

栖巢咖啡：骨子里的微商情结



栖巢经典原创风格

骨子里的微商情结

西光海现在每天至少要喝两杯咖啡，这已经成为一种无法改变的生活习惯。虽然按公司规定有休息日，他却主动放弃了，并且乐在其中。说到其中的原因，则来自栖巢自上而下的“爱”与“信”的企业文化。

栖巢咖啡创始人、现任董事长朱环来自安徽桐城，这座曾经孕育过著名文学流派“桐城派”的文化名城，现在依然在为各个领域输送精英。“爱栖巢，信微商，栖巢——我们微商的自创品牌”。从他提出的这则宣传语中，我们略能感受到这家本土企业，骨子里的微商情结。

“董事长不止一次在员工大会上强调，未来企业做大了要回报社会。他将净身出户，按照员工工龄及对公司的贡献大小，把股份分给员工。”在集团副总西光海看来，董事长朱环不仅仅是企业创始人和自己的上司，更是一位胸襟开阔的真正企业家。他认为，正因为企业上下对微商“诚实守信”这一品质的极致追求，才会有今天栖巢的蓬勃发展。

以栖巢为代表的本土咖啡馆连锁品牌的兴起，正在改变合肥咖啡产业的面貌。用西光海的话来说，“咖啡馆提升了城市人的生活品位，影响和改变了人们的生活方式。”

2007年的一个深秋之夜，我陪两个作家朋友去见他的北京来客——2004年登上美国《Time》杂志封面的青年女作家春树。因为彼此都已吃过晚餐，这场文艺青年的江湖之会，就定在了咖啡馆。那是我第一次踏入栖巢咖啡。

在此之前，我对合肥的咖啡馆并没有太多的了解，以为无非也就是类似于茶楼、棋牌室一类的地方，三两好友约聚于此，扯淡，玩牌，醉生梦死，雪月风花。

然而5年后，如果你再问我对咖啡馆的印象，我绝对可以跟你聊上几天几夜。只是，当我端坐在栖巢咖啡宁国路店，一边品着咖啡，一边和栖巢的管理者聊咖啡文化时，我才真正领悟一个咖啡人，把咖啡融入血液的那份执著，以及一家本土咖啡馆品牌，骨子里的微商情结。

王震

栖巢诞生记

在栖巢的员工之间，流传着一个关于栖巢咖啡诞生的故事。这个故事流传很广，甚至一些咖啡馆的常客也耳熟能详。

据说创始人朱环有次和朋友在某外国品牌咖啡馆闲叙，恰逢这家咖啡馆正在拍摄TV广告。咖啡馆经理邀请他参与

广告拍摄，并赠送一杯咖啡作为答谢。然而为人耿直的朱环以不能辨别该咖啡馆是否正宗为由，婉拒了这一邀请。不料，却因此被那位经理下了逐客令。这件事对朱环的影响很大，他放弃了原有的追求和事业，从此踏上了传播咖啡文化、

打造中国人自创咖啡品牌的漫漫征途。

栖巢咖啡创立于2006年，这一年正是合肥大建设的开局之年：全城性的拆违拆迁，第一条真正意义上的高架桥——金寨路高架开建，滨湖新区当年11月动工……各种迹象都表明，一座新兴的中心

城市正在崛起。

朱环把第一家店开在CBD，地处车水马龙的三孝口商圈。果然，第一家店迅速打响了名气，欧式的装修风格，意式咖啡的浓香，很快吸引了过往的白领。现在，很多人在招待外地来的朋友时，都把栖巢当做首选。



调味卡布奇诺

第三生活空间

目前，栖巢咖啡在合肥已经新开了16家分店。加上淮南、阜阳、亳州、宁国的直营店，以及芜湖的加盟店，栖巢咖啡在安徽全省已经有21家店。

“从某种意义上说，栖巢是随着城市的发展在发展。”栖巢品牌

连锁集团副总西光海表示，“如果说合肥的咖啡文化正在兴起，那么肯定有栖巢咖啡的一份贡献。”上个世纪末就已入行的西光海，2009年加盟栖巢。回忆这几年咖啡店的发展，他很感慨：“我见证了整个行业的发展轨迹。”

栖巢把自己定位为商务休闲咖啡馆，立志打造家与办公室之外的第三生活空间，中国休闲咖啡馆第一品牌。“咖啡文化其实就是一种生活的文化，与国外血统纯正的咖啡馆相比，我们更像是一家符合中国人消费习惯的茶餐

厅。”西光海说。

在本地市场大获成功之后，栖巢咖啡开始酝酿全国市场的布局。“公司计划明年把店开到省外，比如浙江、江西、江苏等省份。”谈到企业远景，西光海的眼神里透出一种难以掩盖的兴奋。



栖巢养生海鲜煲

像养孩子一样做品牌

在合肥这样的中部城市做咖啡品牌，并不是一件容易的事。首先要考虑的，就是顾客对咖啡的认知度，以及咖啡馆消费的接受程度。

栖巢咖啡创立6年后，非但在合肥本土扎下了根，甚至把名气做到了其他地方。其中有城市发展和市民消费能力提升的原因，更有

栖巢管理者对品牌的专注和用心。“有的企业做品牌像养猪，我们做品牌则像是养孩子。”西光海进一步解释说，“养猪，就是为了养肥了宰来吃，养孩子就不同了，需要悉心呵护，全情奉献。希望企业一天天成长壮大。”

创始人朱环自己就是大堂经理出身，对咖啡馆的装修设计、企

业管理都有自己的一套方法。直到现在，他还经常亲自到下属门店指导一些具体的工作。

栖巢对咖啡的品质非常讲究，咖啡豆选用的是畅销全球的拉瓦萨和意利。在餐品方面，2009年建立了“中央厨房”，确保各家门店食品的统一供应。现在栖巢的牛排和三杯鸡等一些菜

品，已经成为顾客“点击率”最高的特色餐。

在栖巢消费有个很有意思的细节，每次结账，服务员都会送来一个“红包”，里面装着零钱和赠券。“我们一年要送出2000万左右的赠券，给顾客最大程度上的优惠。”西光海说，“服务行业的性质，要求我们必须重视细节。”



黑椒牛排