

申观察



喝咖啡，在前滩成为日常



咖啡消费场景随处可见



国际化城区里的“咖啡因”带来怎样的“情绪价值”？

解码前滩咖啡飘香背后的发展动能与区域活力

第一次去前滩的人，会发现自己被咖啡店“包围”了。从星巴克、蓝瓶咖啡、拉瓦萨、Tims天好咖啡等全球知名咖啡连锁店，到M Stand、Manner和瑞幸等本土精品咖啡品牌，如雨后春笋般冒尖的咖啡店遍布大街小巷、商场楼宇。

据不完全统计，前滩目前共有约60家咖啡店，西餐店、连锁超市等提供咖啡消费场景的各类商户更是难以计数。咖啡如何根植于前滩的发展脉络与生活切面，在这片全新的城市版图里孕育了怎样的咖啡经济与文化，又对前滩的商业业态和居住生态产生了怎样的“催化作用”？记者实地走访，解码前滩咖啡飘香背后的发展动能与区域活力。

功能多元的“第三空间”

说到前滩，很多人的第一反应是“前滩太古里”。作为前滩区域的“城市生活轴心”，太古里商场近30家商户打造了咖啡消费场景。工作日下午2时许，记者从东方体育中心地铁站2号口步入太古里商场，在地下二层拐角处，一家店面不大的星巴克内座无虚席，多为单人座与两人座。不少顾客面前摆着电脑，头上戴着耳机，手里敲着键盘，一杯咖啡让这里摇身一变，成了办公的绝佳空间。

再往里走，皮爷咖啡店前有3位顾客正在排队，约10个外摆位几近坐满。尽头有一部扶梯，直面M Stand与Seesaw两家咖啡店，上方连接着上海前滩中心大厦——一幢270米高的办公塔楼，约有近万名企业员工。记者观察到，工作日的午后，许多上班族会结伴下楼喝咖啡小憩，也有不少人直奔主题，一边开着电话会议，一边拎起打包好的咖啡转身上楼。

仲量联行战略顾问部高级经理葛震分析，前滩区域密集的咖啡店与这里林立的办公楼宇密不可分。据悉，前滩拥有134万平方米的办公面积，占到在营项目总建筑面积的二分之一。对于数量庞大的上班族而言，每天喝咖啡已成了工作日常，甚至有人一天4杯都不在话下。

34岁的张莉莉在前滩工作已有一年半的时间，办公地点在芋秋路附近，楼下就有一家星巴克，步行5至10分钟内还有Manner咖啡店与美乐咖啡。“下午经常有工作会议，每天中午我都会点一杯拿铁或美式，午休散步时下去拿，不仅效率高，还能快速补充能量。”

天热时，张莉莉也会趁午休时间在咖啡店里点一杯咖啡，独自处理一下工作或是看一会儿书。令她着迷的不只是浓郁的咖啡香，更是咖啡店内灯光、环境、音乐等共同造就的独特氛围。有时，张莉莉也会买咖啡豆与配料自制咖啡，味道不比咖啡店的差，但她总觉得少了点什么。“咖啡店就像一个轻松的符号，一进门，整个人就是放松、愉悦的，做起事来是专注的，这种状态和氛围无可替代。”

在张莉莉看来，高浓度的咖啡店一定程度上满足了白领、商务人士工作洽谈的社交需求。36岁的陈佳辰居住在前滩，从事媒体行业。不论是工作上的前期沟通，还是闲暇时和朋友聊天，他都会约在前滩31附近的全国第5家蓝瓶咖啡店，或是太古里商场

的星巴克全球首家环保实验店“向绿工坊”，“这两家咖啡店不仅交通便利，而且店面大、环境好，不愁找不到位置。”

对于陈佳辰而言，咖啡店的意义远不止此。他最喜欢的，是开在前滩友城公园里的星巴克。每天早上8时许，他送完孩子上学，会在学校附近晨跑5至8公里，结束时在这家星巴克里点一杯美式。对面是黄浦江，有时他会坐在户外，享受一杯咖啡带来的片刻惬意，还会遇到成群结队的游客前来打卡。

从工作到生活，高浓度的咖啡店已成为前滩的独特“标签”。葛震认为，前滩开发时间虽短，但在高瞻远瞩的规划建设下，已从一片荒地“拔节生长”，逐步迈向崭新的国际化城市中心。“作为一个集办公、居住、商业、体育与文化的综合性社区，遍地开花的咖啡店提供的不只是咖啡，更是一个功能多元的‘第三空间’，满足了不同消费群体在不同场景下的多样化需求。”

一种生活方式的变迁

在很多人眼里，张莉莉是个彻头彻尾的“咖啡控”。但她坦言，在来前滩工作前，喝茶才是她的心头好。初来乍到，张莉莉看到办公楼下的星巴克里，许多人边喝咖啡边办公，甚至有人开着视频会议，还觉得这种工作方式分外新奇。渐渐地，她发现前滩的咖啡店数量多、品类丰富，身边的同事与工作伙伴都爱喝咖啡，她便也“入乡随俗”。如今，咖啡在她心目中的地位已经能和茶相媲美。

说起前滩与咖啡的渊源，见证了前滩发展变迁的陆家嘴集团晶耀前滩与前滩公园巷项目负责人叶臻菁很有发言权。她回忆，2017年初来前滩时，这里大多还是未开荒的土地，仅有几栋高楼大厦，她对前滩的认知更是一片空白。令她惊讶的是，在这人烟稀少的地方，陆家嘴集团最早落成的办公楼——世贸中心一期的配套商业里竟然开出了一家星巴克。“作为咖啡领域的标志性品牌，之前在前滩工作，每天早上一杯星巴克是我的职业习惯。看到这家星巴克，我想，前滩国际化生活的样本调性已初见端倪。”

作为前滩居民，陈佳辰也有相似的感受。2019年，他刚搬来前滩时，只有零星的咖啡店。每次要喝咖啡，他习惯出门时去目的地附近顺手买一杯。随着大型商业载体晶耀前滩开放，企业也纷纷入驻办公楼宇，咖啡店一下子变多了。“如今，我家小区门口步行7—8分钟内，有15—20家咖啡店。”

陈佳辰认为，这与前滩的国际化定位密不可分。“在前滩工作或生活的群体以中青

年为主，他们本身的生活方式较为现代化，对咖啡的需求旺盛。商业业态与氛围也主打时尚潮流，需要咖啡店来支撑整体格调。”

随着前滩的咖啡店越开越多，叶臻菁发现，除了将咖啡作为生活必需品的部分人群，咖啡受众群体的年龄层次在向两端延伸，咖啡也改变着他们的生活方式。“我爸妈偶尔会拿两袋速溶咖啡放在包里，但大部分人都喝咖啡店里现做的。”

在前滩，还集聚了一批国内外优质的教育资源，其中不乏英国惠灵顿公学等国际社区配套教育品牌。去年正式开学的上海纽约大学前滩新址也设在此。37岁的徐萍是上海纽约大学的一名老师，也是一名忠实的咖啡爱好者。“学校里约有一半的外国学生，喝咖啡的氛围浓厚。不论是上课还是课间，都能看到学生们拿着咖啡的身影。”5月1日，第一家Manner咖啡店开进上海纽约大学的校园后，人气爆棚，光顾的学生络绎不绝。“和学生聊天，一起喝咖啡是一种默契的交流方式。”

“在前滩，咖啡的发展史就是一部生活方式变迁史。”在叶臻菁看来，咖啡与生活的快速交融一定程度上是这一舶来品在上海生根开花的缩影，展现了城市咖啡文化的一个切面，更塑造了这片区域的生活气质。“前滩的早晨，咖啡加面包，就像豆浆搭配油条那样寻常。”

撬动经济的咖啡基因

上海拥有着近万家咖啡门店，数量位居全国首位，咖啡塑造了城市形象与品格。对于前滩而言，咖啡更是撬动经济的关键支点。2019年正式开业的晶耀前滩项目位于前滩的核心区域，集购物中心、办公楼、住宅区于一体。项目负责人叶臻菁回忆，晶耀前滩的前期招商难度不小，咖啡类相关的品牌最先入驻，“当时商户的开业率仅有70%左右，能开的餐饮很少，只有咖啡店或是咖啡带餐的品牌店。”

尽管步行仅约5分钟，星巴克选择在晶耀前滩开出了第二家店，也是星巴克的臻选店，这给了叶臻菁信心：“星巴克这种经验丰富的国际咖啡连锁品牌对市场有着精准判断，它愿意开，就意味着整个片区有前景。”

为了吸引客流，“造节”必不可少。2019年9月，首届上海咖啡生活节落地晶耀前滩，为期近1个月。百余家国内外精品咖啡品牌同台亮相，吸引了大量咖啡主理人与爱好者从全国各地奔赴前滩，这让叶臻菁看到了咖啡里的经济密码。此后，前滩咖啡生活节、前滩咖啡市集等活动延续至今。

在前滩，不少商户还将咖啡嵌入了多元

的消费场景，创造了一系列新的经济增长点。以太古里商场为例，Manner、皮爷咖啡等小型咖啡店主要服务于咖啡外带人群；星巴克“向绿工坊”、Lilitime等咖啡店塑造了各具特色的空间环境，有效满足了顾客的社交与商务洽谈需求；位于4层的茑屋书店则集合文化书籍、手工艺品、文具杂志、文创产品、咖啡甜品于一体，让顾客品一杯咖啡、看一本书，引领新的生活方式。

为更好地服务周边商务白领人群的需求，太古里商场还引导设有咖啡场景的商户提早营业，推出数字化预订服务，确保上班族能及时便捷地享用每日的第一杯咖啡。同时，商场还集聚%Arabica咖啡店与人气酒馆、西餐厅等，打造潮流新地标，吸引众多年轻人前来打卡。

在动线设计上，太古里商场也下了功夫。坐落于一层的NUDAKE是一家与众多高奢品牌为邻的甜品店，诞生了多款咖啡“爆款”。店内铺陈设有艺术装置，散发着先锋艺术的气息，成为了高端消费客群逛街购物间隙的“中转站”，增加了顾客停留时间，同时提升了潜在的消费机会。

如今，叶臻菁正在打造前滩公园巷项目，它将作为城市最小单元的“街巷”，与晶耀前滩、前滩休闲公园相互连接，形成“Mall+街区+滨江公园”的商业形态。她观察到，尽管前滩的咖啡店目前以商业品牌店为主，但随着越来越多的本土精品咖啡品牌涌现，许多个性化的咖啡主理人也将目光投向了这片热土。

比如，5月末，网红咖啡店KUDDO正式落地公园巷，到店打卡的顾客纷至沓来，户外风咖啡潮牌AOKKA也即将开业。叶臻菁认为，这些新兴的咖啡品牌选择前滩，不失为一种“双向奔赴”，“既是认可了前滩的市场与调性，同时，前滩也是他们跳出舒适圈，接受市场验证的首选地，成为扩张版图的安全‘跳板’。”

“通过释放外摆区域的活力，公园巷式的商务区底层商业聚落逐渐延展了自己的消费客群，也将带来更加丰富的咖啡细分品类。”葛震建议，区域运营商可考虑为入驻本地的商户争取更加宽松的外摆环境，鼓励咖啡品牌在街道空间与店铺空间之间打造柔性边界，增加消费者停留的概率。比如，科学的停车与行车安排可以提升安全系数，灵活的座椅、绿植摆放能够增强舒适性，还可以使用折叠雨棚、阳伞、加热器等微气候调节工具。

叶臻菁透露，10月末，即将开街的前滩公园巷将会作为陆家嘴咖啡生活节的分会场，打造一场规模大、能级高的咖啡盛会，进一步擦亮咖啡文化与生活方式的标签，让每个人都能在咖啡的氤氲香气里品味前滩独特的生活气质。 本报见习记者 陈佳琳

不少新兴咖啡品牌选择落户前滩 本版摄影 记者 周馨