

一场“倒春寒”后,上海不少独立咖啡小店陷入困境—— “无声咖啡馆”喊出“活下去”

2022年的春天,上海经历了一场“倒春寒”。3个月前,近7000家咖啡馆在大街小巷氤氲着热腾腾的香气;3个月后,多少独立咖啡小店身陷困境,努力着想要“活下去”。

面对房租、客流、现金流、原料物流、人工成本等各方压力,有人深夜求助,有人咬牙坚持,也有人黯然离场……何去何从?用韧劲对抗危机,只要挺过去,就能迎来下一个春天。

深夜求助 “无声咖啡馆”想被看见

“请放心,我们还能活着,但是……”6月14日深夜,以聋人店员为主的咖啡馆LILI TIME,在自家公众号上发出自救文章,很快引起广泛关注。这家“无声咖啡馆”怎么了?

“堂食暂停,店里的强项直接没了。”6月1日,闭店两月的LILI TIME重新开业,但店主章莉莉发现,来不及感受和店员重逢的快乐,经营的压力就扑面而来。

“我们是以聋人咖啡师自主研发创意咖啡为主的精品咖啡店,擅长开展社区营造方面的相关活动和课程。而堂食暂停、线下活动课程不能开展的现实情况,直接冲击了营业收入。”她说,独立小店没有大牌连锁的流量,线上平台的订单显得杯水车薪。

与此同时,LILI TIME还面临自己独有的困难。“口罩之下,聋人员工好难。”章莉莉说,咖啡馆里70%的店员是聋哑人士,隔着距离,他们听不清客人说话;戴着口罩,他们看不到唇语,人与人的沟通受到阻碍。即便是线上外卖来单,他们也听不到信息提示语音,更无法接听外卖小哥取餐的联系电话。

连日来,店里的营业额颗粒无收,但作为上海第一家也是唯一一家被CSECC认证为中国社会企业



■ 聋人咖啡师小张展示抗疫主题咖啡

时出头到晚上11时多,客人络绎不绝,大家都想喝一杯现磨的咖啡。因为原物料还在路上,手边只有少量拼配豆和挂耳咖啡的老庞决定“任性”一回,实力“宠粉”,对这三天进店的客人,统统免费送咖啡。

“这两个月大家都过得不容易,不管走进咖啡馆的时候心情如何,希望他们走出去的时候都是开开心心的。”偏安社区一隅,A-Love Coffee做的是街坊邻居的生意,健谈的老板让小店充满人情味,也因此成为大家没事就来喝一杯的地方。

不一会儿,店里又来了一位想要自己给咖啡拉花的小姐姐。“新买的拉花缸,到你这里来试试。”显然这也是一位住在附近的熟客。老庞说,希望疫情快点结束,重新恢复堂食。无论是顾客还是他,都想坐在店里,边做咖啡边聊天。

重开不易 力所能及支持心爱味道

归来的上海,城市的烟火气中夹杂着咖啡的味道。但面对原料、人力、租金成本“三座大山”,独立咖啡小店的重开并不容易。

据《上海咖啡消费指数》指出,截至2020年末,上海咖啡馆业态结构中,35.08%为连锁咖啡馆,55.88%为精品咖啡或小微咖啡馆。后者形成了上海咖啡市场多元化发展的特点,也是疫情下艰难求生的群体之一。

“一杯新鲜的咖啡,是生活回归正轨的象征之一。”幸运的是,爱喝咖啡的上海人,支撑着这座城市开出了全球最多的咖啡店,如今也在力所能及地支持自己所爱的小店。

隔着手机屏幕,许多人在深夜买下象征希望的手绘挂耳咖啡,让聋人咖啡师继续他们的梦想。推开咖啡馆的玻璃门,老客人的“老样子”,更让老庞有了重新出发的安全感。还有疫情期间来自安亭的30杯咖啡订单,也让老徐感叹,爱咖啡的人,始终会追求他们记忆中的味道,即便好久不见,也念念不忘。

经历了一场“春寒料峭”,街边的咖啡馆已经重开。那杯浓香四溢的现磨咖啡,让喜欢这座城市的人魂牵梦萦。 本报记者 张钰芸

的咖啡店,LILI TIME想要拼尽全力,通过自救活下去,用自己创新的咖啡产品来走出困境。而这个创新,就是手绘挂耳咖啡包。插画师通过手绘记录下疫情里12个感动瞬间,制作了一套特别的原创主题挂耳咖啡。

一夜之间,无数人援手,困境中的“无声咖啡馆”被看见了。“昨天有五十多位客人到我们店里自提挂耳咖啡,他们也会点一杯咖啡带走。”章莉莉告诉记者,线上平台更是涌入7000多个挂耳咖啡的订单,大大缓解了小店的燃眉之急。自救的第一仗,打赢了。

咬牙坚持 梧桐树下扛起生存压力

“猛嘬一口”“紧紧抱住你”“Tony,我来了”……愚园路上的石藤咖啡店恢复线下营业后,老徐的创作欲愈发强烈。打包袋上的可爱涂鸦和噱头十足的话语,向好久不见的老顾客传递着思念的心情。

2019年,老徐和几位朋友合伙,在人民广场开设了第一家石藤咖啡店。去年9月,第四家店开在了愚园路上,带来酱油馅拿铁、正广和橘子气泡美式等别具特色的特调咖啡。按照他的计划,今年的4月、5月,应该能迎来新店收益增长,“客人们最喜欢在这个季节,坐在梧

桐树下喝喝咖啡聊聊天”。但突如其来的疫情打破了一切预设。

“3月中下旬,长宁区暂停堂食,我们只能做线上外卖,扣除平台费用,利润自然变低了。”老徐说,到了3月底,他感觉“有点吃力”了。“不断有小区被封控,经常有咖啡师告诉我,出不了小区,没法来上班。我们从每周排班变成了天天都要排班。”

4月1日开始,所有人都陷入了漫长的等待期。而对于咖啡馆来说,他们失去了一年中最好的两个月。老徐说,往年排得满满的经营计划全部搁浅了。“一是不能堂食,我们只能做外卖和自提生意,周边上班族、社区居民没法像过去一样来坐坐。二是很多活动取消了,像安义夜巷等各种集市,短期内都不会恢复。”

4家店的房租要付,咖啡师的人工要开销,还有原料物流至今没有完全畅通……从5月底重新营业后,生存压力始终压在老徐的心头。他也想了各种办法吸引顾客,来喝疫情后的第N杯咖啡。

在打包袋上用手绘来互动,是疫情期间就在做的事情。如今,老徐还策划了100组“抱抱影像计划”,鼓励客人约上你最想拥抱的人,只要在石藤咖啡愚园路店面、拥抱、拍摄,就能获得第二杯咖啡半价的优惠。整整100天没有相见的

情侣、许久未能牵手的发小,都成了老徐镜头里的故事。

“在上海,爱喝咖啡的人还是很多,希望我们都能坚持下去。”老徐说。

精打细算 里里外外都是一个人干

“来啦?老样子?”昨天下午5时,杨浦区隆昌路上的A-Love Coffee里,店主老庞一边招呼着老客人,一边转身做了一杯冰拿铁。递出咖啡,见店里不忙,客人邀他在门外站站,一边喝咖啡,一边聊聊天,就像过去一样。

不是“巨富长”,没有梧桐树,A-Love Coffee的选址注定它不是网红店,但老庞却很庆幸自己把店开在了这里。“我是关闭了大连路地铁站的门店,去年8月把店开在隆昌路上的。为什么从人流大、市口好的地方搬走?因为新的地方房租便宜呀!”

创业伊始就遭遇疫情,他不得不精打细算。除了减少房租的支出,老庞也没有另外请咖啡师,里里外外都是自己一个人干。“开店后小半年的利润,因为碰到两个月的疫情闭店,全都被房租抹平了,幸好重新开店后,老客人又回来了。”

6月1日那天,老庞凌晨4时30分就赶到店里打扫卫生,从上午7

新民随笔

梦花街的好消息

潘高峰

最近,梦花街以南的蓬莱路地块旧改重新启动,首日签约率就达到97.33%,居民们有望很快迁出旧区,开启新生活。

昨天看到这条新闻,感触特别深。我们都知道,这次大上海保卫战有两处“战场”特别艰难,老百姓称之为:东有北蔡镇,西有梦花街。这两个地名,代表的其实是上海城市更新进程中的两个痛点:城中村和老城厢。

今年5月下旬,我曾去黄浦区蹲点采访,听到了很多社区战疫的悲壮故事。黄浦战疫的艰难,难就难在老城厢,在二级以下旧里,在那些门户相连、煤卫合用、一“阳”就是一片的地方。

老西门街道梦花街区域是其

中的代表。据说梦花街以北4个居委会1万多名居民中,近六成不幸被感染。除此之外,我采访过的南东街道承兴里、平望居委,半淞园路街道市民新村居委、瞿溪新村居委等,也都十分类似。

老城厢和城中村战疫的惨烈,让城市更新有了另一重意义。不光关乎民生,也关乎城市安全。正因如此,上海刚刚走出疫情困境不久,就重新拉开旧改序幕。目前,除了黄浦区蓬莱路地块、783街坊南块与北块以外,虹口区185、212、234、247四个街坊的旧改听证会也陆续召开,力争在6月底前完成全区的成片二级旧里改造。

这不仅是要把失去的时间抢

回来,完成原本就该完成的旧改任务,也是补城市短板。正如市领导所言,加快旧区改造,城中村改造和旧住房更新改造,既是民生问题、发展问题、治理问题,也是“防疫情、稳经济、保安全”的重要发力点。

经过这一轮疫情的考验,居民们搬出旧居、搬进新家的愿望也变得格外迫切。很多原本犹豫甚至拒绝旧改的居民不再踌躇,这也使得这些地块的二轮意愿征询均得以高比例通过。

看看那些媒体报道中提到的地名吧,蓬莱路、梦花街、仅凤弄……这些饱含诗意的地名,寄托了百姓对美好生活由来已久的期盼与向往。衷心希望那些居住于此的人们,都能盼来花开梦圆。

7月底前

普通市民每周至少测1次核酸
各区每周末安排一次社区筛查

本报讯 (记者 左妍)在昨天举行的市疫情防控新闻发布会上,市卫生健康委副主任赵丹丹介绍,市防控办要求在7月31日之前,市民应每周至少进行1次核酸检测,无核酸检测记录的市民,应及时参与社区便民筛查或至核酸采样点开展核酸检测。对长期卧床、行动不便老人、残障人士、婴幼儿等特殊人员,各区要提供核酸检测便民服务。

据悉,根据本市疫情防控需要,也为了方便市民就近核酸检测,从现在起到7月底,各区每周末都会安排一次社区筛查。

凡过去一周内区内有社会面阳

性感染者报告的区,要安排全域筛查。在采样期间,区域内居民小区实行封闭管理,在该小区全域完成核酸采样后,即解除封闭管理,恢复正常生活秩序。除居住小区外,各区还应有序组织好楼宇、园区、街面、场所的全员筛查,做到不落一户、不漏一人。

凡过去一周内没有社会面阳性感染者报告的区,也会安排便民筛查。在周末开展社区筛查的同时,各区应继续做好常态化的核酸检测工作,方便市民就近采样。各区社区筛查的具体时间和安排,请关注所在区或居住小区的信息发布。