

上海咖啡的风花雪月

1958年，是上海咖啡文化的一个标志性时刻。那一年，上海诞生了一个名牌产品——上海牌咖啡。

这是一种 227 克一听的罐装咖啡，褐色的罐体闪着锃亮的光芒，磨成粉的咖啡被真空封罐，用薄薄的锡纸密封着，保存得相当好。解开锡纸，咖啡香味扑面而来。这罐咖啡在此后的二十年间，占据了国内七成的咖啡市场，也让上海的咖啡文化名扬全国。

咖啡文化香飘上海，得益于上海的开放文化，也得益于上海温暖舒适的气候。

咖啡是一种舶来品，1853 年英国人莱维林将它带入上海的时候，很多人是皱起眉头的，至今依然有人不习惯它的苦涩味道。但是位于大江大海交汇处的上海人，习惯于探索新事物，融汇新文化，海纳百川方为大。到了上世纪三十年代，咖啡文化在上海已经有了很好的天地，以至于鲁迅先生为了繁重的工作，有时也不得不努力抵御咖啡的魅力：“哪里有什么天才，我只不过是把别人喝咖啡的时间，都用在了工作上而已。”

时序更替，岁月变迁，咖啡文化浸润在上海的春风秋雨间。即使以现在的眼光来看，上海牌咖啡依然是不俗的。我一直认为，咖啡这件事，没有咖啡专家们说得那么玄，当然也不必像小资们那样矫情。好咖啡只有两个要素，烘焙得当和新鲜与否。那些跟你说里面还包含了多少多少果香、木香和草香的，你朝他笑笑就好。上海咖啡的可贵之处，在于它极为朴实地只注重好咖啡的两个要素：把力所能及的咖啡豆尽可能地烘焙得当，然后用密封的马口铁罐子来尽可能保持新鲜度。它的出品像极了上海人：从容而又科学地去做正确的事。

上海牌咖啡的竞争对手，是伴随着改革开放来到的，那就是雀巢咖啡。雀巢主打速溶咖啡，从技术水准来说，对现煮的上海咖啡有代差优势，再加上新颖时尚的咖啡伴侣，以及无所不在的全方位营销，上海的咖啡文化很快进入了“滴滴香浓，意犹未尽”时代。虽然多年以后大家发现，速溶咖啡及其伴侣，其实远不是上品。

划时代变化的，是全自动现磨咖啡机，这是真正革命性的迭代变化。1999 年，我有了一台全自动咖啡机，那时上海总共也没有多少台。不能不感叹，所有好咖啡的制作方式，尽在这台机器中：现磨、保真、快速以及适当的温度，集聚了你能期望的一杯好咖啡的全部元素。

也是在世纪之交，星巴克来到了上海。星巴克是 1971 年诞生的，按照时间推算，那应该是雀巢速溶咖啡在欧美的鼎盛时期。正是在一片繁荣下，速溶咖啡的缺点也为更多人了解，现磨现煮咖啡就更加令人怀念与向往。星巴克创始人应该是很好把握了这种情绪转变，以现制咖啡为特色，加上“气氛组”之类美国营销文化辅助，很快就风靡一时。

从商业角度来说，星巴克是非常成功的。去年秋天，星巴克在宝山智慧湾科创园，开出了上海地区第 800 家门店，星巴克门店数已接近上海咖啡馆的一成，为上海咖啡文化繁荣作出了不小贡献。中国咖啡消费市场的年复合增长率达到 15%，其中上海市场占据了 50%。未来十年，中国将可能超越美国，成为全球最大咖啡消费市场。

咖啡文化在上海的繁荣，与上海温暖舒适的气候有很大关系。上海位于北纬 31 度，不冷不热，可以有大量户外活动时间，咖啡很容易成为网红饮料。这一点，巴黎与上海很相像。巴黎处在北纬 48 度区域，由于大西洋暖流的影响，常年气温与上海相当接近，塞纳河边到处是享受阳光的巴黎人，因而巴黎咖啡之都的美誉世界闻名。

咖啡之都最有名的咖啡爱好者，莫过于巴尔扎克。据说他讲过一句话：“我不在咖啡馆，就在去咖啡馆的路上”。

虽然喝咖啡的人当中，能成为巴尔扎克的并不多，但像巴尔扎克那样，不在咖啡馆，就在去咖啡馆的路上，很多人还是可以做到的。☞