

2022上海咖啡文化周今天开幕

闻香识上海 拐角有创新

拉开帐篷就能喝到无人机空降送来的冰美式,你愿意试试吗? 今天上午,在世博文化公园的上空,一架美团无人机带着Manner冰咖啡起飞,数分钟后抵达帐篷区,为露营中的人们送上“解暑神器”。

咖啡香中识上海,创新无处不在。作为第三届上海“五五购物节”的标杆活动之一,以“啡尝上海、不负热爱”为主题的2022上海咖啡文化周今天正式开幕,除了充满科技感的无人机送咖啡,咖啡消费优惠、咖啡文化集市、咖啡特色街区、咖香书香在上海等百余项系列活动将陆续启动,带动上海咖啡行业活力加速回归,更让咖啡文化凸显“开放、创新、包容”的上海城市品格。

为喝咖啡的人开出新店

截至今年6月30日,上海咖啡馆数量达到7857家,是全球拥有咖啡馆最多的城市。美团公布的《中国咖啡消费洞察》报告显示,上海每万人咖啡馆拥有量为3.16家,比去年1月统计时的2.85家又有提升,与此同时,咖啡馆的数量仍在持续上升。

“喝咖啡的人在哪里,蓝瓶咖啡就把店开在哪里。”即将开出第二家门店的蓝瓶咖啡,用这句话点明了上海咖啡馆数量领跑全球的关键。

8月5日,蓝瓶咖啡在中国内地的第二家门店——上海静安嘉里中心店,将与咖啡爱好者见面。借鉴上海石库门里弄的结构,以中国传统的屋面瓦为设计灵感,静安嘉里中心店将一万三千余块手工烧制的陶土砖,逐一安置于吧台、楼梯间墙体和主空

间,为咖啡馆的现代氛围注入历史属性。

屋面瓦的灵感也激发了产品的创新:本店限定的咖啡瓦片千层,用酥脆的“瓦片”伴以浓郁的海耶斯谷咖啡奶油。还有同为限定款的咖啡鸡尾酒、烟熏冷萃威士忌,都为繁忙闹市带来一份舒适惬意。

“过去数月里,蓝瓶从未停下忙碌的脚步。”今年2月开出苏州河畔的中国内地首店,不到半年,蓝瓶第二家门店再次选择咖啡文化丰富的静安:“上海有着蓬勃发展的咖啡文化,我们很高兴成为其中一分子。”

当生活重回正常轨道,“卷”起来的上海咖啡市场又迎来不少新店入市。不仅是蓝瓶,还有更多个性十足的精品咖啡店。

再过几天,开在亚龙国际广场的缶乐咖啡即将转场,创始人刘厚军告诉记者,位于南京西路商圈的新店已经装修好了,只待调试机器。五年间,这位首创“中式炖咖啡”的“上海爷叔”,把自己的咖啡店从地下一层做到地上一层,如今又走到了街边,他说,我们要走向更大的舞台,弘扬中国的咖啡文化。

还有蒙自路上的树屋咖啡,依树而建,服务社区;瑞金一路上的山Q咖啡,是如今最火的露营风;娄山关路上新开的May café,则是早C晚A的日式小酒咖……6月以来,上海咖啡界新店不断,咖啡行业的活力加速回归。

为创新的城市研发新品

用中国式隔水炖、小火慢炖的方法,来完成咖啡萃取,刘厚军的“中式炖咖啡”颠

覆了既有认知,把舶来品咖啡做出了中国味道。在上海,层出不穷的创新理念“点燃”咖啡香气,透过一杯杯的新品,恰能看到上海“首发经济”的蓬勃活力,更能感受到融于城市精神的创新精神。

在缶乐咖啡店里,“炖”出来的咖啡有两款:冷饮叫无极,热饮叫芙蓉。刘厚军说,产品推出后,在店里的销售早已超过美式。仔细看产品目录,你还能见到弄堂奶咖、米香奶咖、酒香奶咖、酸奶咖啡等颇具上海风味的特色咖啡,而“阿拉小灶”更是特别,这里包含着几十种不同口味的咖啡,只有提前在网上做好功课,才能点到“隐藏款”。

刘厚军说,由“中式炖咖啡”技术引发的一系列产品创新,是吸引年轻消费者的关键。“中式咖啡口感温和,更符合中国人的味蕾,在此基础上,我们研发了一系列新品,并以充满意境的中国名花来命名,例如芙蓉、百合、迎春、海棠和玉兰。接下来我们还会继续研发,凑齐十朵名花。”

走过了全球座城市,咖啡连锁品牌星巴克也对“创新”感触强烈。去年,星巴克在上海咖啡文化周期间推出“致敬上海”系列限定新品,黄酒、话梅和咖啡液碰撞出独特味道。这两天,夏日限定的威士忌桶酿冷萃已经登陆星巴克上海全城门店,这款有着迷人的威士忌酒韵与烟熏橡木气息的珍藏咖啡,依旧是“上海限定”,非此地不可得。

对新品的“迷恋”,还体现在买咖啡时的行动力。星巴克表示,上市仅一个月,冰震浓缩系列的销量已经超越冰美式,成为星巴克在中国内地市场排名第一的冰咖啡

品类。这既让它感受到中国消费者对创新的喜爱,也欣喜于行业赛道的不断拓宽。

为蓬勃市场研发新技术

随着上海城市消费的快速回补和潜力释放,咖啡市场也呈现出强大的复苏能力。美团报告指出,今年5月,上海咖啡门店订单量环比4月增长达163.9%,6月更是环比增长5273%。

面对蓬勃发展的咖啡市场,除了新产品和新零售,新技术也在迅速发展。今天上午,作为上海咖啡文化周期间的一大亮点,美团无人机联合Manner在上海推出露营区无人机快闪店——飞达café,只要几分钟,即可将刚刚做出的咖啡送到帐篷门口,增添露营的趣味与惬意。

而在上海的街头,你还能在转角处遇到机器人咖啡馆,让它用酷酷的机械臂为你做一杯现磨咖啡。在新天地商圈,COFE+机器人咖啡馆现身不久,就吸引了不少市民尝鲜这一杯“科技感”十足的咖啡。

透过咖啡馆的窗口,看不见忙碌的店员,只有咖啡机器人安“坐”其中。扫码点上一杯咖啡,机械臂就开始缓缓运作,先取出一只塑料杯,接住后转到另一台机器下装冰块,再往前一点,自动加水 and 咖啡液后,就制作完成了一杯冰美式。随后机械臂将咖啡送到出杯口处的一块圆形区域,大约1分钟就完成了出品。

作为全球拥有咖啡店最多的城市,如今上海又多了一批“机器人店长”。

本报记者 张钰芸

南昌路上开小店,不只是生意——

“金咖联盟”端出一杯杯“非常味道”

清晨6时,南昌路思南路口,90后贾新华的咖啡店开门了。

上午8时,南昌路73号,80后陈颖的咖啡店开门了。

中午12时,南昌路66号,60后王玲的咖啡店开门了。

南昌路上,咖啡店都是小店。开小店,是生意,却也不只是生意。今天,第二届上海咖啡文化周开幕。百年南昌路,“金咖联盟”40多家咖啡店端出一杯杯“非常味道”。

服务不同群体

咖啡店,早上6点就开门,这么早?

“做手冲,费功夫,自然要早开门。”店主兼咖啡师贾新华站在工作台边,称豆子,电子秤上的克数一点不含糊。

这手冲做的,就像中学化学课上的实验,分量、步骤,样样讲究。这也是特色,店里的客人们,对口味格外敏感,似乎个个当年都是实验课上的高手,每一杯,都仿佛在切磋“精准的技艺”。

南昌路73号,是咖啡店,也是早餐店。周边楼宇白领,上班路上,顺路进来买杯拿铁,点只汉堡,早餐就解决了。左邻右舍,老先生老太太,早上出来遛弯儿,顺路进来,坐下来,随便点点什么,早餐也解决了。

“对啊,我的咖啡店,就好比邻里早餐点呢!”陈颖很满意,两三年里,自家的店,不经意间已是社区睦邻一分子。

南昌路上,咖啡店多,如果要找一家“怀旧好去处”,那就来66号吧。王玲,66号店主,开店14年。到了下午一两点,客人们来了,三三两两,看上去,都很悠闲,坐下来,点杯咖啡,慢慢聊。“最能聊的客人?四个闺蜜,聊到凌晨一两点。”王玲说,客人们聊得开心,就忘了时间,她就陪着,看着别

人开心,自己也开心。

“小微”彰显活力

翠绿墙面,中国红楼梯栏杆,墙上挂着油画,两只胖胖的布偶猫躺在椅子上睡午觉——这是66号的画风。

73号,空间色调是海蓝的。贾新华的店,更像一间咖啡“实验室”。

“南昌路上,咖啡店都是‘小微’,却又个个不同。活力,也正在于差异。”黄浦区人大代表、“金咖联盟”召集人朱晓晖说。

南昌路上的咖啡店都不大,店主往往就是咖啡师,小的店面不过四五个平方米,坐不下三五个人。小,却并不意味着没影响力。去年的上海咖啡民间排行榜上,贾新华的店排名第一,领跑沪上新锐咖啡店。

小店,有差异有活力,聚集起来,就是一个街区繁荣繁华的风向标。两年前,黄浦区瑞金二路街道

创立“金咖联盟”——以百年南昌路为核心,聚集街道辖区内咖啡小店,就有了一个搭建在移动互联网上的服务型功能平台,集群化、信息化,更具便捷性、共享性。从此,南昌路“金咖联盟”成为一个集群品牌。

活出真我初心

最初,“金咖联盟”有20来家店,最多时60多家,目前40多家。

今年三月,新冠疫情杀了回马枪。四月,大上海保卫战打响。疫情冲击之下,南昌路上,一些咖啡店关门了。别人问贾新华,这情形,担心吗?他摇头。店开开关关,正常;凡是生意,有领跑的,就有陪跑的;开咖啡店,要是一门心思只想赚钱,十之八九,做不长。

“杨柳青,樱花雨,人间三月多缤纷。你大白,我青衣,最解料峭是逆行。”艰难

时刻,瑞金二路街道党工委书记任伟峰在朋友圈里留言,鼓励大家熬着、挺住、发展。

六月,复工复产复市,“金咖联盟”以商铺自治为基础,社区、社会与政府多元共治,加强服务便利性,提高服务效率,及时发布实施助企纾困政策,助力活力小店渡过难关。

难关,要过。想想当初,为何要选南昌路?

王玲说,做百年老店,就在百年南昌路。陈颖说,小时候,每天上学经过南昌路,就想长大了在这里开一家咖啡店。贾新华说,看了《觉醒年代》,在初心始发地,做“第一”,感觉很不错。

今天,上海拥有近8000家咖啡店,数量排名全球第一。在“咖啡文化周”这个盛大节日里,南昌路“金咖联盟”,一个个普通却又别具一格的小店,端出一杯杯“非常味道”,那是匠心,更是理想和初心,活出真我,微小而磅礴。

本报记者 姚丽萍



■ 海蓝色调的南昌路73号,既能喝咖啡,也能吃点心



■ 南昌路66号,室内满是怀旧的氛围

本报记者 周馨 摄