



从“种子到杯子再到肚子” 横跨第一二三产业

一杯咖啡里藏着多少新职业

中青报·中青网记者 孟佩佩

清晨，一杯咖啡“唤醒”不少城市的年轻人。然而，这杯看似寻常的饮品，从种子、豆子再到杯中，也许跨越了千万里，历经多人之手，它的背后，是一条由众多新兴职业构成的链条。

探访全球咖啡庄园的李敏婷，致力于寻找高品质的咖啡豆。她不仅是一家咖啡企业的创始人，还有一个鲜为人知的身份——寻豆师。

自封为“头号花”的温珊，已经在福建厦门的一家咖啡加工厂工作10年了。最近，她欣喜地在社交平台上更新了自己的身份标签——“国家认证的咖啡加工工”。

徐超和妻子黄丹英在浙江湖州市德清县新市镇经营着一家咖啡小店。这两年，他习得了咖啡烘焙的新技能，还总在招募新店员时强调，店里的职业都已得到了认定。

人力资源和社会保障部日前正式发布了第七批新职业，“咖啡加工工”名列其中。而人们所熟知的“咖啡师”一职，也早在之前就被纳入《中华人民共和国职业分类大典》。

随着我国咖啡市场进入高速发展与品质升级的新阶段，咖啡品鉴师、咖啡烘焙师等一批从事新兴职业的年轻人，早已活跃在行业一线，共同定义着一杯咖啡的“台前”与“幕后”。

“台前”与“幕后”

虽然开在小镇上，徐超和黄丹英的“企鹅咖啡”店生意却越来越火，还招募了新的咖啡师。他们逐渐从吧台制作工作中抽身，将重心转向了新品研发。去年，两人还运营起一家专业的咖啡豆烘焙厂，为一些周边的独立咖啡店供货。

徐超观察到，消费者对咖啡的需求正变得更多元和精细，很多人会走进精品咖啡馆，探索不同品牌的咖啡风味。每一季度，他们都会推出新菜单。但不管菜单如何更新、核心在于生豆的精选。因此，每逢咖啡季（浆果）成熟时节，徐超都会亲自前往云南产地，寻找优质咖啡豆。

“如果能拿到别人拿不到的咖啡豆，这何尝不是我们的特色所在？”在徐超看来，咖啡市场广阔，并朝着更加专业化的方向发展。“我们从源头、烘焙等关键环节提前布局，为的就是在行业日趋规范之际，保持自身的竞争优势。”

记者观察到，近年来，越来越多像“企鹅咖啡”这样的独立咖啡馆，开始深入关注咖啡豆的产地、烘焙工艺与风味层次，并不断投入新品研发。每一个环节都走向专业化，也进一步催生了新的职业岗位。

“咖啡加工工”正式成为新职业的消息，让温珊和同事们备感兴奋。“这意味着我们的工作终于被看见、被认可了。”她坦言，过去向别人介绍自己的职业时常常需要费一番口舌，“现在终于有了一个准确的职业名称”。

温珊所在的咖啡工厂成立于2004年。彼时，中国的精品咖啡烘焙行业尚在起步探索阶段，工厂也仅是一个“小作坊”。如今，他们在一个食品产业园内，拥有占地1200平方米的现代化厂房。从业10年来，温珊一直专注于咖啡烘焙技术及口味



“咖啡加工工”温珊在工厂进行咖啡烘焙。受访者供图



“寻豆师”李敏婷(右)在咖啡庄园和一位当地人合影。受访者供图



徐超和妻子黄丹英、孩子在自家的咖啡店前合影。受访者供图



“寻豆师”李敏婷对烘焙后的咖啡豆进行评测。受访者供图

研发。在她看来，咖啡师更多聚焦于门店运营、客户服务和咖啡制作环节，咖啡加工工则更侧重于生产端的技术实现。

“我们需要深入研究不同品种咖啡豆的密度、含水率等物理特性。烘焙本质上是一个精准的热化学反应过程，由于不添加任何成分，就要通过火力和时间的控制，将咖啡豆本身的风味更好地呈现出来，技术含量很高。”她告诉记者，团队会依据咖啡豆产区、品种特性以及客户的多样化需求，灵活采用不同的烘焙方案，“比如针对客户想要的风味，我们推荐相应产区的咖啡生豆。如果想要突出果酸风味会采用浅烘，而要呈现巧克力或坚果香气通常选择深烘”。

就这样，一批批风味各异的咖啡熟豆被送往各大知名咖啡品牌、独立咖啡馆及众多爱好者手中，咖啡师的咖啡产品研发与风味探索之旅也随之开启了。

鲜有人知道，从咖啡种植园到咖啡工厂之间，还藏有一个小众职业——寻豆师。

大学学习葡萄牙语专业的李敏婷，一毕业就创办了一家巴西贸易公司，由此与咖啡结缘。之后，随着广州印格咖啡的创立，她正式开启了全球寻豆之旅。

在李敏婷看来，寻豆是咖啡产业链的核心环节，串联起“从种子到杯子”的完整链条。10年间，她深入全球各大咖啡产区，最繁忙时一年内走访了9个产地。她发现，随着中国咖啡市场迅速崛起，越来越多国际庄园主和出口商希望进入中国市场，但受限于语言与文化差异，真正实现高效沟通的并不多。“我们致力于成为产地与中国烘焙商之间的桥梁，不仅引入世界各产区的优质咖啡，也把中国市场的

需求反馈回产地。”

寻豆过程要关注风土条件、咖啡品种、处理工艺甚至气候等细节。“咖啡是风土的产物，每一个环节都直接影响风味。”李敏婷说，寻豆师是高度复合型职业，除了需要掌握品鉴、烘焙、杯测等专业技能外，还

要擅长沟通、谈判，甚至要具备多语言能力。“不仅要懂咖啡，还要懂人、懂市场。”即便从业多年，她觉得依旧需要不断学习，“踩坑、‘交学费’都是成长的必经之路”。

行业日新月异，新处理方式、咖啡品种与市场趋势不断涌现，这也使得李敏婷每年都要亲自去往产地。在很多人眼中，这是充满异域风情的旅行，而寻豆师却要频繁长途飞行、转机跋涉，在一些条件艰苦的产区，甚至需要自备睡袋。但李敏婷认为，只有到达现场，才能捕捉那些样品与邮件无法传递的细微差异；只有实地探访，才能全面评估庄园管理、采摘标准和处理流程的严谨性，“哪怕一个微小的处理失误，都可能导致品质受损”。

专业人才需求凸显

4月30日，上海市文化创意产业促进会等机构发布的《2025中国城市咖啡发展报告》显示，全国人均年咖啡消费首次突破20杯，达到22.24杯。艾媒咨询数据则显示，2024年中国咖啡行业市场规模为7893亿元，预计2025年将突破1万亿元，到2029年有望达到13908亿元。

一杯咖啡，折射出中国消费市场升级的澎湃动力，也催生了产业链的新机遇，更为年轻人开创了多元的职业新选择。

温珊从设计专业毕业后，一头扎进了自己喜爱的咖啡行业。这些年，她不仅考取了多项专业认证，还前往云南、非洲等核心产区实地学习，逐渐打磨出自己的一套烘焙理念与方法。

“就像烹饪，将咖啡豆‘炒熟’并不难，但要精准呈现其中蕴藏的层次与风味，却需要大量尝试和不断钻研。”尽管当前的烘焙设备已高度自动化，操作门槛逐渐降低，但温珊认为，如果只停留在操作层面，入门或许不难，“但要想成为一名成熟的咖啡加工工，尤其是走向核心技术岗位，必须打下坚实的理论基础，主动

创新、持续精进技艺，更重要的是对咖啡怀有真正的热爱”。

杨洪仙在云南普洱创办了沐杨咖啡工作室，工作生活在我国咖啡主产区，她看着咖啡店越开越多，也感受到在当地政府的大力支持下，行业氛围日益浓厚。“每年，普洱产区都会吸引众多外地的寻豆师和咖啡师前来交流，外界对云南咖啡的认可度不断提升，评价也越来越高。”最近，她还作为培训师，参与到普洱市人社部门组织的咖啡师技能培训中。

“从产业格局看，咖啡横跨第一、二、三产业，是一条从‘种子到杯子再到肚子’的长链产业。在这一链条中，除了大众熟知的咖啡师，还不断涌现出烘焙师、品鉴师、寻豆师、培训师等新角色。”铂澜咖啡学院创始人齐鸣认为，国家陆续将“咖啡师”“咖啡加工工”纳入新职业，也释放出了明确的信号，“咖啡产业，尤其是中上游，正迎来高速增长与创新发展期，这不仅反映了产业链的真实用人需求，也为就业与创业提供了新方向”。

云南农业大学是国内率先开设咖啡本科专业的高校之一。该校热带作物学院咖啡科学与工程专业业导师杨婧认为，当前咖啡产业从种植、加工到品牌营销全链条发展，都对专业化人才提出了迫切需求。

在她看来，应对高度专业化的需求目前仍面临着诸多挑战：在种植端，咖啡种植受自然条件限制明显，抗逆品种选育与规模化种植仍有瓶颈；在加工端，发酵与风味的精准数字化控制存在研发瓶颈，不同批次咖啡无法恒定风味；而在品牌与市场端，则缺少国际认知度高的国产品牌。“这也将是咖啡专业学生未来要去挑战的难题。”

杨婧认为，未来咖啡人才将在庄园园艺管理、精准加工控制、新品研发、品牌打造等多个维度，获得更宽广的发展空间，“只有真正扎根产业、具备系统思维与实践能力强的人，才能在咖啡行业中找到自己的

位置”。

在齐鸣看来，中国咖啡产业正在向专业化、细分化发展，企业用人更看重证书背后的实际能力，尤其是复合型能力。“比如，成功的咖啡创业者不仅需要懂咖啡，更需具备商业经营能力，如成本控制、差异化竞争和品控管理。掌握品鉴技能，意味着能够做好全店的品控。只要做好品控和采购，就能够控制店铺的品质和成本。”

他观察到，越来越多咖啡馆主同时掌握烘焙、品鉴甚至寻豆能力，但行业依旧呈现出“冰火两重天”的人才图景。“仅具备基础冲调技能的咖啡师，面临薪酬低迷与自动化替代的双重压力，而真正具备复合技能、向上游发展的从业者，则拥有广阔成长空间。不少烘焙师、品鉴师不仅服务精品咖啡馆，也越来越多地被大型企业吸纳，承担研发、品控和专业培训职能。”

行业在呼唤复合型型人才的同时，也面临着一些现实困境。

温珊所在的工厂就面临着专业人才短缺的困境。她坦言，“咖啡加工工的工作环境确实比较辛苦，烘焙车间在夏季温度常常高达四五十摄氏度；与此同时，行业整体认知度仍有限，导致招聘难度很大”。她期待，咖啡加工工这一职业，能够逐步建立权威的职业资格认证体系，助力企业更精准地选拔和培养专业人才，也将推动整个行业向更规范、更成熟的方向发展。

在普洱产区，咖啡精深加工领域也缺人才。杨洪仙告诉记者，目前与咖啡加工相关的教学、高度依赖产区的地域条件，“学员必须来到产区，才能亲眼看到咖啡师、亲手参与加工操作，但往往意味着远离消费一线市场；但如果将课程直接开设在消费中心城市，大众对上游种植与加工环节的认知有限，教学推进同样存在困难”。

她觉得，让产区的人才更多地走向市场，也让消费者更深入地走进产区，“随着咖啡文化知识与技能的持续普及，未来的教学或许能打破地域的限制”。

调休调班，怎样沟通最合适

有调休调班需求时，怎样和领导、同事沟通最合适？交接工作需要注意什么？网友和专业人士及智能软件的回答，希望能给大家提供一些思路和帮助。欢迎来到中国青年报知乎号或者邮箱(qnsxyjb@163.com)留下你的问题。

知乎网友@对花：我喜欢旅游和摄影。每年的10月到12月上旬堪称摄影黄金季节。可每年的这个时候，又是工作最忙的时候：年终检查、调研、工作会筹备等，都开始启动了。如何协调好工作与爱好，既保证不影响工作进展，又能满足自己的小爱好，便成了一件需要费心的事情。

这里分享一下我的请假、休假秘籍。排除掉各类突发的紧急事项，建议提前两周提出请假申请。如果公司有线上请假流程，最好在发起流程前，先与直接领导进行沟通，征得同意后再次发起流程。

同时要留意请假时机，避免在工作关键期、领导压力大的时候请假。请假理由应该充分，而且最好能带上解决方案去请假。比如，我每次请长假前，都会带上休假期间的工作安排，表示自己休假期间也会及时关注工作动态，打消领导可能会有顾虑。

与领导沟通的同时，还要与同事作好沟通。尤其是请假期间代行职责或代班的同事，应该进行一对一沟通，以获得他们的理解和支持。与同事沟通时，要注意技巧，不要认为对方有帮你的责任，而是应该本着互帮互利的态度，去征得对方的同意。

在职场上，调休调班是普遍现象。只要你提前做好规划，平时又乐于帮助别人，就没有领导会刻意拒绝你合理的调休需求，也没有同事会反感有来有往的求助。

知乎网友@侃大山：作为要调休的员工，不能只想由领导安排人替班，而做任何预案。作为一个负责任的员工，不做任何预案。作为要调休的员工，一定要交代清楚工作以及谁可以接手并且保持自己的电话畅通，而不是调休之后就关机失联。

交接的核心就是把事情说清楚，把责任划明白：

- 一、书面留痕：建议用书面文档将自己要交接的内容写下来，用正式的邮件发送给对方并抄送给领导。
- 二、交接内容：需要将自己正在调休的时间内可能遇到的事情，或者需要跟进的工作交代清楚，具体包括你的代办工作事项列表，需要他跟进的哪些对应的资源和权限，以及一些相关对接人的信息电话。
- 三、当面确认：将交接的文档邮件发送给同事之后，还是需要找他进行当面确认。将一些重点的关键的事情，比如客户的关键时间节点，再次和同事去表明。如果涉及多方协作的，可以临时拉一个线上会议，让大家都知道你接下来哪几天会请假以及由谁接替你的工作。
- 四、回归闭环：等自己调休回来之后，第一时间找这位同事对接，将你休息期间他所完成的任务、工作的进度进行对接，并且同步和领导沟通汇报你休假期间的进度。

当然很重要的一点，要对这位同事表示感谢，如果是去旅游，一个小小的伴手礼，就能很好地表达谢意。

DeepSeek：提出调休或调班，是工作中很常见的事。处理好的关键在于，既能把个人的事情安排好，又能让工作平稳过渡，不影响团队。

其实，偶尔调休本来很正常，但沟通方式和交接是否到位，直接影响到领导和同事对你的看法。做得专业，不仅能顺利休假，还能巩固大家对你的信任。

如果你需要申请调休，可以参考以下几点：

- 一、提前沟通，主动交代安排：临临时抱佛脚，提前一点要跟领导沟通。说明需要调休的时间，并简要解释原因(不用太详细)。重点是主动表示：“工作我已经安排好了，会跟某某同事交接清楚，不会影响进度。”这样更容易获得批准。
- 二、交接清楚，让人放心接手：可以简单写个清单，包括目前做到哪一步、接下来要做什么、重要文件在哪、联系谁，然后跟接班的同事当面讲一遍，确保对方明白。交接越清晰，别人越愿意帮你。
- 三、态度友好，留下好印象：跟同事沟通时，记得带上感谢。可以说：“这次麻烦你了，下次有事我也乐意帮忙。”休假那天，在办公软件或邮件上设置自动回复，写明紧急事务找谁。
- 四、建立口碑，积累职场信用：每一次妥善的调休处理，都是在为你的职场信用账户“存钱”。

总的来说，能把调休这件事处理得稳妥周到，本身就是一种职业能力的体现。它不只是请个假，更是展示你责任心和工作习惯的机会。一个对工作负责、对同事体贴的人，更容易在职场中获得信任与支持。

(中青报·中青网见习记者 陈宇龙 记者 王聪聪整理)

从吧唧的“痛包”到“闰土的钢叉”

年轻人的背包仿佛挂满了整个世界

中青报·中青网记者 孟佩佩

大学生李汇哲观看五月天北京演唱会时，背包上挂上了LABUBU玩偶和五月天官方周边“卜卜”。像他这样的歌迷不在少数，举办地鸟巢外几乎每个年轻人的背包都成了个性展示架，挂着一个甚至一连串充满意义的包挂。“背着它们出行，说不定就会遇到同担(共同喜爱同一偶像的粉丝群体——记者注)交换物料(粉丝之间免费交换自制周边物品——记者注)，有一种在陌生地方遇到知己的感觉。”李汇哲说。

如今，年轻人的背包仿佛挂满了整个世界：既有官方售价几十元的明星周边，也有粉丝站设计的应援物，更有来自电商平台独立设计师和线下实体店创意产品，价格从几元到上百元不等。

这股包挂挂挂挂，不仅是一种装饰，更折射出年轻人情感消费与圈层认同的强烈需求。Future Marketing发布的《情绪消费崛起：2025年市场格局与未来走向》显示，2013年以来，“情绪消费”相关产业年均复合增长率12%，预计2025年中国市场规模将突破2万亿元。

看似不起眼的小小包挂，是否正在悄然撬动一个意想不到的大市场？

“万物皆可挂”

正在北京读博的丁凤雷喜欢收集迪士尼IP包挂和高校官方推出的毛绒吉祥物挂件。丁凤雷告诉记者，她还会根据不同风格和季节为背包变换造型，“运动包就搭配活泼一点的玩偶挂件，比如夏天拿着冰淇淋的迪士尼杰拉多尼，冬天穿小裙子的雪莉玫，这样一搭，背包就独一无二了”。



9月18日，北京一家潮玩店，一名男生的背包上挂满了玩偶。中青报·中青网记者 赵迪摄

这些萌物也成了她读博路上的贴心伙伴，“上自习的时候，就像喜欢的迪士尼宝宝也陪你一起来看书了”。

在北京工作的张婷拥有20余款包挂，对她而言，每一只挂件既是情绪的表达，也是日常穿搭的一部分。“现在讲究‘上身基础下身就不基础’的穿搭风，包袋也一样。”她以自己常用的一款深巧克力色大包为例，“单独背显得单调，但只要挂上带有金属、萌宠或咖啡等造型的挂件，就完全不会撞包”。

旅行中，张婷也习惯以包挂记录足迹。“去成都，我会挑一个大熊猫包挂；从云南回来，就带回几个大象造型的”；她认为，这些包挂价格并不高，既是日常搭配的实用小物，也承载了旅行的记忆，“每当看到它们，就会想起那段旅程”。

年轻人对背包，正变成一座座“移动的展架”——“万物皆可挂，万物皆可表达”。随着演出市场和体育赛事的繁荣，定制化应援包挂如“你怎么知道我要去看林俊杰演唱会”“老师能不能莫名其妙塞我点物料”等，让年轻人成为场馆内外的“显眼



8月15日，五月天歌迷背着挂有多款挂件的“卜卜”玩偶，前往鸟巢观看演唱会。中青报·中青网记者 孟佩佩摄

包”。还有不少人开始用串珠、彩色编织绳、毛线等材料，亲手制作独一无二的包挂。

这一潮流也在社交和电商平台掀起了可观的关注度。小红书平台上，万物皆可挂相关话题已累计获得8689万人次浏览和55.3万人次讨论，网友们一边晒单一边种草；得物App提供的数据显示，今年9月，“挂件”关键词搜索量同比增长140%，订单量也实现127%的显著增长。

敏锐的商家也早已捕捉到这股消费新动向。如今，在各大电商平台上，主打原创、创意风格的包挂小店不断涌现，成为电商细分赛道中增长迅速的新品类。

两年前，王嘉屹从女包领域，开始专注原创包挂。他所经营的网店“Semi-Sweet半糖商店”目前已覆盖原创设计、明星同款、联名系列及可展示吧唧的“背包挂件”等多个品类。

他注意到，如今不少主营包挂的商家也开始上新包挂。“哪怕并不单独出售这些配饰，许多店铺在拍摄商品图时，都会特意在模特背的包上挂一个小挂件，这一切都是为了迎合年轻人消费的新趋势。”王嘉屹

说，“包挂单价不高，一般也就20元左右，相当于一杯奶茶的价钱。年轻人也许不会频繁换包，但实现‘包挂自由’并不难。”

跨界联名新宠背后的大市场

在大数据的精准驱动下，商家、设计团队与工厂紧密协作，快速响应市场变化，不断推出一款款深受年轻人喜爱的包挂产品。

王嘉屹告诉记者，团队依托电商工具实时追踪用户搜索词，使产品开发始终围绕用户需求展开。“例如，此前‘太阳花’一度成为平台高频搜索词，我们便迅速围绕这一形象设计并生产相应风格的挂件。”

除了紧跟关键词趋势，他们还推出过多款“小痛包”(印有偶像、乐队等流行文化的包袋)，消费者可将自己收藏的盲盒公仔、吧唧或明星形象的小型棉花娃娃放入其中，挂在包上陪伴自己外出。“这一系列产品很受欢迎，很多消费者主动在社交平台进行分享，带动了更多人前来购买。”王嘉屹说。

在标准化的包袋之外，小包挂凭借其低门槛的成本和极高的可塑性，正成为年轻人可以轻松彰显个性的重要元素。王嘉屹认为，“它切入的是情绪消费赛道，满足的是年轻人对个性风格的追求，紧跟年轻人的潮流趋势，这个市场未来可期”。

在得物App相关负责人看来，挂件的流行折射出年轻人消费趋势的转变，他们对潮流的爱好，正从高单价、主要用于摆设的艺术家款转向兼具实用与装饰性的日常配饰，从个人的欣赏变成可以“晒”出圈的文化。

“这一趋势带动了产业链上下游的发展，比如，搪胶是泡泡玛特的独家工艺，今

年随着LABUBU三代等爆款的出现，逐渐成为行业热点，推动越来越多品牌开始推出搪胶工艺产品。”该负责人说。

有趣的是，与早年品牌纷纷跨界做咖啡的风潮相似，如今，小小包挂正成为跨界联名的新宠。越来越多茶饮与咖啡品牌推出限定包挂作为赠品，吸引消费者为了一份可爱挂件下单饮品。不仅如此，各地文旅单位、出版社、博物馆也纷纷跨界，将地方符号、文化IP和历史文物“复刻”成包挂，让传统文化轻松走进年轻人的日常生活。

国家图书馆淘宝旗舰店的工作人员向记者介绍，店内几款文化属性鲜明的包挂尤其受欢迎，“其中，寓意‘金榜题名’的文昌平安符足金挂件、博览群书毛绒挂件，以及应景中秋的玉兔逐月香囊包挂，近期持续占据了销量前列”。店铺数据显示，近一个月内，这3款产品分别售出2000多件、1000多件和800多件，显示出强大的市场吸引力。

曾经以“鲁迅咖啡”成功跨界出圈的人民文学出版社，今年再度推出了一系列以鲁迅作品为灵感的毛绒包挂。该系列产品将鲁迅作品中颇有象征性的元素，如茴香豆、闰土的钢叉、皂荚、桑葚、冬菜包子、译者毛茸茸、软乎乎的身体挂件，成为读者随身携带的文学纪念。在淘宝平台上，该系列包挂售价约30元，凭借鲜明的创意与文化共鸣，一个月内即售出2000余件。

人民文学出版社文创部主任任丙芮介绍说，今年，他们在浙江绍兴鲁迅故里旁，开了一家朝花夕拾文创咖啡店，“这一系列包挂产品，正是为这家咖啡店量身定制的”。他告诉记者，这些产品在线下反响很好，很多消费者专程到店挑选时还会认真“挑险”。

在任丙芮看来，包挂类产品的消费很大程度上取决于“眼缘”，“第一眼的喜欢往往最关键，其次才是IP本身的故事和‘梗’”。无论当下的包挂，还是之前的股带、卡牌，本质都是IP在不同的消费趋势下的不同载体。“文创产品不仅是跟随大众喜好，也在某种意义上引领阅读与文化消费的兴趣。每个时代对文化的接受形式不同，不同展现形式下的文创正成为连接经典与当下年轻人的重要媒介。”