

热爱小店的人们，也是热爱生活的人们，是期待想法与想法发生碰撞、生命与生命发生联结的人们。**小店在，你在，我在，城市的温度，就不会散。**



绵。它们就像生长在水泥森林里的一朵朵芬芳、一丛丛碧翠，用难以想象的坚守之心，于凛冬的摧残后蓄满元气迎难而上，继续倔强地展露笑颜，点缀了城市的面貌，以及城里人的心情。

“上海小姑娘都喜欢兜马路的吧。她们属于米其林、路边摊两不误，买东西也不一定非要名牌，而是根据自己的品位随心混搭，要别人‘不晓得’的——别人‘不晓得’的东西哪里来？兜马路、逛小店搜集到的。上海，是和别的城市不一样的。我觉得，上海的气质，尤其适合兜马路、逛小店，梧桐成荫，戏语成趣……这已经成了几代人的生活方式了。”自媒体人俞菱笑着感慨。

此前，俞菱是《上海壹周》的记者，每个礼拜专门撰文推荐一家上海特色小店，积累了几年，结识了好些小店店主，出了好几本书。“2010年上海世博会的时候，我的这些关于特色小店的书卖得最好，也再版了蛮多次。大家觉得这些书好像城市漫游指南，挺有意思的。后来，网购的兴起、租金及人工成本的上涨、爆米花式开业的 shopping mall，让小店的经营变得举步维艰，开始慢慢走下坡路。这几年，疫情的冲击，雪上加霜啊……”

2019年起，俞菱骤然惊觉，太多曾一路相伴、至少“10年+”的上海特色小店，纷纷黯然退场。绍兴路上的汉源书店，中山东一路上的 Annabel Lee，新乐路上的葡萄园，还有整条东平路，“白茫茫真干净”……难道满城琳琅，到最后仅能剩下一襟晚照？绝对不行。于是，她在公众号“跟俞菱逛马路”上写了一篇《抢救上海小店》的长文，并推出“抢救上海小店”计划。意料之外的是，《抢救上海小店》在朋友圈以迅雷不及掩耳的速度火爆刷屏，引起人大代表、政协委员的注意，以及官媒的竞相报道与呼应。代表、委员们表示，“一个小店能够在某个地方持续经营，就有它存在的理由，政府应该好好保护”；“上海的营商环境不仅在于大企业、大商业，也在于路边的小商业环境”。

2020年3月14日，俞菱发起了一个线上的虚拟市集“世界的市集”。据悉，市集的名称，来源于海明威在《永别了，武器》之前没有完成的一篇小说，也是菲茨杰拉德某部作品的备用名。而公益性质的“世界的市集”，需要申请参加者备注

“坚持”二字——如果你认同“坚持”，那么欢迎入队。“过去我们一直呼吁抢救上海特色小店，虽然取得了一点成效，但疫情几轮折腾下来，单靠‘呼吁’显然是无力的，得‘救火’。当务之急是帮助小店解决现金流问题、解决客源问题。所以，我想到这个最笨的办法，组织店主在读者群卖货。”

“世界的市集”堪称高效，有的店家在入群15分钟左右即获得了将近2万元的收入。“谁知道马伊琍居然也加群了！”俞菱说，“她在群里很活跃，一边下单，一边鼓励着店主们”……

开了市集还不够，直播亦须跟上。“和以前比，现在逛马路的人是越来越少，我就提醒店主们，要在网上争取一波流量，要做直播。起初，有些店主非常不习惯对着镜头‘表演’，乃至抗拒，但新媒体这块他们终归是不能不接触的。我们手把手地教，设备、机位、文案、音乐、视频封面设置……直播不纯粹是机械地坐在那儿，反复地宣扬‘便宜’的噱头，它的关键在于强调出小店的特色、核心竞争力，这样，目标客户在线上看到了，真的会跑到线下实体店进行消费的，买几千块、几万块的都有。”

在巴黎，在东京，在上海，相比那些大型商场，俞菱最钟意的，永远是老马路上的特色小店。而这些挚友般亲切的特色小店，店如其主，各有性格，最终，与城市形成了近乎反哺的关系。“长乐路的‘台湾风味小吃’，卤肉饭超赞的；整整27年，才涨了6块钱。店主爷叔觉得，钱不是最重要的，有份工作，能和老客人打交道，开心。”

小店可被视为一座城市的记忆、心肠和爱，它们是城市文明的重要组成部分。俞菱总结：“没有过去的记忆，上海人是不懂得感恩今天的。同样，如果没有小店的记忆，我们也不会珍惜从前，未来的人也不会珍惜我们。我们必须呵护小店，上海应该是‘暖’的。”

微小、琐碎、日常；小小一块物质聚散地，不经意间，构成市井清欢的满足愉悦。热爱小店的人们，也是热爱生活的人们，是期待想法与想法发生碰撞、生命与生命发生联结的人们。

小店在，你在，我在，城市的温度，就不会散。📖