

冒着高温卖冰粉，我们山顶见

褚梦楠和他的合伙人刘爽（化名）在2021年支起了“山顶小摊”，“在山里摆摊这件事其实很多年前就想过，但因为工作一直比较忙，就没有去做。疫情开始后，就想着要么出去找点事儿干吧，去山里玩一玩。正好之前在四川认识的朋友教我做了冰粉，我看山里很少有这种东西在卖，就想着先试试看。”

“周末我们自己玩也得花个几百块，出来摆摊可能挣个几百块，油钱饭钱也就出来了。但其实也纠结了将近两个月到底要不要做这个。”负责制作咖啡的刘爽说。

相较于徒步和骑行群体更多的山顶公路休息区，杨孟吉选择了一处河畔露营地作为自己摊位的“驻点”，“这边一般是家庭露营，带小孩儿来玩的比较多”。

杨孟吉的小摊有浓厚的露营风格，从桌椅到垃圾桶都是专业的户外装备，“我平时也比较喜欢在外边待着，喜欢户外这种感觉。就想做做试试，把后备箱好好布置布置，卖卖咖啡，给大家提供一个方便吧。毕竟能在这种地方喝上咖啡，还算是比较新鲜的”。

随着“户外游”的火爆，户外经济逐渐多元化。初期，从业者们“照猫画虎”地照搬城市中的小摊模式经营，从市场上购入基础的设备、原材料来摆摊。刘爽在创业前进行市场调研时“感觉他们不太专业，而且产品不太对得起价格”，便萌生了“产业升级”的想法，从咖啡豆烘焙到最终的饮品出品力图“客制化”，“我爱好咖啡很多年了，家里也有专业的机器，在山里制作大众更容易接受的精品咖啡，为什么不试试呢？”

杨孟吉的后备箱咖啡也在不断升级，他研发出各种新奇的咖啡饮品，“我夫人喜欢尝试一些新的东西，平时在城里喝到了比较有意思的，在山里摆摊的时候就试着做一做，顾客评价也都挺好的”。

在北京市门头沟的一段盘山公路休息区，褚梦楠停好车子，支起帐篷，打开后备箱，将盛满冰粉的保温桶摆在帐篷下的长桌上，再将咖啡机插上户外电源，码好剩余的物料，抬手把招牌挂在帐篷沿，叫卖起冰粉和咖啡。

一些或骑行或徒步或开车到山顶的年轻人渐渐围了上来，在高温下吃碗冰粉，喝杯冰咖啡，畅饮也畅聊。



网络图片

褚梦楠的职业是潜水教练，每周末和节假日就摇身一变成为冰粉摊主。“我一般头天晚上会把冰粉提前做好，制作其实不太难，就是把市场买来的冰粉籽放在纱布里，泡在水中一点点手搓出来冰粉。”

除了山顶摆摊之外，褚梦楠和刘爽

也频繁参与城里的各种市集活动，但二人直言，“市集摊位租金高，抽成比例大，忙活一天也赚不到什么钱”。不过通过参加市集，让品牌有了更高的知名度，“我在‘有街市集’就吃过他们家的冰粉，这次上山也是过来打卡一下‘正主’。”一位徒步爱好者在购买冰粉时说。

笔者观察到，冰粉和咖啡的杯子上印着通往山顶公路的“路书”，另一侧贴着靛蓝毛笔字体的“北京”二字。爬到山顶，买杯咖啡举起拍照，让游客可以充满仪式感地补充体力。

北京大学自行车队每周都会组织骑行活动，褚梦楠和刘爽的小摊的位置是骑行路线的打卡地之一，很多队员会在这里停下休息。“每次爬到坡顶看到咖啡我一定买。”北京大学自行车队前队长区涵予说，“有点儿仪式感”。

山顶冰粉的价格在25元上下，可以选择多种辅料和果酱，北京大学自行车队女队长吴芷婧选择了芒果冰粉，“我已经骑车爬了这么远上来了，就算这冰粉不好吃我也觉得它好吃。虽然价格并不算实惠，但是考虑到这些设备、物料还有运上来的成本，我也很乐意去为它买单”。

与杨孟吉一起打理小摊的，还有他的母亲和妻子，他们主打“随玩随卖”的模式，“不当生意做，就是玩，图一个心情”。在生意闲暇时，3个人和朋友会围坐在桌边远眺山景，聊聊天，有的顾客也会加入其中。

这些坐落在近郊山野的小摊小店正成为青年社交的新媒介。在城里咖啡店买一杯咖啡，顾客的注意力更多地放在“喝什么”，而在这里，可能思考更多的是“聊什么”。用一碗冰粉、一杯咖啡开启一个话题，制作饮品的那个人是老本，但更像朋友。

“咖啡+社交”就是杨孟吉的初衷，“能接触到更多人，交更多朋友。比如今天来一个顾客，聊一聊他是什么样的人，做什么行业的，明天又能遇到一个不同的人，就感觉挺有意思的。”杨孟吉说，“就像刚才朋友们找我们聊天，很轻松休闲，然后再挣点儿油钱。如果要把它当一个特别正经的生意来做的话，也就累了，变味儿了。”（田嘉硕）

“讲文明·树新风”公益广告

尊老爱幼 从❤️出发

市场信息报
MARKET INFORMATION