



## 撬动起千亿级消费市场,让城市生活更有温度

## “咖啡+” 品出海派文化新味道

3月29日  
上海开启  
咖啡文化周

咖啡,是上海独有的“海派文化”的一种印记,作为舶来品传入上海的百余年间,悄无声息地浸润着这座城市的日常生活。如今,上海在咖啡消费规模、咖啡门店数量等方面位居全国首位。

昨天下午,“上海咖啡文化周”新闻发布会在星巴克甄选上海烘焙工坊举行。记者从会上获悉,上海咖啡文化周将于3月29日开幕,以“因为咖啡,所以上海”为主题的一系列咖啡文化活动将走进全市的公共空间,市民可以在咖啡文化市集品味全球好咖啡,漫步老建筑展开“漫咖之旅”、带着咖啡护照打卡主题路线等,充分体验“上海咖啡文化”。

## 咖啡文化 融入街头巷尾

上海咖啡文化周将围绕“场景融合”“内容融入”“产品融汇”等主题,致力于深化市民对咖啡及咖啡文化的认知,促进咖啡与公共空间、与市民喜闻乐见的文化产品与文化内容相融合,让市民以咖啡为媒介,更深层次地感受上海的城市温度与城市魅力。

3月29日,上海咖啡文化周的开幕式将在国家会展中心举行,第一届上海国际咖啡产业论坛、6场重磅国际性咖啡赛事和上海国际咖啡美食文化节同期开幕。届时,来自全国的咖啡高手将现场竞技,187家人驻咖啡馆则将咖啡爱好者带来精品咖啡的集中体验。

咖啡香还将飘进大街小巷,用丰富多彩的活动释放全市场景的吸引力,满足不同层面消费者的精神文化需求。今年上半年,黄浦区将聚焦环复文化带和演艺大世界,推出咖啡演出、消费优惠等活动;静安区将推出咖啡护照等特色活动;徐汇区结合音乐、建筑、美食等元素,设计多条风格迥异的特色路线,以城市微旅行等方式传递咖啡文化;长宁区依托空间资源,在上生·新所“咖啡戏剧节”期间,英国咖啡戏剧《雪莉·瓦伦丁》、法国咖啡戏剧《降E大调三重奏》、希腊咖啡戏剧《通过忒拜之路》等26场演出轮番上场,还有主题咖啡集市和咖啡文化大赏等活动;浦东与虹口则将在下半年陆续上线本区特色咖啡活动。

## 大牌助力 活动精彩纷呈

上海市民人均一年20杯咖啡的消费规模全国领先,上海更是国际咖啡品牌进入中国市场的首选地,因此咖啡产业链上的各大品牌也将助力上海咖啡文化周。

“花生牛轧风味拿铁”仿佛是可以喝的花生牛轧糖,“上海黄玛玛奇朵”里黄酒和话梅牛奶交融,再缓缓注入臻选意式浓缩……从3月下旬开始,星巴克、太平洋咖啡、季季咖啡学院、麦隆咖啡、SEESAW咖啡、王力咖啡将带来一系列包括限定咖啡饮品、咖啡讲座、咖啡工业旅游、老上海风情陈列展示、机器人咖啡亭、上海特调等丰富活动。

而思南公馆作为上海知名的周末文艺生活目的地,从3月19日开始推出思南夜派对咖啡主题市集,4月起则将展出无人智能咖啡亭。

互联网平台的加入也让活动的玩法变得更加丰富多姿。3月29日至4月1日,抖音定制全民任务,网友按照要求拍摄咖啡相关视频,即可瓜分现金奖金。美团设置“咖啡文化周”主题消费页面,邀请多位主播参加手机探店直播。此外,哔哩哔哩、小红书、饿了么等平台也将通过设立咖啡文化周相关活动,全面营造咖啡文化氛围。

本报记者 张钰芸



上海,是一座特别钟情于咖啡的城市。小小的一杯咖啡,是父辈们年轻时的罗曼蒂克情调,又熏染出现代的生活方式及时尚。如今,7000多家咖啡馆遍布上海的大街小巷,与这座城市独有的人文底蕴交织相融。历久弥香的咖啡,不仅充盈着独特的海派文化,更撬动起千亿级的消费市场,让城市生活更有温度。

“因为咖啡,所以上海”,上海咖啡文化周的主题意味深长。



“上海咖啡文化周”新闻发布会现场,咖啡师用虹吸壶制作咖啡

本报记者 陈梦泽 摄

## 百年咖啡情结传承至今

咖啡是什么时候开始流行于上海的?是星巴克等连锁咖啡店遍地开花,还是精品咖啡馆如雨后春笋入驻街头?都不是,早在百年前的上海,就有一杯醇厚浓郁的咖啡在飘香。

1886年,上海第一家咖啡馆——虹口咖啡馆开业。从最初的“咳嗽药水”,到逐渐成为时髦的饮品,咖啡走入上海人的生活。档案文献显示,营业性咖啡馆的大量出现是在1920年以后,其中就包括鲁迅常去的“公啡咖啡馆”。1929年10月,左联首次筹备会就在那里举行。

抗日战争胜利后,小型咖啡馆在上海滩上剧增。单是从南京路外滩至静安寺,就有咖啡馆30余家。到1946年10月,整个上海市已有咖啡馆186家,加上西餐馆,喝咖啡的场所以达297家。

上海咖啡厂生产的“上海牌咖啡”,则在20世纪60-80年代风靡全国。当时,几乎全国各地所有的咖啡,都来自这里。你也许想象不到,当时的年轻人用纱布包着咖啡粉在钢精锅里烧咖啡,铁罐咖啡和小方块咖啡成为上海人家里有腔调的代表。

即便是在今天,老牌咖啡馆依旧是一代上海人的记忆。推开东海咖啡馆、德大西菜社的大门,厚重的旋转木门仿若时光机——门外是熙来攘往的马路,门内却是岁月凝滞的时空,喧嚣市井被隔得很远,空气中浮着上世纪六七十年代的咖啡醇香。上海人的咖啡情结,就这样沉淀在骨子里,一代一代地传承下去。

## 吸引越来越多品类品牌

时至今日,上海有多少家咖啡馆?美团点评截至3月10日的统计数据是7494家,上海交通大学与美国南加州大学联合团队日前公布的《2020国际文化大都市评价报告》则显示,在全球50座文化大都市中,上海咖啡馆和茶馆总数位居第一。

在上海,星巴克开出了800多家门店,数量位列全球各大城市之首,还有意大利“教父级”咖啡品牌拉瓦萨、加拿大“国民咖啡”蒂姆·霍顿、日本“精品咖啡之父”堀口珈琲等,都在近两年相继开进上海。近日更有消息称,被誉为“咖啡界的苹果”的蓝瓶咖啡也有望在上海开出中国内地首店,为上海“首店经济”再添亮点。

在永康路、南昌路、大学路、愚园路……每一条上海的网红街道上,无论是春夏还是秋冬,热门咖啡馆的门外,总有时尚男女在排队,等待一杯好咖啡,享受生活的美好。而在门里忙碌的店主,有曾经的外企高管,毕业归国的留学生,定居上海的外国人,甚至是沉默腼腆的聋哑人。你还记得那一只“熊掌”的温柔吗?它已经在上海开出了连锁店。

更让咖啡控们兴奋的,是越来越多元的咖啡品类和品牌,正在通过进博会及“6+365”常年展示交易平台进入上海,并辐射至长三角乃至全国的千亿市场。牙买加蓝山咖啡连续三年参展进博会,把它带进中国的上海沃伦芬国际贸易有限公司总经理徐文勇说,不少咖啡粉丝冲着蓝山咖啡专程赶到进博会,而为了普及咖啡文化,公司专门运营的“咖啡粉丝”公众号,粉丝

数也在成倍增加。

## 品海派文化从咖啡开始

咖啡为媒,与人文互相成就。在上海,除了能喝到一杯单纯好喝的咖啡,还能品味与跨界融合的文学、戏剧、音乐、历史、建筑……共享文化盛宴。

一块“祝英台”甜品蛋糕,一杯“梁山伯”咖啡,是朵云书店·戏剧店的“门店限定”;一杯“舌尖上的贝多芬”咖啡,是上海交响乐团音乐厅大堂咖啡厅里的“限时特饮”。咖啡既然是文化场所的流量入口,也是文化产品的重要载体。

刚刚过去的这个周末,伴着花草与咖啡的香气,2021年思南夜派对启动了。随着咖啡元素首次融入思南夜派对,一批特色咖啡馆的主理人也将走进思南公馆,分享斜杠人生里的咖啡故事,品味首款文创概念的冷萃糯米咖啡酒。

披着星光走出市集,上生新所的咖啡戏剧节又将开幕。倚靠在藤蔓萦绕的历史墙沿,在咖啡馆里小憩的同时,还能偶遇艺术和美景,欣赏5部中外咖啡戏剧,在阵阵苦香之中,走近角色,遇见真实的自己。

还有杨浦滨江的白七咖啡馆,仿佛一个充满回忆的博物馆,走进连接生产池的圆形管道,仿佛穿越时空,触摸到了上海老工业的命脉。徐汇区的“漫咖之旅”则充满人文灵感,音乐、建筑、美食等元素用咖啡串联起来,多条风格迥异的特色路线,诠释着咖啡与生活的点滴关系。

在上海,“历史可触摸,文化可品尝”,何不在上海咖啡文化周里,品味独特的“上海味道”?

本报记者 张钰芸

## 新民随笔

## 上海的咖啡

董纯蕾

一天,从一杯热咖啡中醒来。在奔忙的城市里,会有多少这样的人。

一天,开一间不大的咖啡馆。多少文艺女青年,曾怀揣这样的梦想。

不记得从何时起,上海的咖啡消费规模、咖啡门店数量等多项咖啡“指数”稳居全国首位,“咖啡地图”在上海越画越紧密,越画越细致。昨天,新民客户端发布了一则题为《全上海都与咖啡相遇》的新闻,讲的是3月29日将在国家会展中心开幕的上海咖啡文化周,里头有文学、音乐、戏剧,还有建筑,以“因为咖啡,所以上海”为主题的一系列咖啡文化活动将走进全市的公共空间。朋友看了标题,问在

里。我想了想,答何处不相逢。

当我们谈论咖啡时,我们在谈些什么?或者,请允许我用网络新闻更常用的标题套路来替换这种文艺句式。为什么是咖啡?为什么是上海?

也门的牧羊人,君士坦丁堡“赶走疲倦”的食品,伦敦或是牛津的第一家咖啡馆……毫无疑问,咖啡是舶来品。然而,即便是在东西方文化交融的上海,也不是一开始便有滋养咖啡的土壤的。

因为张罗一个名叫“科学咖啡馆”的活动,大概从十几年前,便常常和朋友聊起咖啡的话题。彼时,更多是一种氛围,若谈到开咖啡馆,多半是一笔赔本买卖。后来,在尚未遍地开花的科技成果转化孵化器、高新技术园区里采访,开始渐渐有了咖啡馆的标配,背后关联着天马行空的创新思维。遇到了棘手难题的科学家,在弥

漫着咖啡醇香的“放空”时刻找到了灵感。多美好的画面!

再后来,当我们谈论咖啡,谈起的是一个不知名的社区里一间充满人情味的温暖客厅,谈起的是用咖啡渣栽培植物的另辟蹊径,谈起的是鼓励顾客自带杯子“零拷”咖啡的环保风潮,谈起的是残障人士、自闭症患者或被“记忆的橡皮擦”困扰着的人们冲调的一杯杯有爱的咖啡……

因为咖啡,所以上海。若将“咖啡”一词替换成茶,大概也无妨。只不过,在快节奏的都市生活中,咖啡更适合随时随地的消费罢了。

上海的咖啡,不再是某种饮料,不再是小资或文艺的代名词,也不仅是狭义的营商环境,而且是这座城市的味道,是你和我的故事。