

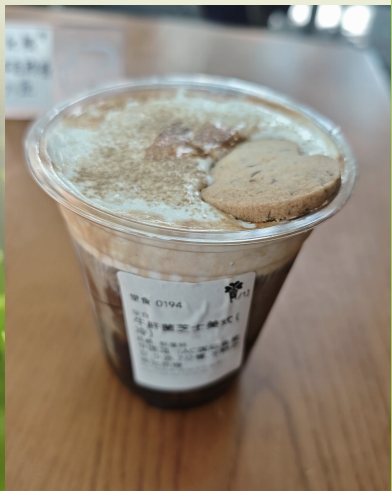
昆明，牛肝菌咖啡火了

有门店一天能卖 50—70 杯

都市时报全媒体记者 郑荣行 实习生 周先蕊

“牛肝菌还能做成咖啡？”在云南，咖啡与野生菌都是极具地域特色的产品。两者相遇，会碰撞出怎样的火花？9月3日，记者走访市场了解到，云南本土咖啡品牌“四叶咖”大胆创新，将牛肝菌融入咖啡，在多个门店上架后迅速掀起一阵打卡风潮，每日销量可观，部分门店一天能售出50—70杯。

”



牛肝菌芝士美式



牛肝菌燕麦拿铁

本组图片 都市时报全媒体实习生 周先蕊

两款菌菇风味咖啡 售价均为 22.8 元 / 杯

作为中国咖啡的核心产区与国际新兴精品咖啡产区，云南咖啡历史源远流长，产业历经百余年发展。在全球对咖啡品质要求不断提升的背景下，云南咖啡产业积极谋变，咖啡精品率从 2021 年的 8% 提升至 2024 年的 31.6%，精品化趋势愈发明显。

而野生菌，无疑是云南的另一张特色名片。复杂多样的地形地貌和立体气候条件，孕育了丰富的野生菌资源。每年雨季，野生菌破土而出，成为云南人餐桌上的美味珍馐。云南人对野生菌的热爱，不仅体现在日常饮食中，更延伸到了咖啡领域。

8月8日，四叶咖正式上架牛肝菌特调咖啡系列，瞬间吸引众多消费者的目光。“牛肝菌还能做成咖啡？”这样新奇的组合，成功勾起了人们强烈的好奇心。

据四叶咖（保利中心店）工作人员介绍，该系列以牛肝菌和云南咖啡豆为原料，精心设计了两款菌菇风味咖啡。其中，与大地物源联名的“牛肝菌芝士美式”，将牛肝菌粉、咖啡液与芝士奶盖巧妙融合，还搭配大地物源的牛肝菌饼干作为点缀；“牛肝菌燕麦拿铁”，则以牛肝菌粉与咖啡液为基底，融入燕麦奶，碰撞出别样的风味。

该工作人员表示：“两款咖啡标准杯售价均为 22.8 元/杯，消费者点单后打卡可获赠地标香片，购买牛肝菌套餐还送可爱的野生菌徽章。为保证最佳口感，目前两款咖啡仅提供堂食，建议大口饮用，以完整感受咖啡丰富的层次变化。”

四叶咖（文化巷店）的店员表示：“自 8 月 8 日上市以来，牛肝菌特调咖啡系列销量一直不错，每日平均售出 50—70 杯，而且不少消费者专程前来，只为体验这一听起来不可思议，喝起来却意外和谐的跨界组合。”

值得一提的是，这一跨界组合不仅在销量上表现亮眼，更在品牌传播与消费者认知层面赢得关注。在小红书、抖音等平台上，与“牛肝菌咖啡”相关的打卡笔记及视频浏览量已超万次。

顾客反馈 美式好评度相对更高

一名网友分享道：“我在小红书上刷到有人分享这款咖啡，就特意过来尝尝。

我平时就喜欢尝试各种新奇口味，没想到牛肝菌和咖啡搭在一起还挺和谐。我点的牛肝菌燕麦拿铁，第一口是燕麦香，再喝就有淡淡的牛肝菌香气，完全没有违和感。我会向朋友推荐，之后也打算尝尝牛肝菌芝士美式。”不过，在顾客的反馈中，两款咖啡的受欢迎程度略有不同，牛肝菌芝士美式的好评度相对更高，牛肝菌燕麦拿铁的接受度则稍低一些。

季节限定即将下架 明年是否推出尚未确定

需要注意的是，牛肝菌特调咖啡系列为季节限定产品，随着野生菌季节接近尾声，不久便会下架。事实上，四叶咖在创意咖啡研发上早有经验。2022 年，该品牌首次把黑松露风味融入咖啡，推出黑松露厚乳冷萃；2023 年 8 月初，再次推出黑松露特调咖啡；今年，又大胆推出牛肝菌咖啡。

然而，谈及明年是否还会推出野生菌系列咖啡时，四叶咖（文化巷店）的店员表示：“由于原料报价太高，目前尚未确定，将视具体情况而定。”

大部分独立咖啡店 暂避野生菌咖啡赛道

记者走访发现，并非所有咖啡店都愿意尝试这类极具地域特色的创新。尽管四叶咖的牛肝菌特调咖啡大获成功，但大部分昆明独立咖啡店均没有推出野生菌系列咖啡。

位于文林街的多家居独立咖啡馆主理人透露：“制作这类咖啡成本较高，而且新奇口味产品在市场上的接受度难以预估。一旦销量不及预期，损失会比普通新品大得多，因此不会轻易尝试。”

根据云南省咖啡行业协会 2023 年发布的报告，近年来，云南咖啡正积极寻求差异化突围，除了提升豆种和工艺，也在挖掘文化与风味层面的独特标识。野生菌作为云南重要的生物与文化资源，为其提供了创新灵感。

四叶咖将牛肝菌与咖啡这两种看似不相关的食材相结合，展现出大胆的创新精神，为消费者带来了全新的味觉体验。在云南咖啡产业不断精品化、创新化发展的今天，这样的创新之举不仅为品牌自身赢得市场关注，也为整个云南咖啡产业的创新发展提供了新思路。

※ 相关新闻

猎奇咖啡 创意无穷

随着众多本土咖啡品牌的崛起，也带动了咖啡“中国口味”的市场热，竹虫美式、章鱼拿铁、榴莲咖啡、皮蛋咖啡、酸梅烧鹅冰啡……各种具有新奇口味的咖啡一次次火出圈，给消费者带来别样的体验。

今年，杭州西湖边一家咖啡店推出了蛇年特调咖啡。这款售价 49.9 元/杯的“蛇干咖啡”一经推出，就吸引了不少年轻人打卡，每天能卖出三四十杯。据悉，该款咖啡有一条用签子串起来的乌梢蛇干装饰品。喝过的顾客表示，蛇干的味道有点类似油炸蚱蜢，带点肉干的香气，没有什么难闻的味道。据了解，“蛇咖”上所用的蛇干是中药材，采购价为 5—10 元/条。因为网上出现争议，该款咖啡已下架。

在云南普洱的一家咖啡店，以当地特有的昆虫食材为灵感，推出了一款名为“竹虫美式”的特色咖啡。该店主理人表示，除了“竹虫美式”外，他们还推出了“蚂蚱拿铁”和“老土蜂拿铁”等一系列昆虫咖啡产品。据悉，“竹虫美式”等昆虫咖啡预售阶段的价格在 68—98 元/杯。

而在上海，一家咖啡店推出了“咖啡泡饭”。该款产品灵感来自上海人吃泡饭的传统，咖啡店将中西餐饮文化有机结合，混入玄米粉、咖啡液和燕麦奶制作出美味泡饭。在北京海淀的一家咖啡店，推出了“黑啤特调咖啡”。店员介绍，这款咖啡以黑啤糖浆、浓缩咖啡液和奶油为主要原料。

而在去年，星巴克曾推出了一款名为“红烧肉拿铁”的龙年限定新品。商品详情页显示，其由“东坡红烧肉风味酱和浓缩咖啡融合，加入蒸煮后的牛奶，最后饰以东坡红烧肉风味酱和猪肉脯”，售价 68 元/杯。品尝过这款咖啡的顾客表示，咖啡上放了一块猪肉脯，偏甜咸口味，红烧肉的风味不太明显，“喝到最后好像是有沉底的培根碎”，适合猎奇，满足好奇心。

除了以上猎奇的咖啡饮品，还有人在南昌喝到了“皮蛋咖啡”，半杯皮蛋和拿铁混合，让爱吃皮蛋和爱喝咖啡的人都沉默了。到了厦门，有咖啡店推出了“章鱼拿铁”，咖啡里加入了一整只小章鱼。广州的一家咖啡店，则以烧鹅为灵感，开发届“酸梅烧鹅冰啡”，将酸梅酱、紫苏叶、苏打水和咖啡融合在一起，咖啡顶上再搭配一个形似“烧鹅”的广东本地豆制品小零食斋烧鹅。

业内人士认为，一些咖啡品牌通过进行本土化和差异化的口味创新和市场营销，带动了整个咖啡行业的快速发展。

据央视新闻、九派新闻、界面新闻、澎湃新闻、潮新闻、开屏新闻