



上百家 Barbershop 密集分布在上海市区。仔细看去，这些店的人均消费基本在 200 元以上。

12 月初，《新民周刊》记者走进了位于静安区奉贤路的一家 Barbershop。在渐冷的冬季，记者试图在这里找寻独属于 Barbershop 愈发火热的原因。

这个赛道“越来越卷”

沪语里，“头丝清爽”表示一个人头发干净利落，甚至暗含思路敏捷、做事有条理之意。发型在一

些上海男人眼里，并非小事。

要了解上海男人的腔调，也许可以从坐上 Barbershop 里面那把沉重的、不易旋转的皮质理发椅开始。

在奉贤路这家名为 CHANGLE 的 Barbershop，记者见到了创始人李昌盛。硬朗的发型和胡须，全身上下的黑白穿搭，李昌盛的成熟外形和 Barbershop 非常适配。然而他很年轻。生于 1993 年，李昌盛已经在上海开了 5 家 Barbershop 连锁店。至于这一家奉贤路的门店，为何叫“CHANGLE”？李昌盛说，因为自己第一家店在长乐路，后来开新店，为了一些纪念意义，就有了现在这个名字。

从 2019 年开始在长乐路开出第一家 Barbershop，李昌盛对选址很有执念。他把 5 家店几乎都开在了上海人熟知的“巨富长”一带。每家店之间的距离，骑自行车很快就能到达。

除了门店地址，李昌盛还有另一个执念——一定要有梧桐树。梧桐夏日葱郁，秋冬飘落。精致但不油腻的 Barbershop，开在梧桐树下，符合他对于“上海腔调”的想象与认同。

本刊和李昌盛的访谈，也选择在 CHANGLE 店门口自带的小院子。院子门口时而有梧桐叶落下，店里的发型师忙完，在室外休息间隙，会自觉拿起一旁的扫帚将树叶扫干净。

2018 年，李昌盛无意中在网络上看到有关 Barbershop 的文章，他突然迷上了其背后的小众文化，“我好像一直是一个追求小众的人。2019 年上海的 Barbershop 远没有现在这么多，当我想做这样一家店时，很多人担心小众会没有流量和生意，可我总觉得把小众做到极致，肯定

右图：“90 后”李昌盛把 5 家 Barbershop 都开在“巨富长”一带。
摄影/王哲



会得到一批忠实的客户”。

在自己经营 Barbershop 之前，李昌盛在浦东金桥的一家美发沙龙已经积累了一批熟客。他发现这些熟客当中，大约 70% 都是男性。而当他开出第一家店后，有许多原来的客人，会专门从浦东赶来支持他的生意。

2019 年至今，是 Barbershop 在上海乃至国内快速发展的 5 年。用李昌盛的话说，“摸爬滚打”5 年，要让自己在这个赛道“越来越卷”。

在李昌盛的店里，客人能在各种细节感受到他对于 Barbershop 的理解。进门之后的吧台，摆放着各种饮品和酒类。可乐一定是最受好评的“玻璃瓶装”；想喝咖啡，有意式和手冲可以选；至于酒类，威士忌或啤酒都管够。来到店中央，红白相间的皮质座椅，深褐色的木质展示柜，营造出 Barbershop 特有的复古风。

店里的熟客，每次理发需要 45 分钟；如果是第一次来 Barbershop 理发，通常要更久，往往在一小时左右。人们的传统想象中，两边筒短，