

看着火锅店都已开到肉摊边 4岁的“菜场咖啡”说：习惯了这种卷

最近，“年轻人把火锅搬进了菜场”这个话题火爆了全网，也让杭州政苑农贸市场跟着火了一把。只提供牛肉等涮肉，蔬菜在菜场里现买现下锅——一顿普通的火锅，吃出了新鲜，吃出了满满的参与感，也让更多的年轻人走进了菜场。

事实上，农贸市场对年轻人的“呼唤”，杭州多年前就已经开始，比如，位于拱墅区米市巷街道红石板农贸市场内的菜场咖啡。

这是一家位于菜市场里的咖啡店，已经开张4年，这些年他们过得怎么样？这两天，我们和老板阿黎小两口聊了聊杭州的“咖啡江湖”。



菜场咖啡

租金划算，90后情侣把咖啡店开进了菜场

红石板农贸市场就位于古河路上，距离潮王路路口仅几步之遥。

站在古河路上可以看到，以有着设计感的农贸市场入口招牌为界，左边的鲜果店是我们熟悉的老式菜市场的感觉，而右边面馆、面包店的招牌却更具文艺气质。在外面，除了一块小小的、几乎被无视的小牌子，看不到“菜场咖啡”的踪迹。

无意间，接地气和文青范交融，也成为了红石板农贸市场自身的特色。

走进农贸市场，这种感觉更为强烈。

路过“红石板农贸市场欢迎你”的LED灯牌，一条五六米长的小道映入眼帘，中式装修，很适合打卡拍照，而小道的尽头就是菜场咖啡。

红石板农贸市场并不大，只有十余家店，几乎每个品类只有一家，菜场咖啡就是其中之一，它的隔壁是一家禽蛋店和肉铺，大大的“禽蛋”和“肉”字招牌，与“VEGECOFFEE”形成了一种奇妙的联结。

“红石板菜场是2019年前后改造的，我们也是那个时候入驻的。”主理人阿黎和爱人May一边做着咖啡，一边和顾客聊着天，“都是老熟客，几乎每天都来。”

相较于四年前，这个五平方米左右的小店除了招牌、墙纸和地毯外，几乎没有大的变动，店内的摆设随两人的心情而变。墙上一张“招财进宝”的红色斗方，更是拉近了咖啡店和菜场的距离。

阿黎从小生活在江西，毕业时因为一则招聘启事，对未来迷茫的他来到杭州一家咖啡馆打工，没想到待到了现在。和所有咖啡师一样，身为90后的阿黎和May也梦想有一家属于自己的咖啡店。偶然想到自己经常来买菜的菜市场有个摊位空着，于是就萌发了在菜场做咖啡的念头，“当然，最重要的原因还是租金划算。”

现买青瓜做“美式”，四年成为菜场“金字招牌”

阿黎是一个健谈的人，作为杭州第一家



菜场咖啡内，阿黎正在忙碌

菜场咖啡，4年间，他接受了很多媒体的采访，这次一开始说“婉拒”，却也聊了很多。

要想在农贸市场里开这么一家咖啡店，阿黎说，首先是红石板农贸市场的提升改造，“在这样的整体风格下，才不会显得咖啡店的格格不入。”

那么，一家咖啡店会让更多的年轻人走进菜市场吗？阿黎的答案是，有限的，“确实年轻人多起来了，尤其是周末，但是作为和互联网共同成长起来的一代人，他们更愿意通过线上买菜。”

咖啡也一样。在阿黎家的订单中，线上订单得占去一大半，线下大多数都是上班路过的熟客或者前来打卡的游客。

随着市场的逐步复苏，阿黎也感觉到了竞争的压力，“粗略数了一下，四年前周边估计只有5家咖啡店，现在少说得有50家吧。”

别看是家小店，菜场咖啡却有着近30种咖啡饮品，价格从13至38元不等，属于相对平价的咖啡。其中镇店咖啡当属“菜场美式”。

切上两三片青瓜，放入冰水中，两三分钟，阿黎就让记者尝尝味道。小抿一口，一股淡淡的青瓜清香自舌尖而来，“这些青瓜都是今天菜场里现买的，很新鲜。”

捞去青瓜，倒入刚刚做好的咖啡，一杯“菜场美式”就出炉了。青瓜的清淡，冲去了咖啡的苦。

同行们眼里，阿黎夫妻是“拼命三郎”化身

在杭州的“咖啡江湖”中，不少独立咖

啡店的主理人都相互熟识，也会去各自的店里串门、品论咖啡，在很多同行里，阿黎和May就是“拼命三郎”的化身，因为和大家印象中近晌午才开门的咖啡厅不同，菜场咖啡每天8点开门，到晚上8点左右才下班。

沙县咖啡的主理人老严就是来串门的同行之一。

沙县咖啡在密渡桥路上，靠近杭州大厦，小小的logo和招牌，第一次来还不好找。

一路看过来，密渡桥路上包括沙县咖啡在内，就有六七家咖啡店，但只有沙县咖啡门口坐满了人。

早上7点半开门，一开门就忙，到了10点左右才会空点，临近饭点，老严和店员讨论中午要不要吃麻辣烫——一个和咖啡店气质不太契合的话题，也聊到了建国南路上新开的咖啡店。

“这些年杭州的咖啡店多了很多。”老严说，“这条路上我是第一家开的。”

据QuestMobile《2023夏日经济之现制咖啡&茶饮市场洞察》报告，现制咖啡用户规模从2022年6月的3631余万，增长到2023年6月的6710余万，一年间几乎翻倍。

同时，QuestMobile数据显示，现制咖啡人群，24岁及以下人群占比为48.7%，咖啡消费人群以一线、新一线集中度更高，二线及以下市场咖啡人群占比的提升，也释放出“咖啡意识”正“向下觉醒”的信号。

8块8、9块9，酱香拿铁、联名咖啡……各种活动层出不穷，有独立咖啡店店主曾对记者说，“酱香拿铁火爆的那两天，店里一单生意都没有。不过，连锁咖啡品牌也让更多人有了喝咖啡的习惯，我们的机会在未来。”

对于这样的市场，老严也颇为淡定。

沙县咖啡虽然没有之前日销400余杯的鼎盛，但也培养了极具黏性的用户群，“网红的光环迟早退去，只有咖啡的品质能留住人。”

来源：钱江晚报



菜场咖啡的菜单