

从农家乐的“烟火气”到咖啡店的“文艺风” 桂林这些“村咖”重塑田园诗意

□本报记者周文琼 文/摄

当新时代文旅消费浪潮袭来，桂林乡村正悄然蜕变。传统农家乐站在转型路口，是坚守“烟火气”，还是拥抱“文艺风”？乘着乡村振兴的东风，一群先行者率先拆掉思维“围墙”，将咖啡醇香、书卷雅致、音乐律动融入田园底色，催生出全新乡村休闲形态“村咖”。这不仅是空间升级，更是理念、产业与美学的重塑。

在七星区朝阳乡，郑杰经营的“汀泉村咖”，正是这股浪潮的生动缩影。从传统农家乐转型为网红打卡地，他在时代变革中主动求变，用一杯咖啡串联起田园诗意与年轻潮流，不仅收获了客流与口碑，更尝到了乡村文旅转型的甜蜜果实。

求变：从传统农家乐到网红咖啡店

眼前这个既有水塘、树屋，又有简约咖啡吧台、露营天幕的复合空间，很难让人联想到它最初的模样。郑杰是土生土长的本地人，对这里的一草一木充满感情。“你看我们这个水塘，用的是地下涌出的泉水，水质特别好，冬暖夏凉，养的肉鱼格外鲜甜。”他指着那片清澈见底的水塘回忆道，“十年前，我们就是靠着这‘泉水鱼’的招牌，开起了农家乐。那时候主要就是钓鱼、吃鱼、打打牌，模式比较单一。”

像许多传统农家乐一样，靠着特色食材和地利，生意曾一度不错。但随着时间的推移，郑杰敏锐地察觉到市场风向的变化。“近年来，人们更渴望走向户外，亲近自然。不再是单纯为了吃一顿饭，而是希望有一个能放松、社交的空间，体验不一样的氛围。”与此同时，他注意到，桂林周边开始零星出现一些将咖啡与乡村场景结合的小店，吸引了不少年轻人专程前往。

2025年，郑杰投入资金，对农家乐进行全面改造升级。他亲自设计，参考了大量外地成功的网红店案例，结合场地原有条件进行创意改造。

最大的亮点是那棵临水而生的老树。郑杰围绕它搭建了一个别致的树屋平台，挂上绳网吊床。客人可以躺卧其上，听风观水，尽享惬意。水塘边加盖了带有茅草屋顶的特色包间，既保留了乡村野趣，又保证了私密性。室内咖啡区通过全景玻璃窗，将户外景致尽收眼底，室外则开辟了露营风格的休闲区。

改造后的“汀泉村咖”在2025年国庆节一经亮相，便迅速在社交媒体成为本地热点。小红书、抖音上，满是年轻人在这里打卡拍照的身影。树屋、茅草顶包间、露营天幕，每一个角落都成了绝佳的取景框。客流结构发生了明显变化：周末和节假日，院子里满是端着咖啡杯、举着相机或手机拍照的年轻面孔；携家带口的家庭客群，则更倾向于选择在这里享用正餐，度过悠闲的一整天。

让他惊喜的是业态联动带来的效益倍增：“咖啡业态吸引了巨大的年轻客流，进而显著拉动了配套餐饮消费。如今整体营业额，较之以往纯做农家乐时，至少翻了一番。”

收获：桂林乡村文旅升级版

郑杰的“汀泉村咖”是桂林乡村文旅焕新的一个缩影。放眼整个桂林，类似的升级故事正在多处上演。近年来，许多农家乐都悄悄发生了变化。有的像“汀泉村咖”一样，在原址上改造升级，融入新元素；有的是“无中生有”，在荒地上创造新景观。

在七星区朝阳乡合心村，曾有一片约50亩的荒地，杂草丛生，建筑垃圾堆积如山。如今，通过引入社会资本与村集体合作，这片荒地被改造成一个集生态田园、亲子乐园、主题餐饮、文创集市于一体的乡村文旅综合体——桃花源农庄。每到假期，一天就能吸引上百人次前来游玩消费，昔日荒地点亮了乡村振兴的新希望。

同在朝阳乡的“山镜小院”，选择了另一条差异化路径。这座临山望水的院



▲“汀泉村咖”的水塘。

落，依托绝佳的自然景观，主打“自然+音乐”的沉浸式体验。每到周末，小院都会邀请不同风格的音乐人前来驻场表演。游客或随意坐在露营椅上，或慵懒躺在草坪间，享受一场民谣或轻音乐的露天盛宴，在这里找到感受慢生活的另一种方式。

这些变化背后，是消费需求的深刻变迁。城市游客对乡村的期待，早已从“吃顿饭、拍张照”的观光打卡式旅游，转向追求深度参与、情感连接、文化休闲的“沉浸式”体验。他们渴望在乡村找到有别于城市快节奏的慢生活，获得审美享受和精神慰藉。

面对这一趋势，相关部门也积极作为，主动引导。以朝阳乡为例，当地政府敏锐地意识到，要跳出农家乐同质化、低水平竞争的模式，必须注入独特的文化灵魂。他们明确将“艺术”作为推动乡村文旅发展的核心IP之一，并通过相关举措系统推进。一是强化资源整合，创新合作模式。乡党委牵头，动员村民梳理整合闲置的农房、院落、旧厂房等资源，采取“村集体+专业运营方”的合作模式。这种模式既降低了优质企业和创业团队进入乡村的门槛，又通过利益联结机制保障了村集体和村民能够长期稳定分享发展红利。二是实施精准引导，推动错位发展。针对不同项目的资源禀赋和目标客群，进行差异化定位引导。例如，引导“山镜小院”专注于“自然景观+音乐演艺”的沉浸式体验营造。另一个项目“鼎一基地”，则聚焦于“艺术创作+作品交易”，举办展览和艺术活动。二者在朝阳乡内形成了业态互补、特色各异的旅游产品组合，有效避免了同质化竞争，丰富了游客体验。三是优化服务保障，加强宣传推广。文旅等部门主动上门服务，协助解决发展中的实际困难，并利用官方平台、媒体资源为这些新兴的“村咖”和文旅项目进行宣传推介，提升其知名度和影响力。

郑杰深有感触地说：“文旅部门的工作人员经常关心我们的经营情况，帮我们策划宣传。桂林这些‘村咖’能这么火，看似意料之外，细想又在情理之

中，这是市场选择、个人努力和政府引导共同作用的结果。”

坚守：“网红”实现长红

“我们之所以能在这里生存发展超过十年，最根本的一条，就是对食材品质和原汁原味的坚持。”郑杰表示，“消费者的核心诉求是食材新鲜、健康、地道。我们的‘泉水鱼’依然是招牌，蔬菜本地采购，确保客人吃到食材的本真味道。这是我们的立身之本。”

除了产品品质，服务与环境同样是郑杰关注的重点。“服务上，我们尽量满足顾客的合理需求，卫生环境更是底线，必须做到干净整洁，让客人来得放心、待得舒心。”

面对节假日激增的人流，如何平衡接待规模与良好体验，成为新的挑战。郑杰深知，一时的流量固然可喜，但长期的好口碑和回头客才是生命线。

这种“变”与“不变”的智慧，正是许多成功转型的“村咖”经营者的共识。他们勇于拥抱变化，在业态、场景、营销上大胆创新，吸引新客流。同时，他们清醒地坚守着乡村文旅最核心的价值，即优质的生态产品、独特的环境氛围、真挚的人情味。前者让他们赶上了时代的风口，后者则让他们能够在风口上站稳脚跟，行稳致远。

▶郑杰

▼“汀泉村咖”的咖啡厅。

