

復古車凌晨入茶園 後備箱打開做營生



▲某個復古小車咖啡店經營者與遊客。

大公报記者俞晝攝



▲翔哥正在汽車後備箱裏製作咖啡。

大公报記者俞晝攝



▲龍塢茶園裏的遊客們悠閒地喝着咖啡。

大公报記者俞晝攝

另類創業

走進杭州龍塢茶園的山上，路邊停滿的各色復古小車尤為耀眼。一到假期，車主們更是凌晨五六點就要開上茶山「佔坑」，待太陽升起，他們將後備箱打開，串起裝飾，再掛上手寫的價格牌，一家家別具風味的「移動咖啡館」就開始營業了。15元一杯的美式、25元一杯的桂花拿鐵、38元一杯的手沖……實惠的價格配上空氣裏的茶香，吸引着許多遊客前來打卡，也讓車主們賺得笑逐顏開。

大公报記者 俞晝

在一群年輕的車主裏，翔哥算得上是「老司機」了。出生於80年前後的他在出境遊行業已經深耕了十餘年，疫情發生以來，這個行業幾乎「全軍覆沒」。迫於生計，他身邊的同事們有的轉行去賣保險，有的送起了外賣，而愛好戶外運動的他也開始尋找新的出路。「最開始我想做露營這一塊的生意，所以就考了電單車駕照，在浙江到處跑山尋覓一些人跡罕至，又風景優美的場地。」

彼時，由於交通不便，龍塢茶園並沒有太多遊客，來往的幾乎都是村裏的茶農。不過，附近的光明寺水庫在露營業內小有名氣，一到周末常常有愛好者們帶著帳篷來野營。「我也玩過幾次，發現許多人都會特意從山下買咖啡帶上來，但時間一久咖啡就冷了。」於是，翔哥想起了他以前帶過的東南亞旅行團，遊客們都對當地的路邊咖啡館很感興趣。

風景如畫 熟客捧場

「我本身就喜歡喝咖啡，家裏囤着全套的手沖工具，不如也來試一試？」就這樣，翔哥花了兩萬多元買了輛二手途安，經過改裝、貼膜、去车管所備案，一間「移動咖啡館」就成型了。

就在記者採訪間隙，一位顧客來到翔哥的車前，熟門熟路地點了一杯由麥芽糖汁和碳酸飲料製成的「黑啤美式」，雖然喝起來有德國黑啤的口感，卻不含酒精。這位顧客表示，「我在『小紅書』上關注了好幾位專門做『移動咖啡館』的博主。」

與專業咖啡店主相比，翔哥的心態更像是個「業餘玩家」。他將自己的咖啡館命名為「1/2」，取自「偷得浮生半日閒」，還掛起了一塊「被迫營業」的牌子，然後根據心情終日「神出鬼沒」於杭州各個角落裏。今年3月初，翔哥再次來到龍塢茶園，恰逢春茶採摘季節，空氣裏飄着茶香，滿眼皆是碧綠的春色。翔哥心裏一動，又買來幾把摺疊椅，決定常駐茶園。

「我家住在城東，每天一來一回就是60多公里的路程。」回憶起剛開始營業的經歷，翔哥頗為感慨道，那時候這裏沒什麼遊客，茶農又喝不慣咖啡，只能靠偶爾出現的露營者撈撈場面。「有好幾次一天就賣出三四杯咖啡，還沒我自己喝得多，算上油費就虧本了。」不過，美好的茶園風光讓翔哥堅持了下來，他還與周邊的幾間農家樂老闆打成一片，而這些人也為他推薦了不少新客源。

開賬號設「隱藏菜單」

什麼時候發現自己火了？翔哥坦言是託了社交APP「小紅書」的福。「來這裏露營的人裏，有不少是『小紅書』的旅遊博主，他們在分享自己野營美照的同時，常常會搭上我的『移動咖啡館』。」生意最好的時候，翔哥每天能賣出上百杯咖啡，收入也遠超自己的導遊生涯。他甚至在「小紅書」上開設了頻道，向粉絲們劇透每日菜單，如果報暗號還能嘗到「隱藏款」咖啡。

▼茶園嘆咖啡賞風光。網絡圖片

野山咖啡館
嘆啡聞茶香世界各地的
「移動咖啡館」

大學生營「巴士商店」日賣茶夜賣酒

靈活經營

「我們現在想改裝一輛86年的復古豐田考斯特中巴車，但不知道賣點什麼，朋友們有什麼建議？」這是大四學生洋洋於今年3月2日在朋友圈發布的「求助帖」。僅僅在半個月以後，他的「宇宙巴士商店」就在龍塢茶園裏如火如荼地開了起來。與身邊僅僅售賣咖啡的翔哥不同，洋洋的復古巴士白天售賣手沖咖啡與龍井茶，夜晚則賣起了一支支的風味啤酒。洋洋的合夥人方元是龍塢

人，在打造「宇宙巴士商店」前，方元當過保安，跑過龍套，也學過理髮、廚師，還在網吧做過網管，最後從婚禮攝影走向境外旅拍，這些「斜槓青年」的經歷給了他源源不斷的靈感與創意，也讓他結交了天南地北的朋友。所以，雖然他的商店開業並不久，卻成為如今茶園裏最熱鬧的地方。

每當夜晚降臨，杭州的潮玩一族就從城市的四面八方趕來，摩托愛好者、自行車改裝者、復古車愛好者……隨着簇擁者的增

長，「所有野生的派對」逐漸取代了商店的原名，成為杭城派對動物們的新聚點。



▲洋洋與他的「宇宙巴士商店」。受訪者供圖

冀頒管理條例 創業無後顧之憂

健康發展

對於此類咖啡館，許多遊客在購買的同時也會問上一句，你們有營運資格證麼？對此，翔哥坦言，在改裝咖啡車之前，他也去了解過相關政策。按照開一家咖啡館的流程，應該先到工商部門申請一個《企業名稱預先核准通知書》，然後去相關部門申請《餐飲經營許可證》等證件。

但是，當記者諮詢杭州市市場監管部門，工作人員表示，由於沒有固定營業場所，這類「移動商店」是不能辦理營業執照等證件的。「分類上，他們屬於流動

攤販，通常由城管部門管理。」隨後，記者又諮詢了相關的城管部門，工作人員表示，流動攤販如果是在經營許可的地點，則由攤販所在地負責管理。

「因為『移動咖啡館』沒有固定的經營場所，所以目前不具備辦理營業執照的條件。」翔哥說，他已經辦理了個人的健康證明，也嚴格按照杭州的疫情防控條例，48小時內做一次核酸，如果遊客有需要隨時可以看。長期而言，翔哥希望政府能盡快針對類似的「移動商店」推出資質的認證與辦理，也好讓大家無後顧之憂地去創業。

洋洋也十分贊成翔哥的說法，他表示，如果村裏願意統一管理，他很願意交納停車費和管理費。



▲茶園裏的咖啡店越來越多，經營者希望規範管理。

星巴克也入局 移動咖啡館有前景

搶佔市場

一輛復古風的小汽車、一套便攜式的咖啡設備、一塊精心手繪的菜單……如果你在近期打開過社交APP「小紅書」，就會發現一種新的咖啡文化正在蓬勃興起，與「移動咖啡車」相關的筆記已經超過了27萬份。咖啡愛好者們把車的後備箱改成「移動咖啡館」，隨心情「神出鬼沒」於城市的各個街頭，粉絲們則逐文而動，到店打卡。

誕生於瑞典、孵化於硅谷的Wheelys Cafe創立於2014年，

如今已被公認為是「移動咖啡館」的鼻祖式存在。團隊在短短幾年的時間裏，憑藉着製作精良卻價格實惠的咖啡車圈粉無數，風靡至全球65個國家和地區。要問Wheelys Cafe異軍突起的秘方？其實很簡單！就是把做咖啡所需要的所有設備裝到一輛三輪車上，騎到哪就賣到哪。如果說傳統的咖啡館是「人找店」，那麼Wheelys Cafe則變成了「店找人」。

就想入局咖啡零售的創業者而言，Wheelys Cafe的革新是巨大的

——星巴克開一個店要50萬美元，而加盟Wheelys Cafe只需要3000美元。讓更多「囊中羞澀」的年輕人接受加盟。

為了應對挑戰，行業大佬星巴克也入局，並在2021年服貿會上首次推出了「星巴克移動咖啡車」，售賣包含濃縮咖啡、茶雲、星冰樂等特色飲品。



Idobata Coffee

地點：日本鎌倉
車型：麵包車
食材：手沖咖啡
特色：
●經營者曾經在書店工作，所以車上除了售賣咖啡，還是移動書店。



Tactile Coffee

地點：美國洛杉磯
車型：黑色貨車
食材：
●選擇Counter Culture Coffee，從濃縮咖啡飲品到加入各種濃縮糖漿的飲品，還會有特製的香料茶飲Chai。
特色：
●每天的營業地點和營業時間都不一樣。商家會提前在官方instagram上做宣傳，提醒顧客每天不同的購買咖啡地點和時間。



Wheelys Cafe

地點：誕生於瑞典、孵化於美國硅谷、遍布全球
車型：紅白相間設計的自行車
食材：
●主打手沖咖啡，多達10種咖啡品種，以及30多種飲料和小吃。
特色：
●被公認為是「移動咖啡館」的鼻祖式存在。加盟品牌的商家也可以因地制宜採購食材：比如約旦的Wheelys會出售土耳其咖啡。