

# 德吉白姆的十年蛰伏与烟火突围

从公职人员到咖啡店主

白姆用经历告诉我们,那些看似「伸手就能触及」的荣光,不过是漫长蛰伏之后,水到渠成的馈赠。萨,开出第一家仅10平方米的小店。有些人说:「你的成功唾手可得,不过是父母的帮衬罢了。」但德吉白姆,从萨嘎县大学生村官到县政府办副主任的十二年辗转,最后选择带着餐具和咖啡机辞职回到故乡拉萨,与凉粉、炸土豆大胆混搭,这看似随性的组合,实则串联起她人生中的三个十年:巷子里的味觉启蒙,当众多创业者用精品咖啡和舶来概念掘金时,德吉白姆的「鱼咖」却走出了一条不一样的路——她将



## 1 破茧 于“铁饭碗”中突围 听见故乡的烟火回响

德吉白姆的记忆,从居民楼巷子里的味道开始。她的味觉启蒙在儿时巷子里的苍蝇馆,舅舅的尼泊尔藏餐厅后厨,她总是在放学后跑进后厨“做墩子”。切菜、配菜、打下手,灶台边的日子让她对“吃”有了超越同龄人的理解。

生活不只是灶台上的烟火,爷爷是裁缝,妈妈继承了手艺,耳濡目染间,她也渐渐学会了针线活。多余的布料成了她给洋娃娃制作衣服的材料,换拉链、改袖口,她从小就喜欢“用手把想法做出来”的感觉。这些零散的童年碎片,日后拼成创业的灵感,味觉、手艺、审美,以及对市井烟火气的天然亲近。

大学时代,德吉白姆是“一边读书一边折腾”的人。拿着家里的600元本金,她做起了服装买卖。周末她也闲着,凭借出色的英文,当起了家庭教师。她的第一桶金是本土品牌设计包包样式赚到的,品牌也被命名为“德小鱼”文创包包。四年大学生涯结束,家人希望她能按部就班考上公务员,她遵从了父母的意愿,如愿考上了体制内的工作,却被分配到边境县。她回忆:“看到当时工作环境及生活条件艰苦,父母以为我会放弃体制内的工作,但我能坚持。”带着一股不服输的韧劲,她背上行囊奔赴基层,这一待便是十二年。

第一个十年她完成了学业。第二个十年,她把最美好的青春放在了基层。她的工作经历很丰富,“大学生村官”跟老百姓打交道,锻炼出做群众工作的能力。“团县委副书记”围绕青少年开展工作,氛围活跃轻松,那是她性格最开朗最活跃的阶段。“外事办副书记”,那是觉得比较颓废的几年,可能是突然转变的工作环境和氛围让她觉得总是提不起兴趣。“政府办副主任”,虽然辛苦且枯燥,但是在完成一项项任务后,也随之在这个岗位上实现了自我价值。长时间的高强度、高标准的工作,焦虑症全面爆发。“反反复复地焦虑,身心俱疲。”她第一次下定决心跟家里人提出辞职的想法,父母沉默许久:“这么好的工作,不干了?”她说:“让我自己作决定,我只是提前通知你们。”

在决定辞职的前夕,她利用休假回到拉萨,把开店所需的一切全然备好。休假结束待辞职批复下来后辞别昔日领导和同事,她只用了两天时间整理,背上了餐具和咖啡机重返故乡。在体制内干了12年,能够支撑她的精神世界的从来不是职称和工资,原来一直都是她对美食的热爱,她背上的不是行囊,而是奔向未来的工具。

谈及咖啡厅为何会取名为鱼咖时,德吉白姆坦然一笑,“大家都叫我‘小鱼’,这个昵称好记又上口,便取名为‘鱼咖’。”熬过试营业,鱼咖终于在2023年5月开业。第一家店开在拉萨市哈达购物广场,“4个人,10张桌子,35平方”。没有大张旗鼓,她用近两个月试营业,一点一点打磨产品和服务。

有人说“家里有矿才敢辞职”,德吉白姆只是平静回应:“我从2017年开始计划着一个幻想很久的咖啡厅并且逐字写下了一个菜单,一个小目标。”为了这个小目标,她利用放假和休息的时间在家研究拉萨小吃的调味配比,精确到克数。她说:“我会拿自己的工资投资自己。”休假的时候时常去区外参加各种兴趣培训班:咖啡、餐饮、花艺、烘焙……这可能就是她辞职最大的底气。

十年研习,她却只用了两天重返故乡。对于辞职时父母的质疑,她最终用鱼咖的烟火,交出了答卷。快与慢之间,是只有她自己知道的付出。

## 2 筑基 凉粉配咖啡的“笨功夫” 撑起本土小店的底气

“我就是想把我的菜单上到咖啡厅。”德吉白姆笑着告诉记者,她有个“小吃三阶段论”。

童年巷口的苍蝇小馆,是第一阶段。少年时代的冷饮店,各种拌面、凉粉,是第二阶段。成年后的咖啡厅,是第三阶段。“咖啡和甜品的结合很多,但是咖啡和本地小吃类的复合店,我们是第一家。”德吉白姆说。

在这个看似“混搭”的创意背后,是德吉白姆多年沉淀的经验。2017年她就已经学会了做火锅的技术,“之前为麻辣烫门店提供了技术支持,所以手上有这方面的技术”。鱼咖各种小吃的味道是她后来“自己调配出来的”。她发现,“80”后、“90”后对童年小吃有情感需求,但一直以来咖啡的高端定位反而限制了传统小吃进入咖啡厅。

于是,凉粉、炸土豆、九宫格火锅……这些带着几代人烟火气记忆却最寻常的西藏街头小吃,被她端进了咖啡厅里。她成了拉萨第一个把“凉粉+咖啡”“九宫格火锅+咖啡”落地的人。她说:“我要做的是把小时候巷口的味道,用一个舒服的空间还给大家。”

德吉白姆最骄傲的坚持,却成了创业中困难的根源。首先人工永远不够。全手工零预制,每天备料两小时,高峰时厨房忙碌,屡次请父母帮忙,纯手工成本高昂,但她不愿省这一步。其次是因餐巾纸收费引发误解。“纸巾免费时常被客人过度浪费,虽然成本不高,但是本着提升环保意识和杜绝浪费的原则,同时也为了减轻工作人员的工作量,不得已才决定收费1元提供20张精致的盒纸,却被指责卖纸挣钱。”但少有人注意到,鱼咖打包完全免费。不管多少盒子,只要不浪费,她绝不让顾客多花一分钱。她说这可能是最让她困扰的“网红”标签引来成见和挑剔。

连锁加盟是更大的考验。德吉白姆有着自己的坚持:不供料,只输出核心配方和工艺,再定期巡店,严控原料品质、包装和出品标准。“鱼咖从创立到现在,核心团队只有我、合伙人格桑和家人。”格桑是她认识十几年的朋友,靠谱踏实,两人分工明确:格桑主外,负责运营和外联;她主内,掌管技术和人员。“每个门店我都会定期去检查,原材料品质、出品标准、门店运营和管理以及服务质量,甚至客户投诉,我都会亲自处理,立行立改。”

人工成本、房租、精力投入,三座大山压在肩上,但德吉白姆始终拒绝盲目扩张。她未来计划探索一些“短平快”的乡镇专营小店餐饮项目,那种轻资产、快回本的下沉路子。理想要高,落脚要实。

## 3 扎根 高原商业的答案 藏在本地人的口碑里

有人觉得,高原上的商业就该是“稀有”“昂贵”,把东西卖出高价格才算本事,她不这么看。

“高原商业不该仅仅定义为稀有和昂贵,也可以是一碗几块钱的凉粉,一份几块钱的炸土豆。”她说得干脆,“做本土的东西,品质和服务要讲究。”这个观念,几乎可以说鱼咖的底层商业理念。不是用“高原”二字做溢价,而是用日常打动人心。

她认为,本土品牌真正站稳脚跟,靠的不是资本炒作或外来符号,而是“本地人的认可”。“鱼咖只是一个很小的本土美食文化载体,她能开到现在而且一直都那么好,最关键的一点是,这种比较潮流的咖啡文化和西藏本土小吃相结合的平台,被当地的群众认可,并且愿意宣传给身边的朋友。她才能走得更远更扎实,才能有让更多外界的人认识到西藏的小吃。”

更重要的是,她把鱼咖当作一所小型的技能学校。“每个人来鱼咖,我都会问他们希望在我这里学到什么技能和知识,然后尽最大的能力去满足他们的需求。”在她看来,自己店里有些年轻人如果能学一门真手艺,未来就多一条路可走。“现在年轻人如果仅凭一点墨水,没有任何技能,我个人感觉很难生存。技多不压身,多学点,总归是给自己多留一些后路。”

这与其自己的成长逻辑一脉相承:大脑需要知识,肢体需要技能。知行合一,才能走远。

“都调侃说拉萨是咖啡厅密度全国第一的城市,但密度高不等于质量高。很多老板不做功课,就‘冒险投资’和‘模仿’。甚至很多人开店,不会做咖啡,不会做美食。”她顿了顿,“对西藏本地美食认识不够深,缺乏真融合。产品力弱,复购低,所以存活率不高。”

这些都是她提醒自己不要踩的坑,而她有一套自己的朴素公式:“短期靠流量,中期靠产品,长期靠文化和本地共生。”

## 记者手记

### 不追远方,只做更好的自己

如今,鱼咖已经覆盖了西藏各市(地),但德吉白姆没有扩张到区外的打算。“我没有想过让鱼咖走出西藏,只想用最好的品质做出更多本地人喜爱的产品,打造一个大家消费得起、也愿意消费的本土品牌。”德吉白姆说。

“自己取代自己,做更好的自己。”这句话,既是对鱼咖产品的要求,也是她对人生的态度。

对于当下迷茫的西藏年轻人,她给出了既简单又有力的建议:“我们的大脑已经积累了很多理论知识,然而肢体却是一片空白。如果感到迷茫,就从自己的爱好入手,学一门技能,有目标、有方向地努力,就会找到属于自己的出口。”

从青涩热血的少女到思想独立的成熟女性,德吉白姆用三个十年,走出了一条属于自己的人生道路:第一个十年,完成学业,积蓄力量;第二个十年,扎根基层,锤炼成长;第三个十年,奔赴热爱,实现梦想。

德吉白姆常常坐在自己的咖啡厅里,和朋友们一起吃着凉粉、喝着咖啡,碗碟声、招呼声、藏语夹杂着普通话的欢笑声混在一起。窗外是拉萨的日光,桌上是她亲手调出的酱料。从“小鱼”到“鱼咖”,从体制内到市井间,她“游”回了自己热爱的生活。