



【编者按】

集市摊位是上海这座巨大商业城市里小小的明亮星，闪烁在商场、景区、休闲区的各个角落里，照亮一隅，是个体试水做生意的最小实验范本，也是都市人消费生活被照顾到的最小缝隙。游牧集市之间的餐车车队、由交换市集成长起来的网红小店等等，我们推出系列报道，探寻上海集市里的宝藏摊，寻找夜空中最亮的星星们。

在不同的主题市集上不断“变身”，最终在蟠龙古镇“定居” 这家酒馆，黄酒咖啡意外好喝

参加上百场沪上市集，咖啡、甜品、美酒、美食、文化……在不同的主题市集上不断“变身”，绘璟酒馆最终在市郊蟠龙古镇“定居”，成为不少人专程去打卡的网红酒馆，然而，前去打卡的更多人却是冲着他们家的冰淇淋和咖啡。4年前，一群年轻人带着在绍兴风靡的黄酒奶茶和黄酒棒冰，来到上海玩关于黄酒的更多跨界，和上海的咖啡爱好者、美酒爱好者碰撞，黄酒拥有了更多的可能性，黄酒酿咖啡风味特别，品咖啡也能有大口喝酒的快感，创新黄酒酿法而成的桂酒、梅酒风味更佳……从“走市集”的摊位，到成为市郊景点的网红店，还在找“黄酒的一万种可能性”。



品。”最初黄酒奶茶还只是鲁迅故居景点旁一个不起眼的小店的一杯新款奶茶，后来成为“初代网红奶茶”，“那时候大家还是在论坛上热议，褒贬不一，论坛的楼却盖得很高。”

从绍兴来到上海也是出于机缘巧合，2020年的时候，吴徽与苏州博物馆合作，在上海商场世纪汇的市集上设了一个摊位，“那时候，在绍兴的门店生意很差，上海市集却热度很高，人流很大，我们初尝试摆摊，有过1天卖出2万元营业额的成绩，很惊喜。”当时吴徽仍在绍兴，摆摊由上海门店合伙人建佑负责。

除了好看的营业额，市集也为吴徽打开了一个“新世界”。“在那之前，我们主要在景区，实话实说是让游客买个新鲜感，在市集上我们把和不同博物馆的黄酒跨界产品都拿出来，是真正面向喝酒的市民，让爱酒人士来一起来检阅创新黄酒的口味。”

“酒精度还是不够”是很多沪上老饕的一致评价，“微醺”热潮下，低酒精度的酒在上海却无法俘获沪上众多人，讲故事、讲情怀的“套路”看起来行不通。

这一点建佑感受颇深，“印象最深的是，因为我们的摊位都用心布置出古风小酒馆的氛围，被吸引而来的人不少，爷叔捧着酒瓶不管上面我们用心拟定的‘文化内涵’，只问是用什么酿/泡的、怎么酿的、多少度……”

喝咖啡喝出大碗喝酒的豪爽感

“冲着酒瓶咖啡杯去的，咖啡是意外的好喝，如果堂食还会送你酒碗，很有意思。”

“喝咖啡能喝出大碗喝酒、大口吃肉的豪爽感！喝完可以让店员帮忙洗罐子，带回家当装饰品。”

……

在青浦的蟠龙古镇有不少颇具江南风情的小店，一家小小的酒馆成为不少沪上市民专程打卡的目的地。明明是一家酒馆，多数人却是冲着黄酒咖啡和黄酒棒冰去的。

当记者近日来到小店，陆续有人前来询问“有没有黄酒棒冰啊”，因为时值夏日，黄酒棒冰销售火爆，一个上午黄酒棒冰就售罄了，得等从绍兴重新发货。

“我们特地找来的！”黄女士一家人来蟠龙古镇游玩，做攻略的时候朋友就推荐尝尝黄酒棒冰，“不是上海人以为的‘棒冰’，其实是雪糕，黄酒味挺足的，搭配着奶香味，据说挺好吃，所以我们特地找这家店，想尝尝。”

在社交平台上，也能看到不少曾在绍兴鲁迅故里吃过黄酒棒冰的人惊喜地分享，“路过蟠龙天地又看到了黄酒棒冰！吃起来有淡淡的黄酒味道，裹着浓郁的牛乳雪糕，夹着粒粒分明的酒酿大米，吃出了小时候血糯米雪糕的口感”。

黄酒棒冰售罄，黄女士仍有选择，点了几份融合了黄酒的咖啡，在店内他们称作“投醪咖啡”。

有多种不同的口味，黄酒冷萃、酒酿拿铁、桂花酒酿拿铁、梅酒冷萃、茉莉酒冷萃，喝咖啡也能喝到微醺。

咖啡前端上，颜值就俘获了很多人——不同于常见的咖啡杯，这里的咖啡是用颇具古色的酒壶和酒碗装的，“喝得到一点酒味，2度左右，享受到微醺的快乐，太适合古镇古朴又闲适的氛围了。”

“好久没见到这种复古容器，最有趣的还是用来装咖啡的，买了一壶在门口各种摆拍，吸引了不少人驻足询问。”和几位姐妹一起逛古镇的段阿姨说，一口下去，顿时有大侠闯荡

江湖感觉，和其它咖啡馆的感觉太不一样。

虽然在一些对咖啡口味很挑剔的爱好者看来，口味还是有待加强，“试了一试茉莉冷萃，可能是为了掩盖1%的酒精味，咖啡入口很甜，喜欢冷萃的人通常不爱太甜的口味。”

更多人把在这家小酒馆喝酒、喝咖啡当做一种特别的度假体验，在周末和节假日古镇人流变多的时候，尤为受欢迎——“一到节假日根本忙到停不下来，因为制作工序比其他咖啡更加复杂，做一杯咖啡要3分钟，一天下来，少说也要做200多杯。”

“到晚上5点多，就不卖咖啡了，全面变身为酒馆。”原本的咖啡吧台又成为了中式调酒台。

“梅熟夏深”“桂落月中”“梅子留酸”……这些都是“新中式鸡尾酒”，白天的咖啡师又化身调酒师，用一系列打茶的器具来做鸡尾酒，不少市民评价“像威士忌一样喝国货梅酒”。

在黄酒的一万种可能性上做探索

细看这间酒馆，可以看到它有点丰富，又有点“割裂”。

有和苏州博物馆跨界出的微醺“茉莉花酒”，有和南京的先锋书店跨界的名为“人生”的冷萃咖啡酒，有和南京博物院跨界的寓意极佳的瑞果桃酒，有和上海博物馆跨界的文人黄酒“知止”，也有和广东博物院跨界的岭南特色荔枝酒……

“这些都是我们之前在黄酒的一万种可能性上做的探索。”绘璟酒馆主理人吴徽说。

“除了在江浙沪人们有可能会喝黄酒，在其他很多地方好像只用于烧菜的料酒，所以我们就想着，能不能让黄酒有更多的玩法，于是做了很多衍生品。”吴徽出生在黄酒闻名的古城绍兴，看到在当下黄酒已经式微，决定用跨界的方式让黄酒走得更远。

曾经的第一个跨界“爆款”是黄酒奶茶。

“灵感说起来也很简单，有一次父亲拿错了茶壶和酒壶，在家做了上1.0版的黄酒奶茶，一直以来，只是我们在家自己喝，当我们开始做黄酒的跨界，黄酒奶茶就成为了第一个衍生

参加上百场市集后决定停下来

从安义夜巷夜市、虹桥天地“超级市场”、瑞虹太阳宫微醺市集、到蟠龙天地蟠龙水集……建佑说，4年时间里，几乎上海大大小小的市集都参加过了。

在市集上，绘璟酒馆最初摆摊的时候，会把热门的黄酒奶茶、黄酒棒冰带过去，但是慢慢地发现，在上海，大家对于吃越来越讲究，对玩花头的东西只会尝鲜不会复购，时间久了热情也就降下去了，“反而对黄酒酿造工艺进行改良后酿造的桂酒和梅酒，这两个看上去更为传统的中度酒更为青睐”。

“想要受到更多人的欢迎，还是得创造真正经典的、口味好的酒啊。”建佑带着绘璟酒馆参加了上百场市集，心态也发生了很大的变化，“我们现在就想停下来，好好做酒。”

百场市集下来，建佑已经有了大概1400人的社群，都是绘璟酒馆这些经典酒的忠实品尝者。

“所以我们不再只做酒的衍生品，说起来，不管是黄酒奶茶、黄酒咖啡、黄酒巧克力、黄酒双皮奶、黄酒酸奶，这些都是很简单的创意，思路就是把黄酒和时下大家爱吃的、爱喝的混搭起来，真正难的是怎么样让年轻人喜欢酒本身。”说起曾经的这些衍生品，吴徽说之所以人们容易厌倦，因为他们的玩法还不够新，甚至有点老套。

他所说的新玩法，是对酿黄酒做创新。“保留传统黄酒对糯米的手工发酵技艺的基础上，去除或淡化传统黄酒‘土腥味’‘药味’，融入SCC花香萃取、恒温水果发酵、超低温除陈等现代工艺，新式手工糯米酿造酒技艺是一种真正的创新。”

最近，建佑关掉了豫园景区的最后一处常态市集上的摊位，“市集的风已经过去了，以后我们就专门门店，最多在蟠龙天地有市集活动的时候，摆摆外摆位。”