

来不及做，从来也没有为生意不好发过愁。也许有人瞧不上我这几毛一块的小钱，但我是很满足的，想买啥都能买得起，我又不要买一万块的包包，我买个一百块的，想买就买，不是也挺高兴。”

唯一让她头痛的一件事是“涨价”。葱油饼从30年前的几毛一个涨到现在也不过四块钱，但每次何姐都只敢一毛一毛地涨，饶是这样依然战战兢兢：“老客人要说的呀，‘哎呀你们怎么又涨价了，日涨夜涨，良心墨墨黑’，哈哈，我也最好不要涨价呀，但是原材料都涨了好几轮了，怎么办呢，一到涨价我就发愁。记得有一次从五毛涨到六毛，一个外国人来买，总给我五毛，我也不会说外语，就算了。后来另外一个客人跟我说他其实晓得的，你说坏哦啦。现在不会有这个问题了，大家都扫码，我也没有那么发愁了，扫码好像比起付现金，对价格没有那么在意噢。”

讲归讲，吃还是要吃的。有的老客人出国前都要来买上几十只上飞机，最多的一次有客人一口气买过600个。

今年4月上海疫情，何姐也连续两个月出不了门。她倒乐观：“两只手都做得腱鞘炎了，休息两个月全好了。”看到大家物资紧张，她把家里囤着做生意的500斤面粉，分成5斤一袋，送给楼里邻居。“我老公还叫我到群里问问，有没有人需要鸡蛋的。”连鸡蛋、葱这样标准的“奢侈品”，何姐也分了许多出去。平时他们起早贪黑的，其实与邻居也不多交流，忽然拉近了彼此间的距离。

本溪路·木梨膏小摊：两代人的甜蜜传承

像这样隐藏在街角巷弄的宝藏小店，身边人自是早已熟知，而今，创办了公众号“跟俞菱逛马路”的俞菱，又将店主们请到“海上和集”交流，让他们为更多人所知晓。

在她的指引下，记者又找到了另一家隐身于杨浦鞍山商圈的小店：木梨膏小摊。小店位于四平社区文化活动中心旁，门面很小，本来就不太好找，如今正前方空一座核酸亭，说“隐身”也不夸张。不过，老客人总会按图索骥而至，买一杯“招牌木梨”——一种植物萃取的天然果冻饮料，有下火祛燥的功效，



木梨膏小摊的饮品黑板。

喝起来清甜爽滑。

木梨膏小摊的店主是个年轻女孩，绰号66。这家店原本的主人是66的公公婆婆，已经创业了几十年，附近居民无人不知。最初店里的饮品只有两种：木梨，还有龟苓膏。66接手小店后，将饮品逐渐增加到如今的几十种——店门口小小的黑板上密密麻麻写满了品名：酒酿桃胶木梨、爱玉拼盘、桃胶龟苓膏，还有冬季限定的古法藕粉羹、养发黑芝麻藕羹、暖胃水果羹……价格比起其他奶茶店亲民得多：最便宜的百香果柠檬茶10元，最贵的加了燕窝的桃胶雪燕雪莲也只要18元。老客户来了

总会点上一份隐藏款木梨龟苓膏。

这样的小店总给人一种传统与当下结合的感觉：你能在这里品尝到儿时记忆里的啫喱冻、水果羹、酒酿圆子、龟苓膏，也能追赶饮品界近年来的新网红桃胶、爱玉、芋圆。这也是66正在坚持的继承与创新——她不想自己从父母辈手里接过来的小店变成“火得快，死得也快”的网红，她要在继承传统和满足客人的“尝新欲”中找到平衡。

这家木梨膏小摊，也见证了两代人的经营理念。刚接手的时候，婆婆作为老一代店长，希望66一直守在店里，“像门神那样，镇守着小店，最好是坐在收银机前面，听着机器的叮叮作响，数着一张一张的现金，这样才最像是他们心目中的老板”。但她却觉得，当老板最重要的是考虑店铺的发展方向，是开发新品，所以更要离开店铺多走走看看。最近，她正在努力让店里的饮品更加标准化：“做饮品就跟中式炒菜一样，每个人手势都不同，口味会有偏差，要想办法让出品更加稳定。”

两代人的矛盾常常有，但每一次争执都是为了小店走得更长远。66会开玩笑地对找不到店铺的客人说：“你就听听附近哪家店吵架声音最响，就到了。”

如果有一天，我们生于兹长于兹的城市里，再也找不到儿时的记忆，恐怕难免会有被时代连根拔起的恐惧。所以，感谢这样温暖的小店，他们跨越时代而来，凭着认真、专业和经年累月的努力屹立不倒，他们的存在，就是我们的幸福。如同日本著名建筑师芦原义信在《街道的美学》中所写：“相比那种城市的大马路，带给人们更多的幸福感的街道，其实是那种窄马路。”