

文化碰撞咖啡 “上海拼配”登场

“素芮白咖啡”亮相昨开幕的上海咖啡文化周

咖啡师现场
展现手冲技艺

本报记者
陈梦泽 摄

熙熙攘攘的国家会展中心内，咖啡师端着手冲壶，让细细的水流顺着壶嘴慢慢淌下，一圈圈地打湿咖啡豆，香味不断地散落在空气中，吸引着来来往往的参观者。昨天下午，上海咖啡文化周在国家会展中心开幕，于氤氲咖啡香中发布了《上海咖啡消费指数》，上海与咖啡联动的文化IP“Shanghai Blend上海拼配”概念和具有上海特色的“素芮白咖啡”的配方等也在现场首次亮相。

咖啡馆总数全球第一

在开幕式现场发布的《上海咖啡消费指数》报告显示，截至2021年1月，上海共有6913家咖啡馆，是全球咖啡馆最多的城市。上海的每万人咖啡馆拥有量为2.85家，这一人均指标也达到了伦敦、纽约、东京等全球城市的平均水平。如果算上其他提供咖啡服务的延伸业态，上海的咖啡馆数量应接近10000家。

从业态成熟度来看，上海咖啡馆的连锁率高达42.99%。连锁咖啡馆的七成来自星巴克、瑞幸、麦咖啡、Tims Hortons和Costa五个品牌。上海精品咖啡馆的占比则为11.33%，共783家，其中黄浦、徐汇和静安三区的精品咖啡馆数量最多。

以南京路为核心，从外滩一直延伸至静安寺的带状区域，和以淮海路中段为核心，并向南扩

展至复兴中路的连片聚集区，是上海咖啡馆密度最高的两片区域。其中，沿线咖啡馆最多的街道是淮海中路和南京西路，分别有49家和41家。而从密度来讲，枫泾路、大学路和安义路每100米就分别有5.02家、3.84家和2.8家咖啡馆，是典型的咖啡特色街区。显而易见的是，上海是整个中国咖啡产业中最为重要的消费市场，也是中国咖啡行业的创新之地。

当前上海的人均咖啡消费量是大约每人每年20杯，这个数字与其他全球重要的咖啡市场人均消费二三百杯的水平相比还有明显差距。因此，对于咖啡产业来说，上海市场未来仍有很大的发展空间和潜力。

唤起初代咖啡记忆

上海市食品协会会长李林则在开幕式上发布了《Shanghai Blend上海拼配》。“上海拼配的创意来自于拼配咖啡，特指两种或以上咖啡的混合产品，为了让一杯咖啡风味表达更完整、复杂度更高，喝起来更怡人。”他表示，上海拼配是一个以

咖啡为载体，基于上海城市文化和具体风味导向的咖啡产品命题，以此来创作出具有文化特色碰撞的上海系列咖啡产品和饮品。

40%哥伦比亚咖啡豆、30%埃塞俄比亚咖啡豆，加上30%中国云南咖啡豆，这就是精品咖啡品牌Seesaw带来的“上海拼配”。李林介绍，上海作为最早接触到咖啡的城市，当时的咖啡馆大多流行巧克力坚果风味的醇香咖啡，现在部分精致讲究的爷叔还保有喜食咖啡苦、香、醇的口感偏好。这款豆的风味就是致敬经典，将记忆中的上海初代咖啡味道加以改良和复刻。

在200ml豆奶中加入20ml的浓缩咖啡，这就是一杯上海特色的“素芮白咖啡”，关键在于豆奶。李林说，豆奶是上海小囡最熟悉的上海早晨的味道，万物皆可“冲”的豆奶混搭远渡重洋的咖啡，成为一剂提升“良方”。“萃取浓缩前中段咖啡液，整体口感甜度较高，咖啡本身的风味更加突出。而豆奶的比重较高，更符合中国消费者的偏好和习惯。”

本报记者 张钰芸



这两天，国家会展中心的1.1馆、2.1馆以及北厅，成为全上海咖啡“浓度”最高的地方。行业内的高手在六大专业赛事上“过招”，国内外知名品牌带来优质的咖啡豆和首发新品，还有专业论坛畅谈咖啡产业的未来。闻香而来，“四叶草”已经成为咖啡从业者和爱好者的聚集地，而上海作为全球咖啡文化枢纽的城市形象也愈发鲜明。

昨天下午，国家会展中心北厅，浓浓的咖啡香从鳞次栉比的铺位上传出，首次举办的“上海咖啡文化周”汇集了上海乃至全国的咖啡品牌、生产厂家，同台竞技的同时也是业内的交流盛事。

在一片色彩斑斓的装饰中，纯白的茵娜咖啡反而很突出，身穿“白大褂”的咖啡师正用手冲壶“泡”出一壶咖啡，请观众品鉴并打分。和常见的手冲咖啡不同，茵娜的咖啡师将咖啡粉和热水加入烧杯中，并开始计时。在此过程中，用搅拌棒搅拌了四圈，等到50秒后再搅拌两圈，然后在第60秒结束萃取，用V形滤杯过滤混合液后，就得到了一壶咖啡。

“这是我们为上海展会带来的特别冲煮法，希望能够听一听观众的体验感受。”茵娜咖啡是一家开在广东中山的精品咖啡馆，其主理人梁景俊一边给试喝者递上一份“试验报告单”，一边告诉记者，上海的咖啡高手多，接受新事物的能力也很强，在这里做新品测试，能够获得更多有价值的专业反馈。

在王力咖啡的展台上，姚健龙静静地注视着咖啡师的动作，然后拿起一把小勺，将刚刚滴滤好的咖啡舀入试饮杯中慢慢品尝。这位在云南省普洱市澜沧拉祜族自治县种植了2000多亩咖啡的杭州人，是专程赶到上海参加展会的。

“大概一年一次吧，我会到上海参加咖啡主题的展会，看一看有哪些最新的咖啡处理方式。”姚健龙在云南种植了10年咖啡，上海是他入行之后去得最多的城市。背包里放着自家生产的挂耳咖啡，姚健龙也在展会上寻找更多的合作伙伴。“我们已经把咖啡生豆卖给了上海的烘焙商，下一步希望推出更多的咖啡产品，让云南原生态的咖啡在上海站稳脚跟。”

T恤、板鞋、挑染的头发，清瘦的小艾是一名“95后”，也是大学路上一家西餐吧的咖啡师。昨天她和几位圈内好友来到国家会展中心，开始一趟学习之旅。除了品尝不同咖啡豆的风味，摸一摸最新款咖啡机，了解行业新趋势，她更感兴趣的是四位在世界比赛中取得好成绩的前辈，在上海国际咖啡产业论坛上的分享。“特别是拿到2019世界咖啡冲煮大赛冠军的杜嘉宁，这是中国大陆的第一个世界咖啡冠军，她是我的偶像。”

在小艾的梦想里，开一家属于自己的咖啡馆排在首位，而在上海这片咖啡沃土上，既有机遇也有挑战。“上海已经有10000家咖啡馆了？不怕。只要有越来越多的人每天喝一杯咖啡，我就有信心为他们提供一杯最好的咖啡。”

本报记者 张钰芸

高手聚申城
共品香浓「海派咖啡」



首届上海旅博会昨开幕

“吃住行游购娱”全囊括

本报讯（记者 杨玉红）首届上海旅游产业博览会（以下简称“旅博会”）的第一个展览板块——上海国际酒店及餐饮业博览会昨日在国家会展中心开幕。首届旅博会吸引了5000余家展商，有望吸引参观者达40万人次。

旅博会是一个全球规模与理念领先的综合性旅游产业博览会，被列入上海“十四五”旅游高峰工程，是上海市旅游产业的三大名片性重大活动之一。首届展会以“聚产业、天下游”为主题，汇集5000余家展商，覆盖“吃住行游购娱”旅游全产业链要素，包括展

示交易、国际赛事、专业论坛等百余场活动，为全产业链赋能。

“疫情并没有改变人们对生活质量、美食、餐饮、旅游的需求，在刚刚过去的春节假期，全国重点零售和餐饮企业实现销售额约8210亿元，比去年春节黄金周增长28.7%，比2019年春节黄金周增长4.9%。”中国旅游协会的副会长兼秘书长张润钢介绍，旅博会将为观众带来一场专业、高品质行业上下游的盛会，为酒店餐饮业人汇聚优质的资源，打造专业化的交流平台，助力行业发展。

“上海旅游是‘世界看中国’

的重要窗口，是国内国际旅游合作的重要链接。”上海市文旅局局长方世忠表示，上海旅游业界主动应对大变局，创造性地推出了首届“上海旅游产业博览会”，希望为加快国内旅游提振复苏再加“一把劲”，再添“一把火”。“十四五”期间，上海将实施“上海旅游”倍增发展计划和高峰建设工程，打造一批富有文化底蕴的世界级旅游度假区和高品质旅游目的地，加快文旅业数字化转型，持续提升智慧化、人性化、国际化服务水平，加快建设世界著名旅游城市。



来自香港的港式奶茶受到现场观众的喜爱

本报记者 周馨 摄