准化、同质化的模式,智能消费呈现出场景化、个性化、沉浸式、可持续的鲜明特质,实现了从“满足基本需求”向“提升品质体验”、从“被动消费”向“主动适配”的根本性转变。智能消费能够通过需求牵引倒逼产业升级,推动传统制造业、服务业数字化转型,为实体经济发展注入源源不断活力。

当前,我国智能消费市场规模持续扩容、业态不断丰富,新场景新热点持续涌现,消费引领作用持续凸显。在产品消费层面,智能家电、智能穿戴设备、智能家居等民用智能产品加速普及,具备自适应调节、智能交互、远程操控功能的消费品逐步走进千家万户,成为居民消费新刚需。智慧文旅、在线康养、智能教育、无人零售等新业态快速发展,大数据精准匹配供需,有效提升了消费效率与服务质量。在场景消费层面,沉浸式观影、虚拟探店、数字展览等新型消费场景持续创新,打破线下消费时空限制,极大丰富了消费供给。

与此同时,我国智能消费发展仍处于成长完善阶段,行业发展短板与市场痛点依然亟待破解。部分智能产品存在同质化严重、核心技术不足、实用性不强等问题,一些产品重概念噱头、轻用户体验,功能冗余、操作复杂,难以贴合大众消费需求,高端化、精细化供给不足。智能消费领域数据安全、隐私保护、售后维权等体系尚不健全,部分平台存在数据滥用、信息泄露、虚假宣传等问题,消费者信任度有待提升。

立足扩大内需、推动消费升级的战略目标,需多措并举、精准施策,持续做强做优智能消费新引擎。一是强化技术创新引领,夯实产业供给根基。聚焦智能消费核心技术短板,支持企业开展技术研发与产品创新,聚焦民生刚需打造实用性、普惠性智能产品,杜绝概念化、同质化低端供给,提升高端智能消费产品与服务供给能力。二是完善行业规范体系,净化市场消费环境。加快智能消费行业标准、质量标准、安全标准建设,健全数据安全、隐私保护、售后维权机制,强化市场监管,严厉打击虚假宣传、侵权失信等行为,筑牢智能消费安全底线。三是补齐发展短板,拓宽消费覆盖范围。推进城乡数字基础设施均等化建设,下沉智能消费场景与服务资源,开展数字技能普及培训,破解数字鸿沟,激活下沉市场、老龄群体消费潜力。四是深化场景融合创新,丰富新型消费业态。推动智能技术与商贸、文旅、康养、教育等民生领域深度融合,培育沉浸式、体验式、定制化消费新场景,持续释放智能消费活力。

(作者系中国社会科学院中国式现代化研究院研究员)

本版编辑 王龙博 美 编 高 妍