

## 摘要

本研究試圖透過北京咖啡館，觀照中國城市社會的轉型與特質，以及北京某部分人的社會關係和生活面向。咖啡館在不同時期具有不同意義，而它一直是象徵「公共領域」的代表空間之一。隨著人們將家人或朋友的情感交誼活動搬到家以外的社會空間，原本象徵公共領域的咖啡館，是不是也正在形成一塊親密、甚或私密領域？

透過三個月的田野調查以及歷史資料蒐集，本研究首先梳理北京咖啡館的發展歷程及其背後的意涵，包括 1970 年代附屬於高級西餐廳的咖啡館；1980 年代因為消費革命興起以及因西方消費、文化熱潮而得以進入中國的速溶咖啡；1993 年，北京的獨立學術書店萬聖書園創立，並於 2002 年新增給予知識份子交流激盪思想的「公共咖啡館」，醒客咖啡；1997 年，臺灣人在北京開的「文藝咖啡館」雕刻時光正式營業；生活風格美學化的環境更在兩千年展開連鎖以後，連同星巴克，讓咖啡館與小資劃上等號；2005 年之後，一批承襲醒客咖啡的公共情懷、雕刻時光的生活美學的「個性咖啡館」，於北京大小胡同鳴放。

本研究認為胡同裡的個性咖啡館正是當代北京咖啡館的新興類型，並援引列斐伏爾（Henri Lefebvre）和哈維（David Harvey）對「空間的生產」之詮釋，分析咖啡館的空間實踐、空間再現與再現空間。做為「生活空間」的咖啡館，一方面是店主自我實踐、社會實踐的產物；一方面也為在北京受挫的中產或小資，提供了能在「理想化的家、工作場所與城市環境」之間來去自如、調節轉換的親密、私密空間，以逃離在北京生活的異化之苦。然而，咖啡館帶給這個階級屬性的歸屬，卻是對另一個階級的排除。

然而就咖啡館本身而言，店主們對自由的選擇，帶給北京城裡一群也需要自由、同時有能力和意願進入咖啡館的人，一個溫暖歸屬的親密空間；也是在這樣的基礎上，咖啡館正緩慢但卻不停些地朝向公共性邁進。

**關鍵字：**咖啡館、公共領域、親密空間、小資情調、空間生產、北京