



虽然看起来柔弱纤瘦，说话也细声细气的，可是逛起马路来却能日行万步，健步如飞——俞菱是逛马路专业户。

“人们的生活方式在改变，线上结合线下正在成为越来越多商户的选择，不只是小店，大型连锁店也是如此。”很多“10年+”小店店主和俞菱都是相识十年以上的老朋友了，彼此一拍即合，但俞菱也觉得，这种线上带货的方式，“是在以杀死上海小店的方式来抢救上海小店”。她很希望，线上经济不要完全取代实体店，“别宅，去逛”。

2016年，她发起了“世界逛马路日”活动，“人和人之间需要面对面交流，而马路是最好的场所”。半岛酒店把自己最好的舞台——直升机停机坪拿出来，免费供“世界逛马路日”活动使用。“世界逛马路日”和“上海小店年度榜”的颁奖活动，多年来都在这里举办，“我们要让上海小店店主也登上上海的大舞台”。

前几年，为了帮助上海小店渡过难关，俞菱组建了“世界的市集”微信群，一年办了26场，近百家优秀上海小店从中受益，收获的不仅是艰难时刻宝贵的现金流，更是坚持下去的信心。

这个微信群里还有明星组员，一直为小店的存续出谋划策。比如上海演员马伊琍，她在群里说：“我觉得要谢谢你们每一个人。你们有的人可能是上海人，有的可能是从别的城市过来工作的，但是一定都是因为大家热爱上海，热爱每个街角，每个阳光沐浴后的小店，可以给我们带来一个温暖的有温度的上海，所以大家才会这么热情地来支持小店。希望小店的店主可以坚持下去，我们也会一直支持小店。”

“2022年，在上海开了30年的‘王记葱油饼’，因为愚园路局部整改不得不搬离。老板王永新找不到铺面，急得不得了，嘴上发了一个老大的泡。我们第二天就在公众号写文章，

后台收到了华住集团潘总的留言，积极帮助我们选了很多地址，王永新也跟我们一起去，一家家数人流量，最终落脚在襄阳南路建国路。”俞菱说，“马伊琍老师也给我们很多帮助，你看，这是她和王师傅在店门口的合影。”

现在的愚园路上，“老伯伯内衣店”既是一家老店，也是新网红——每天来打卡的游客络绎不绝。即使是以不穿秋衣秋裤自诩的年轻人，路过了也得去老伯伯那里买两套内衣。足见商品不只有使用价值，也有情绪价值。“在实体店买东西不像网购，会有故事的，当时跟谁在一起，在哪条马路上，事后回想起来都会觉得更珍惜，东西也会用得更长久一些。”

在论坛上，俞菱还向观众展示了6本“世界百年老店巡礼”书系，“这些书我读了6年，书里写了东京、巴黎等城市数百家百年老店，这些店都还活在城市生活中”。

曾经有一位上海店主，带着俞菱在一个下午逛了东京日本桥的十几家百年老店。“印象最深的是一家‘海老美术馆’，店主可以说是富豪，在这种黄金地段拥有一个8层楼房，但他还是天天在店里，古董和艺术品一天也卖不掉多少，但他就是从早站到晚——他已经是这家老店的第八代传人。”

这家店让她想起远在巴黎的另一家百年老店，百年来只做鱼子酱。“有人说鱼子酱是奢侈品，但店主说，鱼子酱不是奢侈品，家族的传承才是奢侈品。”

出国旅游时，俞菱也会特别关注街头的小店。“不是只有高楼大厦才是城市的记忆，城市记忆可以很个人化——去一个地方旅游，看到上次来光顾过的小店还在，也会很有亲切感。”每次去日本京都，俞菱都会光顾一家名叫“一文字屋和辅”的千年老店：“老店千年来只卖一种食品：烤麻糬，每份人民币30元左右，茶是免费送的。这家千年老店传女不传男，已经成为京都城市记忆的一部分，吸引了全球各地像我这样的百年老店探访者抵达打卡。当地还会组织游学，把它作为教育基地，更体现了对老店的珍视。”一去再去，吸引她的已经不只是麻糬的香味，更是对美好生活的记忆。

在俞菱看来，上海也有不少这样让人念念不忘的小店。“比如钲艺廊的‘海上砖’，每一块砖头都是对上海城市记忆和文脉的守护。海派不只是一个概念，而是具体的，融入生活细节的。还有曾经开在福州路上的Suzhou Cobblers，手工制作被伦敦V&A博物馆收藏的精致绣花鞋，很多客人都会慕名而来。——小店可以成为近者悦、远者来的理由，一代代传承下去，成为城市软实力坚硬的一部分。”

