2026.11.12 星期四
01、02 编辑 李 俊 张 勇
新闻晨报

离开邮局，他开出松江首个稻田村咖

爆火后面临竞争压力，沪郊网红小院探索长红之路

最近，从宝山花红村“我们的粮仓”到松江东夏村“欢喜小院”再到浦东群乐村“稻有风”，一家家稻田村咖吸引无数人去品咖啡，更是去赏风景。

东夏村的“欢喜小院”可以说是松江第一个稻田村咖，主理人朱晓强曾经是一名邮政营业厅窗口工作人员，后来投身新媒体浪潮，成为一名美食博主。近两年，他在松江连开3家“欢喜小院”，成为网红店背后的操盘手。



从邮局辞职，变身美食博主

十多年前，朱晓强还是一名邮政营业厅窗口工作人员，每天过着按部就班的日子。新媒体浪潮崛起，朱晓强敏锐地意识到了这个风口，注册了“松江百事通”这个微信公众号，主要推荐松江本地美食。

“这个微信公众号大概做了四五年，粉丝有10万左右，主要都是松江本地粉丝。”朱晓强介绍，那几年，他的微信公众号在松江本地小有名气，流量起来以后，陆续有商单进来，主要是松江本地新店开业推广。

公众号做起来以后，需要投入更多的精力，邮局按部就班的工作也显得日益乏味，朱晓强于是离开了工作7年的窗口，成了自己给自己打工的人。

朱晓强说：“2019年左右，视频号起来了，但是我也没有从公众号转去做视频号，主要是那时候能接到的商单也不多。”

稻田边开出“欢喜小院”

转机出现在2024年。朱晓强在叶榭镇井凌桥村村委会工作的一位朋友告诉他，村里有一间咖啡店转让，原本是一家民宿配套的咖啡店，问他是否有兴趣。

朱晓强觉得这是一个机会，可以试一试。于是，第一家“欢喜小院”诞生了。“第一家‘欢喜小院’没有稻田风景，但也挺火，一天能有两三百位客人，在当时的村咖来说也算不错的客流量。”

第二年，朱晓强在石湖荡镇东夏村开出第二家“欢喜小院”，当年5月1日正式营业，一开业便爆火。这家“欢喜小院”拥有独特风景——坐落在一片稻田旁。初夏时节，咖啡店巨大的玻璃窗外一片绿油油，而到了10月，大片绿色转为大片金黄。踏入这家拥有独特风景的咖啡店，谁也不会想到，在装修之前，它是村民用来养家禽的破旧房屋。

“东夏村的‘欢喜小院’可以说是松江第一家稻田村咖，记得2025年国庆节，单日客流有六七百人，我们几乎是一刻不停地在做咖啡。”朱晓强回忆。

相比井凌桥村的第一家“欢喜小院”，东夏村的这家店面积更大，有一个独立的小院。为了丰富顾客体验，朱晓强还在这家咖啡店增加了馄饨、面条、烧烤等餐食。

当年9月，通过短短4个月的运营，小院营业额已突破40万元，当初改造装修投入的28万元很快回本并盈利。

一而再，再而三。第二家店开业之后，朱晓强又在松江城区的中央公园开出第三家“欢喜小院”，与前两家不同，城区的这家“欢喜小院”为日咖夜酒，吸引更多年轻人光顾。

治愈系环境是核心竞争力

记者曾两次前往东夏村，每次都是工作日，“欢喜小院”总是有不少客人。当然，工作日的客人主要是阿姨爷叔。

“我们现在1/3客人是亲子家庭，1/3是银发族，还有1/3是年轻人。”在朱晓强看来，村咖吸引人的主要原因是环境，与喧嚣的市区相比，一望无际的稻田、长势喜人的菜园、带着泥土气息的乡村，这些治愈心情的环境是村咖的核心竞争力，“也许，论咖啡的品质，村咖不如市中心一些咖啡店，但乡村的风景是市中心咖啡店很难复制的东西。”



虽然市中心很难复制村咖的环境，但是在不同的乡村，稻田村咖太容易复制了，因为哪里都有稻田。据不完全统计，以稻田为主打风景的村咖在上海的乡村可能已有10家以上，包括浦东群乐村的“稻有风”、宝山花红村的“我们的粮仓”、嘉定马门村的MM咖啡等。

竞争随之而来。

“今年国庆节，东夏村‘欢喜小院’的客流比去年下降了20%左右。”朱晓强说，稻田村咖增加带来的客流稀释很明显。

那么，如何让网红村咖保持活力，成为长红？

在朱晓强看来，做大、做强特色，并通过线上线下的运营引流，非常重要，“网红店的生命力往往只有两三年，短的只有一两年，甚至几个月，除了加强自身运营外，我们也和东夏村其他经营主体互相引流，抱团发展。另外很重要的一点是，不能把村咖简单地当作市中心咖啡店的乡村版来运营。”

“欢喜小院”出道即火也得益于其所在的石湖荡镇东夏村是一个网红村。2020年，石湖荡镇对东夏村进行空间优化，实现农民相对集中居住的同时，邀请规划专家与文化学者，对以“浦江之首”景区为中心辐射的1800亩区域进行统筹规划，打造“荡里·有米”乡村文旅综合体。整个区域被分为北区、南区和东区。北区、南区立足米文化，主要招引休闲娱乐、餐饮、住宿、研学等业态；东区以“浦江之首”景区为核心，立足水文化，定位文化功能区。

目前，村里除了“欢喜小院”外，还有浦江之首景区、绿皮火车咖啡馆、萌宠乐园、露营基地、香氛主题体验店、乡村牛排馆、有米餐厅等，各具特色。

浦江之首乡村文化旅游有限公司相关负责人表示，东夏村整体的思路是避免同质化竞争，面向全人群分类定制旅游项目，比如，面向亲子家庭，开发“乡村研学营”；针对年轻群体，推出“田园露营地”；面向老年游客，计划推出“慢生活康养旅居”产品，提供短居民宿、养生食疗等服务。

晨报记者 郁文艳

