



这届咖啡客恣意而含蓄，浪漫且清醒

咖啡馆『下沉』，席卷宁波乡野



江北毛岙村“大路下”咖啡馆。

记者 张凯凯 通讯员 卓璇 崔宁 劳超杰 陈益坚

咖啡馆“下沉”，可以“沉”到哪里？

江北慈城镇的“搞钱”、海曙鄞江镇的“魔豆先生”、北仑三山村的“双狮农场”、鄞州潘火蔡氏宗祠的“祠堂咖啡”、镇海沿山村的“沿山路77号”、象山茅洋村的“青·蟹”……
疫情过后，仿佛只需一阵春风、一场夏雨，“村咖”“镇咖”就能席卷整个甬城。
咖啡馆“肆意”生长的背后，这届咖啡客究竟在追寻什么？隔着这抹咖啡色的“滤镜”，咖啡客们又看到了什么？一家家乡野咖啡馆能否盈利？又是否应该在意其盈利能力？

深入宁波的田间地头，细嗅略带湿意的焦香，这些将生活浸在咖啡里的人，向记者道出了各自的缘由。



滤镜 A 万物皆可“咖啡色”

遇乡不土、谈钱不俗——咖啡自带一股子“洋气”，是“90后”的阿力、小推夫妻俩愿意将咖啡馆开到慈城古镇、并取名为“搞钱”的原因之一：“古镇既有市井气息又有文化韵味，咖啡同样也自带风格，两者碰撞，毫不突兀。”

阿力是地地道道的慈城人，因而在设计咖啡馆时，他格外用心。外观是极具江南古典风格的白墙黑瓦窗棂，室内则是现代极简风格。一进门，黄料宣纸上笔酣墨重的“搞钱”二字映入眼帘，一株略显虬曲的石斑木则成了这幅“墨

宝”的前景。手一摇，半干的树叶扑簌簌落了一身。

透过空气中氲氳的咖啡香，阿力看到了什么？他看到的，是慈城古县城文旅复兴的脉搏。

在这里，咖啡豆焙出了古镇的“唐韵清风、儒冠江南”，也焙出了街巷未曾拥有的摩登文艺范。这是年轻的慈城人对古镇历史风貌的还原与重塑——如果没有经历从繁华到衰败的变迁，这里大抵也会随着时代发展融入更多新的元素：兴许是繁华的闹市、国际范的街区、文艺范的书乡……咖啡犹如不会醉的酒，为你的所见所闻镀上一层新风

格、新色彩。
这也是为什么，万物皆可“咖啡色”——

进入中国市场多年的咖啡，与其说是“洋气”，不如说是“新潮气”“现代气”。透过咖啡色的滤镜，剥离老生常谈、千篇一律的“说教”，反而更能窥见与时代相契的精神内核。

将咖啡馆开进蔡氏宗祠，便仿佛降低了传统文化里“朱红色”的饱和度，我们以行者的姿态走进旧时光，愈发惊叹于蔡氏先人男女平等的开明气度；将咖啡馆开进田间地头，村里的毛笋、土豆都能与蛋糕、可颂比肩，我们以另一种视角看见乡村，愈发感慨于时代对乡村、土地对百姓的馈赠。

时代求新，咖啡客追“新”，因此咖啡馆将“新”送向全城。



恣意 B 主打一个“个性鲜明”

你想结交怎样的朋友？是会在你纠结时提醒你，让你专心“搞钱”的？或是相信真善美，愿意将信任托付给陌生人的？还是恣意生活，不为五斗米折腰的？

也许生活中你交不到这样的朋友，但你能遇到这样拥有“个性”的咖啡馆。而聚集于此的咖啡客纵有万般不同，却总有一点相似——想要结交，或是成为这样的人。

在余姚，一家名为“岩礁”的咖啡馆曾因“无人经营”而出圈。咖啡馆的玻璃门上，一张牛皮纸满满当当写着咖啡的制作流程，还有店主的真情告白：

“灯亮着就是营业，没亮就是关着。早上起不来，灯亮着老板不在可以自己做（手绘插图）……我做的也就这样，没准你做的更好。自助完+VX（微信）……”

通过一番坦诚的自我剖白，“岩礁”咖啡馆老板小万将自己的态度摆在了明面上：“现在的人素质越来越高，诚信问题不在我的考虑范围内。”

纵然有些理想化，但谁不期待一个充满诚信的世界？花上10元到28元不等的价格，咖啡客们收获的，是自己磨制咖啡的乐趣，是共鸣于“早上起不来”的情感共鸣，是一份来自陌生人的信任，是一份对天下大同的期待。

四下无人，独品咖啡。但这何尝不是一种社交？咖啡店老板的态度化作咖啡店的“个性”，而个性又因此吸引了更多拥有相同“三观”的人。此情此景之下，再去探讨咖啡馆是否盈利已是多余：老板们“兜售”的价值观，以及收获的认可与支持，又岂是金钱可以衡量的？

“如果有一天咖啡馆的热度消退了，怎么办？”面对记者的担心，“搞钱”咖啡馆的阿力这样回答：“只要咖啡馆能够收支平衡，我就会一直做下去，这是我理想的生活方式。”

而保国寺旁“是啡”咖啡馆的主理人也给出了回应：“我会把我的重心分到其他事业上，摄影、服装，都可以填满热爱。”

这届咖啡客，用理想和热爱来填满生活。



含蓄 C 乡创客给家乡的“礼物”

谈起开咖啡馆的初衷，象山茅洋“青·蟹”咖啡馆的主理人潘文达说，想将脑海中的田园梦变成现实，让大家体验更有审美、更富趣味的休闲生活。

江北毛岙村“大路下”咖啡馆主理人之一的炮哥说，想让摩友们在感受速度与激情之后，能有一个休息的地方，再好好欣赏沿途的风景。

听上去一点也不动人。只是，这届咖啡客，做的比说的多了不少。

今年四月底，毛岙村的密林间，“大路下”咖啡馆悄悄开业，炮哥作为土生土长的毛岙人，着实为聚人气花了不少心思。摩友圈的口碑相传还不够，骑行、登山客，但凡对山野感兴趣的人，都成了炮哥“拉入伙”的对象。短短两个月时间，这里就人气兴旺。

潘文达同样没闲着。瞄准茅洋重点打造的“共同富裕”新型旅游综合试点项目，他和另一名合伙人俞康宁一起做起了“新农人”。种玉米，栽向日葵，开发稻鱼、稻

虾、稻蟹共养，他们将自己的所学悉数融入乡村。

在海曙鄞江镇，“桥边茶楼”咖啡馆的店主霍露露也见证了“咖啡热”席卷鄞江的全过程——

去年冬天，毗邻它山堰的“俩老头”咖啡店在线上线下脱颖而出，迅速跻身“网红”行列；在慈慈村，“3亩咖啡”共富工坊脱胎于低效鱼塘，与40亩油菜花田比邻而居；位于芸峰村的“MK花园”则激活了800平方米村中低效用地，主理人吕雅娟意欲在此打造乡间“花园咖啡”……

尽管他们不以此自居，但“乡创客”无疑是这批咖啡店主理人最好的代名词。

而咖啡馆，则是他们带给家乡最好的“礼物”。

一抹“咖啡香”，究竟盘活了多少间老旧民居，为乡村引入了多少客流和业态，似乎乡创客们并不在意。就像炮哥在接受采访时表达的那样，看见越来越多城市居民来这里体验“诗和远方”，自己“逆流”回乡是值得的。



清醒 D 不“内卷”但也不“躺平”

一位。
正因为咖啡馆的情感价值大于经济价值，他们才要想方设法把店开下去。

这与咖啡最原始的功能何其相似——提神醒脑，咖啡，从来不是一种“躺平”的饮料。它是“打工人”高效工作的“续命良药”，是文艺创作者寻找灵感、碰撞思想的神经递质。

茨威格的《巴尔扎克传》中就曾这样写道：“咖啡滑下去了胃里，它就把一切推入运转。思潮犹如大军中各路纵队勇往直前。回忆汹涌而来，大旗高举，将队伍带进战场。”

对于乡创客，咖啡馆是他们的起点——如何平稳度过“新手福利期”？如何吸引更多客流？如何嵌入

团建、露营、办公等消费场景？他们的“作品”、他们的“情感寄托”，需要他们自己去精心雕琢。

对于咖啡客，咖啡馆则是他们的驿站——寄情乡野不是避世，而是为了短暂卸下压力，进而更好地出发；批判当下并非只是愤世嫉俗，而是为了在涌流中站稳脚跟，面对诱惑能够保持清醒；寻找共鸣并非为了“抱团取暖”，而是在不得已汲汲营营时，也能知道世间还有志同道合的陌生人。

让咖啡把你我带向生活的战场吧！



“无人经营”的“岩礁”咖啡馆。

本版照片均由相关受访者提供



江北巴蜀文化村的“那么烫”咖啡馆。

诚然，单靠一杯咖啡，来保持咖啡馆持续性的运作，比想象中难。
所以，尽管“早上起不来”，“岩礁”的小万还是仔细计算过自己的货源优势，估量着门店的盈利时间。

所以，尽管已经买了把躺椅，准备在没生意时发呆，“大路下”的咖啡师方方仍然把推陈出新的任务放在了第