

“一杯咖啡是讲系统的。每个层面都有它不同的好法。单纯一杯奶咖，一杯黑咖啡，摆在你面前，你不懂它背后的知识，其实很难单纯去判断它的好坏。”

蔡中顺总是这样判断一杯好的奶咖：咖啡味道明显、顺滑、奶味不会盖住咖啡本身的浓香，喝起来口感很甜；而这种甜是咖啡自带的甜度，而不是放过糖的甜。当一个咖啡师，学会品尝一杯咖啡，知道它的优劣，才能让来的客体会到咖啡的好口感。

有些咖啡口感偏酸，也是豆子本身的特点。咖啡豆作为农作物，属于果实的核，本身的酸度是有的。如果烘焙豆子烘得很深，它本身的酸度一般就品尝不到了。烘焙越深，苦味越发明显。豆子的酸很难被品出。不是说，咖啡有酸味，就一定好。但这酸度，通常跟好咖啡是有关联的。于是，曾经精品咖啡经历过一次大的浪潮，大概是在2009年，认为极致的酸，就是最好的咖啡。如今，这样的概念已经被校正。咖啡文化在中国的落地，也是在一个边纠错边成长的过程中进行。

精品成为小浪潮

2002年，蔡中顺开始接触咖啡。过去的15年，他惊喜地发现懂咖啡的人越来越多。

早期，人们消费咖啡，可能消费的是场所，是环境，他们需要这样一个舒适安静的地方，和朋友聊天，打发一下时间，对咖啡本身的品质没有过多要求。

也许，只要几个细节，就能窥见整个业态的变化。这样的进步让从事咖啡推广的蔡中顺倍感欣慰。蔡中顺说，2008年-2009年，客人进店里，点一杯黑咖啡，通常会給一个糖包或一小杯鲜奶。2011年以后，至少来到明谦咖啡的客人，都不要再要糖包了。再往后，2014年以后，进来的客人会直接定名要喝什么类型的咖啡。他们会选择产地、品种、豆子的处理方法等等。而现在，进店的客人会点：“肯尼亚”，并选择烘焙的深浅。



哪里可以想见，咖啡还可以站着喝呢！现在就有一些咖啡店，不给你座位。也许是因为经营压力太大，房租太贵；但是侧面也说明了，人们是正儿八白来消费咖啡的，而不是来消费环境的。在国外，这种店非常普遍。

简而言之，精品，代表可追溯，口感好喝。好喝，它有严格的打分系统，评分在80分以上就可以算好喝的标准。然而，口感这东西，因人而异，一个品种，有些人喜欢，有些人不喜欢。

蔡中顺认为，精品的评判标准，不单单是咖啡好喝，还要让你的客人喜欢你，有更多互动。店员的店服有意思，黑色体恤上印着不同的口号，每一个都别有韵味。蔡中顺身上穿着的是“一喝咖啡就想睡觉”他说，也许是做咖啡太多年，已经对咖啡因有了天然的免疫力，人家越喝越清醒，而他，越喝越自在，越喝越想睡。类似的slogan还包括：“小僧可否化杯咖啡？”“你有故事吗？我有咖啡。”“insert coffee to begin！”“more coffee more happy！”……

咖啡馆生活就是我的生存状态

“咖啡这个行业，你没见到多少资本进驻，它确实不是一个特别赚钱的行业，但这个行业的大多数人，除了养活自己之外，多半出于纯粹的发自内心的的喜爱。能赚钱很重要，但是是不是一定要奔着赚钱唯一的目地去生活，我想很多人都会有所选择。”

几年前，很多人问蔡中顺为什么喜欢咖啡，他还能列出一堆的理由，而现在：“喜欢，就是喜欢，咖啡馆生活就是我的生存状态。”小说里，那些关于咖啡馆的描述文字，充满了画面感，总能打动到蔡中顺，仿佛情景再现，一如最初时刻的冲动。蔡中顺已经太久不接受媒体的采访，年龄递增以后，他发现很多事情都不太值得去说。你只要周而复始，踏踏实实做好你自己。

曾经有这样一个细节，让蔡中顺特别受触动。他在“在行”上开了板块，作为咖啡行家，很多人跑来咨询如何开店。通常，蔡中顺都会问对方：“你真的想要开一家咖啡店吗？”很多时候，人们的看法只是头脑一热。他常常劝解那些头脑一热的人好好考虑清楚，开店的投入可能够你喝一辈子的咖啡。

通常浇过冷水之后，蔡中顺还会分享另外一个让他久久不能平复的往事。以前，蔡中顺有一个学员，在外滩的大型写字楼里上班，职位高、薪水高，生活状态稳定。他的理想就是抛下一切，去纳木错开一家咖啡馆。然而，人生总有许多无常。某日，他因为得了急性脑膜炎突然离开人世。当他的同事通知蔡中顺参加追悼会时，就好像被上帝迎头棒喝，开了一个凄冷的玩笑。

他的梦想跟随他的逝去，就这样成了往事如烟。蔡中顺有时便想：他的梦想将会由谁继续完成呢？当你有了梦想，总也不去付诸行动，又该留待何时去懊恼呢？在有限的生命历程下，放手一搏也未必不是好事。

蔡中顺理了理思绪，沉吟道：“人生如同挖矿，谁也不能料定，下一镐下去，挖出来的会不会是钻石？人生最重要的是享受过程……”



Q: 应该怎么区分精品咖啡和这些巨头式的连锁咖啡店？

A: 我们常常会讲到二八定律，任何一种消费产品，似乎都存在这样的二八定律，永远是占据“2”的那一小部分稀缺资源，才能被称为精品。精品咖啡所强调的是，其所有的咖啡产地可追溯。例如，你喝曼特宁，它有曼特宁的味道，你知道它好喝在哪里。耶加雪菲，从非洲过来，它何以称得上耶加雪菲。

Q: 就是说精品咖啡一定是小众咖啡？

A: 并不是说它一定是小众化的东西。只是精品和非精品划开了地界，咖啡的产地做了追溯。早些年，巴拿马的gesha在咖啡种植庄园里，被用来做隔离带的品种，现在产量很低，但口感特别好喝，一下子成名了，现在成了价格最贵、风味独特，全球卖得最好的咖啡品种。

Q: 你的定位，似乎期许了更多文化推广的责任？

A: 任何行业都是一个系统，你呈现的产业链上下游越全，对人的震撼越大，让人们对它的认知越直观。现在上海的跨界空间和业态越来越多，而明谦的业态更侧重于一个以咖啡为主轴的小型复合空间。未来，它也可能是一个中央工厂店，处于市区的繁华地段。来到这里的客人，他们喝到的每一杯咖啡，都能通过透明橱窗，真正看到它如何从豆子到一杯咖啡的过程。

