



现的一批露天咖啡摊外摆位。当时有人记载，“差不多每条马路街头巷尾便有一摊”。

追溯历史，上海的咖啡文化已有百多年积淀，从开埠之初，咖啡作为舶来品被引入上海，到20世纪二三十年代，咖啡氛围日益浓厚，逐渐成为当时上海人的生活时尚。

彼时，因通商贸易发展，舶来品速溶咖啡粉入沪，咖啡也从昂贵消费品进入寻常百姓生活，报刊有载：不时有大汗淋漓的黄包车夫奔至摊前，一气儿灌下两杯咖啡（相当于当时四个鸡蛋价格），再吃两片吐司，抹嘴而去。

时光飞逝，咖啡香气不止在淮海中路上氤氲沉淀。根据《2023中国城市咖啡发展报告》显示，截至目前，上海拥有8530家咖啡馆，比去年增加673家，位列全球第一，远超纽约、伦敦、东京等城市。在上海这座城市，每万人拥有3.45家咖啡馆，平均每平方公里拥有1.35家咖啡馆。

上海，是当之无愧的“咖啡之都”。毫不夸张地说，咖啡作为载体，亦已根植城市文脉，见证了这座城市一百多年来社会发展与变革的风云变幻。这片土地上的咖啡市场亦是整个中国咖啡市场的潮流风向标。其中，自2016年秋天起步的陆家嘴金融城国际咖啡文化节（以下简称“陆家嘴咖啡文化节”），更是将露天咖啡节的风潮带到中国，成为咖啡潮流变化的真实记录者。

陆家嘴街道办事处副主任李志伟在接受《新民周刊》采访时表示，陆家嘴金融城285幢办公楼内有50多万白领，还有11万白领生活在陆家嘴街道的小区里，“当时，我们想做一个与白领工作生活相关的项目，但同时也符合整个区域文化调性”。

后来，相关部门找到了开设文化传播公司的陈败一起出谋划策，最终选定了“咖啡”。咖啡与文化有着天然的默契，同时也符合上海的城市格调。但由于当时国内没有过咖啡节的先例，也没有现在流行的市集，身为陆

家嘴咖啡文化节总策划的陈败只能带着团队“摸着石头过河”，“这里的白领有喝咖啡的需求，但选择太少，所以最起码是要给白领们更多的选择”。

万事开头难。第一届陆家嘴咖啡文化节只有24家品牌参展。不过陆家嘴举办国际咖啡文化节，并不仅仅是摆个摊位让更多人喝上一杯好咖啡那么简单。

“如果纯粹是喝咖啡的地方，那咖啡节一定是没有生命力的，可能一两届就办不下去了。”李志伟表示，“我们是朝着打造陆家嘴地区新的文化IP的目标来做的，前几届就是用来培育市场和培育咖啡文化的。”

为此，陆家嘴咖啡文化节连续四年都做了“咖啡环城”的公益活动，即每届选7栋楼宇和7个咖啡品牌，一杯咖啡2元，轮上一周，以此来培育楼宇的咖啡文化，让白领接触到新的品牌。值得一提的是，“咖啡环城”公益活动期间所得的爱心善款都悉数捐赠给了陆家嘴社区公益基金。此外，陆家嘴咖啡文化节每一届都会为陆家嘴在地工作的白领送上上万杯免费的品质咖啡，始终践行其所秉承的初心和理念“人文陆家嘴，温暖金融城”。

“我们希望更多白领从楼宇中走出来，来到这片10万平方米的社交空间，共同品味生活的美好。陆家嘴不只有城市高度，也有咖啡香味以及社区的温度。”李志伟进一步表示，同时咖

跨界互动是陆家嘴咖啡节的亮点之一。今年，乒乓球运动员许昕，携其创办的Café Xuperman登陆，为咖啡注入动感活力。

