

夜上海

新民晚报

14

2021年
9月6日
星期一

潮店



流连

意无涯

格调

影音

味道

悦动

买手



新民夜上海
越夜越精彩

八小时之外，大好休闲时光，兜兜逛逛、看戏听歌、运动健身、血拼美食。引领时尚，廓清风气，更多精彩，尽在新民夜上海！

视觉设计：黄珍娟
本版编辑：刘珍华

颜值口味赞赞赞 糟香藏在咖啡里

◆ 张钰芸

“春意盎然上银蚶，夏日炎炎食泥螺，秋风萧瑟尝醉蟹，冬云漫天品糟鸡。”创立于咸丰二年的邵万生，有着“精制四时醉糟”的美名，鸡鸭鱼肉蛋，无所不“糟”。如今，这一股糟香飘到了咖啡里，邵万生首次和津久咖啡合作，在人民广场的新店里混搭出海派风味的特调咖啡，从颜值到口味都有新创意。

从江西中路上的酒吧，到西藏中路上的咖啡馆，169岁的“糟醉大王”近年来频频跨界创新，争取“出圈”的背后，是邵万生在新时代的奋力突破。对话Z世代，老字号当仁不让。

本版图片
由陈梦泽摄



“蝴蝶酥”造型蛋糕



「津久里」咖啡

▲ 喷枪“出马”

◀ 新饮料“上海姑娘”

“屋里厢”飘荡糟醉香

走进“邵万生x津久咖啡”的新店，洞穴风的装修和蓝白灰的配色，立刻感受到凉意。再来一杯清凉的特调，不要太舒服哦！

“糟醉大王”做的咖啡，味道怎么样？光听名字就有海派风情。津久里、屋里厢、老克勒、上海姑娘，这四杯特调咖啡有故事、有颜值，更有舌尖上的好味道。

“津久里”是老上海常见的弄堂，是阿拉小辰光住的“屋里厢”，里



新店吸引年轻顾客

营业时间：
工作日 8 时至 21 时；双休日 9 时至 22 时

店址：黄浦区西藏中路 192 号

交通便捷指数：★★★★★ 位于人民广场区域，轨交 1、2、8 号线均可达，出站步行可至。

价格指数：★★★★★ 店处市中心商圈，算是平均水平的价格。无论是饮品还是甜点，价格在 30 元上下。

服务亲和指数：★★★★★ 服务员会很亲切地介绍店里的几款特色咖啡，也很懂一些消费者拍照拍视频的需求，特别配合。

行有迹



周边文创产品

面既有‘老克勒’，也少不了‘上海姑娘’。”邵万生副总经理汪伟杰说，邵万生不是第一家卖咖啡的老字号，但相比简单开一家咖啡馆，销售老字号产品和普通的咖啡产品，更倾向于将老字号产品融入咖啡中。

点一杯“屋里厢”，从杯子到咖啡都很有仪式感。冷萃咖啡装在上世纪八九十年代上海流行的玻璃杯里，黑线白红格，“上海”二字醒目。据说这款杯子现在很难买，找了不少地方才买到几十只，价格也从原来的几元涨到 20 多元。上桌时，咖啡边上搭配了爱心软糖和蜜饯，颇有怀旧气息。让人期待的，还有服务员手里的糟卤喷雾，对着咖啡喷洒几下，一股咸鲜之味扑鼻而来。端起咖啡品一口，糟卤的味道似有若无，茉莉的芬芳、梅子的甘甜和咖啡的酸苦相融合，很有层次感。

“老克勒”的仪式感也很强。古法制作的邵万生香肚放在咖啡上，加点全世界最烈的伏特加，96 度的“生命之水”，再用火枪点火，蓝色的小火苗炙烤着香肚，将醇冽酒香和咖啡香味融合在一起，还有一股奇异的肉香，回味悠长。作为邵万生的明星产品，现场炙烤的香肚咬劲十足，配合咖啡同饮，十足新奇。

“津久里”则用上了黄酒，冷萃咖啡装在古朴可爱的建水紫陶杯里，上面再摆一颗乌梅，配上两片薄荷叶，拗出好看的造型。轻轻撮一口，醇厚的黄酒香气在口腔中满满散开，咬一口酸甜乌梅，滋味悠长。

前三款都是咖啡，“上海姑娘”则是特饮。西柚薄荷加上清爽的苏打水，既有洋气婀娜，又有中式风情，那一口又甜又飒的味道，就是上海姑娘的写照。一次相遇，一生倾心。

蝴蝶酥“飞”出新创意

从糟卤特调、季节新品到基础款咖啡，店内几十款咖啡任君选择，自然少不了咖啡的最佳搭档——甜品。这一次创新的对象是海派西点蝴蝶酥。

这家店里，蝴蝶酥变得更厚墩墩的，吃起来绵软香甜。原来这是邵万生提供蝴蝶酥的坯子，

津久咖啡带来鲜奶配方，双方共同研发，推出蝴蝶酥拿破仑的全新产品。从奶香浓郁的原味，到清新甜香的抹茶红豆，多种口味组成的甜品矩阵同样颇具海派特色，复购率达 15%。

一杯“屋里厢”咖啡，加上一块蝴蝶酥拿破仑，已成为网红单品，据说做到了日售百杯的好成绩。“双方团队花了数月，才调配出了全新的糟卤咖啡，蝴蝶酥拿破仑也是如此。”尽管不断创新，但在汪伟杰的心目中，这家新店仍有不少需要磨合提升的地方。“现在的蛋糕做得有点大了，胃口小的女孩子一个人吃不下，我们准备减少分量，降低单价，让更多人能够品尝。到今年年底，我们还要再开发、上市腌腊三明治等 10 款新品。”他说，双方联合组成的研发团队，每周都会去一次邵万生开在南京路步行街上的旗舰店，从琳琅满目的商品中获得灵感，就地取材设计新品，成为不断创新的“产品库”“研发库”。

在咖啡店的深处，还有一块文创产品的售卖区域，让人惊呼咖啡杯竟然有如此多的设计风格，或古朴雅致，或可爱卡通，还有知性的都市风。这恰是津久咖啡的原创意。汪伟杰说，接下来，邵万生也要摆出自己的文创产品。“比方说，我们会把糟卤、虾酱等特色调料做成 75 到 100 毫升的小瓶装，任意组合都可拼出一个礼盒。还会有虾蟹 IP 衍生出来的产品。大家还可以期待一下‘冻干糟卤粉’，能帮助那些外地游客，轻松地把海派‘糟醉文化’产品带回家。”

老字号让老少咸集

从一瓶糟卤开始，近年来，邵万生开启了“万物皆可糟”的创新之旅。无论是糟醉小龙虾、香糟香肠、糟肉月饼，还是糟肉粽子等，都深受市民喜爱。这些努力都是为了让“黑发”“白发”都了解邵万生、喜爱邵万生。

“今年夏天，我们卖掉了 22 万多瓶的特级糟卤。其中有一条评论说：‘邵万生的糟卤很鲜，不咸，空口吃都好吃。’因为这句话，我们成立了一个项目组，研究一个课题‘糟卤可以空口吃吗？’而‘糟卤咖啡’就是这个课题的产物。”汪伟杰说，首个孵化的咖啡馆给邵万生带来了过去不敢想的客流：30 岁以下的年轻人。看着店中满座的都市男女，他心里特别满足，未来有望推出咖啡沙龙等线下活动，吸引更多的 Z 世代消费者。

走进南京路步行街上的邵万生旗舰店，讲究品质的爷叔阿姨挑选香肠风肉，再拎回一桶黄泥螺。步行 10 来分钟，坐进西藏中路的咖啡馆，既有时髦精致的潮男靓女打卡网红产品，也有闻讯而来的老克勒，品味不一样的邵万生。今后，邵万生将在豫园开出糟醉文化的体验店，在购物中心开出嵌入咖啡模块的精品店，在 15 分钟便民服务区开出社区店，让不同年龄、不同需求的消费者都爱上老字号。