

### 沪上实体书店几乎“标配”咖啡,开发个性化阅读场景,赋能城市文化空间

# 书店咖啡“组CP”,双向导流为上海品质生活倍增文艺香气

■本报记者 许畅

走进朵云书院·戏剧店,点一套高人气“梁山伯与祝英台”咖啡蛋糕组合;开到上海的日本茑屋书店,樱花粉拿铁、黑煎茶拿铁等日风人气特饮都是网红;华东师范大学门口的大夏书店里,华东师大出版社引进的社科图书有了联名款手冲挂耳咖啡……一本好书,一杯咖啡,在细嚼慢品的阅读时光中,上海的书香与咖啡香气彼此萦绕,这对“最佳CP”为人文之城的文化版图注入了更多活力。

“书店咖啡文化正成为彰显上海特色的一种新型业态,在咖啡爱好者与阅读爱好者群体的双向导流中,文化内涵充分赋能城市公共空间,全面阅读蔚然成风,对于良好文化生态的营造、社会文明程度的提升都将起到助推作用。”上海社会科学院研究员郑崇选认为,从有没有、好不好到优不优,书店咖啡文化空间的四处开花,见证了上海高品质城市生活的升级,也映射出人间烟火中的日常幸福感获得感。

## 彼此导流:阅读人口与咖啡人口为何“天然契合”

曾经一段时间,“在咖啡店看书,还是在书店喝咖啡”这个问题,似乎暗示了两种实体空间的各有所长与不可兼得。但时至今日,越来越多书店拥有了自己的咖啡吧台,出品品质也在逐渐提高。“好书和好咖啡,不再是二者择其一的两难取舍,而是能够在书店空间里得到双重满足。”光的空间总监陈吃的这番话,道出了不少沪上书店业人士的心声。

随着图书销售渠道丰富,无论线上还是线下,都可满足买书人的需求,但在朵云书院首席运营官冯浩看来,实体书店除了书以外还有“店”,这意味着空间、社交的溢出效应,加上咖啡业务的补充,书店消费者从读者到“客人”的群体在变大。

奥地利诗人彼得·艾腾伯格有句名言,“我不在家里,就在咖啡馆,我不在咖啡馆,就在去咖啡馆的路上”,道出图书与咖啡的互相衬托。为何书香和咖啡格外“搭”?沪上“十二间”创始人朱晓晔认为,咖啡香与书香有天然结合点,消费人群的气质比较接近,如果能通过阅读更好地了解咖啡文化,“咖啡人口”也会进一步扩大。



位于北外滩的建投书局传记咖啡馆,发起“邂逅咖啡沙龙”。(书店方供图)

更多书店发现了小小一杯咖啡正成为阅读的“流量”入口。一个显著变化是,不少咖啡座的位置从靠里靠后的区域,逐渐走向书店入口,吸引读者往里探索。大隐书局创始人刘军以奉贤九棵树艺术中心里的九棵树艺术书店为例,去年12月开业以来这家店成为大隐13家门店中单店坪效最高的,引入的品牌咖啡店贡献了营业额的70%。

在上海社会科学院研究员花建看来,这正是书店与咖啡复合业态在“文化场景塑造”中所迸发的巨大能量,形成了成千上万个供市民休憩、交流、娱乐、阅读的场景。

## 双重赋能:书香+咖啡 香萦绕城市空间温暖人心

前不久沪上发布的《2020国际文化大都市评价报告》显示,在全球50个国际文化大都市中,上海坐拥的茶馆、咖啡馆总数排名全球第一。而沪上实体书店也以多元业态、个性纷呈走在全国前列。上海交通大学中国城市治理研究院副院长徐剑在接受采访时谈到,咖啡人口、阅读人口具有天然的融合优势,从个体行为到社群行为,社会化阅读蔚然成风。他认为,实体书店的“咖啡馆化”是大势所趋,一杯咖啡让读者的“停留时间变长”“社交意愿变强”,成为促进人与人情感互动的催化剂。

有学者指出,一座城市的经济指数、咖啡指数、阅读指数,往往呈现一种正向的关系。无论是书店还是咖啡店,为城市提供的是充满活力和知识氛围的家与工作场所之外的“第三空间”。小而美的城市复合文化空间,市场潜力可期,有部分咖啡店还申请了出版物经营许可证,上架图书传播咖啡品牌文化。共享品饮读书的欢乐,抑或一人偷得浮生半日闲的逸致,都能在书店里实现。比如,大夏书店的咖啡在大众点评上普陀区同类中排第一,抑或位于泗泾古镇的新华书店南村映雪书店,构筑起集书籍文艺、文化交流、旅游打卡、咖啡休闲为一体的小型文化综合体,它们都以立体化多元呈现方式,为文艺爱好者与品质生活追求者提供交流的公共空间。

### 相关链接

## 走,去书店喝一杯!

### ■茑屋书店

来自日本的现象级书店——茑屋书店前不久开进上海生·新所,已成网红打卡地标。步入书店入口,抬头就能看到精心布置的复古咖啡吧台,周围遍布咖啡文化书籍及器具,让读者全方位沉浸式领略咖啡文化,彰显了茑屋书店主打的生活美学理念。

### ■大夏书店

吧台设备选用高人气品牌La Marzocco,磨豆机是黑鹰高配款,书店与专业咖啡豆供应商合作专门调配了意式拼配咖啡豆。书店根据不同时节做应季饮品,如冬季特饮大妃暖暖,口感醇厚的糖浆与大夏浓缩碰撞,搭配绵密奶油顶,用节日糖果做装饰收尾。

### ■思南书局·朵云书院

作为世纪朵云旗下品牌书店,都自带餐品牌C Cafe。在朵云书院·戏剧店,罗密欧会遇上梁山伯,并双双成为菜单上最热门的咖啡单品。“梁山伯”杯口采用椰蓉与巧克力搭配串钱藤,红糖搅拌在牛奶与咖啡中,以柔顺口感带读者领略梁祝之绵长余韵。

### ■光的空间

光的空间咖啡吧选用知名品牌咖啡豆,从“书X咖啡”夏日限定套餐到冬日限定肉桂巧克力、大妃拿铁等,无不包含咖啡师的匠心。书店还将图书与咖啡内涵进行勾连,依据不同图书内容搭配饮品;与明珠美术馆联动,在展的定制纸杯,让买咖啡的读者,能够将展品“握”在手里感受艺术之美。

制图:冯晓瑜

### 《戏剧新生活》开播便以豆瓣9.3分成为2021开年综艺黑马

# “综艺红利”能否帮助戏剧正向破“圈”

■本报记者 董薇菁

“赚钱,还是不赚钱,这是一个问题。我赚到了钱,但靠的却不是舞台上我爱的那一亩三分地。他们没有赚到钱,但他们始终屹立在笔直的追光灯下。虽然阴影中,也有着柴米油盐带来的烦恼。这两者究竟哪一种才是真正的遗憾……”

演员黄磊以一段哈姆雷特式的独白,拉开了爱奇艺最新综艺《戏剧新生活》的序幕,也将戏剧行业最本质、最直接的问题抛给观众。首期节目亮相的七位嘉宾,集合了导演、编剧、演员、舞美等主要舞台工种,他们一起生活一起工作,在48小时之内,从“0到1”创作完成一部儿童剧作品。

播出后不到三天,《戏剧新生活》豆瓣评分一路飙升至9.3分,成为2021年开年的“综艺黑马”。它的口碑相传让市场看到,在流量、唱跳、颜值、人设以及各种刻意的话题炒作之外,国产真人秀综艺还有更具价值的发展空间。在大众眼中“高冷”的戏剧,也被综艺感弥合了距离。这是一次“小众”戏剧与“大众”综艺相互破圈的机遇。第三方视角的观众得以看到戏剧舞台之外的故事,于琐碎中描摹出它的高光,在痛苦中见证它的甜蜜。正如剧评人周黎明认为,戏剧的“酷”是有门槛的,而且需要用心来体会,综艺也许能提供一种戏剧入门的趣味指南。

## 不回避梦想与现实的主要矛盾,也不刻意卖惨制造话题

刘晓晔、修睿、吴彼、赵晓苏、刘晓邑、丁一滕、刘添祺——首期节目,七位戏剧人是流量榜单上的无名之人,但在戏剧界的履历闪闪发光。

最年长的刘晓晔42岁,他和孟京辉导演合作了20年,出演话剧逾600场,是以戏为生的“舞台老炮儿”。最年轻的丁一滕和刘添祺今年29岁,前者曾受尤金尼奥·巴尔巴的力邀去欧丁剧团学习,后者是“乌镇青赛单元冠军”。除了修睿身在相声界,吴彼、赵晓苏、刘晓邑都有着丰富的话剧表演经验和多部优秀作品傍身。



生活化镜头下的戏剧人机智、可爱又率真,对生活能随遇而安,但对艺术执着而又较真,面对创作永不满足。(爱奇艺供图)

“戏剧能否赚钱”寻找答案。“挣多挣少不一定,反正我这么多年,是靠一场一场演出活下来的。”40多岁的刘晓晔兜兜里常年只有两万元存款。

和影视同行们的收入相比,戏剧人不是哭穷,而是真穷。谈起生存,赵晓苏说,自己没钱了就只能去拍影视剧。最艰难的时刻,舞台剧《战马》的中方木偶导演刘晓邑摆摊卖起了烤串,“没觉得有钱过,但是也没觉得苦过,反正坚持到后来我就挣着钱了”。就是这样一群青年在“有钱了”又“没钱了”之间挣扎徘徊的戏剧人,就算没有条件,也要创造条件搞创作,坚持自己的热爱。

七个戏剧人在这档真人秀里完成了“真”而没有“秀”,两天的时间里拿出了一部“零预算”却极其走心的作品。“一只不愿意下蛋的鸡,它想看海。这真的很美,很浪漫,很诗意。”名导赖声川动情点评《养鸡场的故事》,“这是小孩子看得懂,大人也会向往的一个故事。”镜头扫过观众席,有泪水从眼角汨汨滑落的黄磊,有目不转睛的小观众,有散场后感慨万千的家长……笑点密集却催人泪下,这个故事的寓言是浅显易懂的:愿所有的“小兰”都能找到大海,愿

所有的梦想都能喂饱现实。在镜头前,刘晓晔说起自己一直想做一个戏,这是一个日本的故事,里面的主角是一匹从未赢过比赛却坚持不退赛的赛马“春丽”。一时间,弹幕上刷过无数的感动与敬佩。“这种文化就应该走进大众视野”“看到一群大老哥们在台上跟孩子似的蹦蹦跳跳,那是为了理想而喷薄的生命啊,太动人了”……观众从疑惑、好奇,到感动,开始愿意了解他们所献身的事业。综艺用三小时创设了这场美好的“相遇”。

## “有趣的灵魂”加上专业的展示,碰撞出高质量的综艺故事

两天时间里,这群人在没有一分钱道具服装费的情况下,做出了一部20分钟的高质量儿童剧。“并不意外,他们有这个实力。”周黎明说,“第一集从一个特别的角度反映了年轻戏剧人的状态,现在国内诞生了不少能编能导能演的全才,出过很棒的作品。《养鸡场的故事》的创作经历,对于遍布全国的校园剧社和白领剧社也是有启示意义的。”

观众可以看到,他们是怎样就地取材,把橡胶手套、芦苇穗子、纸板变成鸡冠、鸡尾和哥伦布的帽子。他们是怎样惟妙惟肖地表演母鸡下蛋的不同状态,他们是怎样用戏剧的手法,在舞台上展现一个渺小生灵的伟大旅程。

正如制作人谭娜所言,打造这档综艺最根本的初心,是借由这样一个喜闻乐见的综艺形式,让更多人看到这些戏剧工作者的才华与闪光点。第一期节目中,有长达一个多小时的内容,全靠七个人自行闲聊产生,那些风趣幽默的对话里,藏着观众会想要去发掘的“戏剧彩蛋”。

“经营制”的新生活,需要戏剧人自己排戏挣钱交房租。因而有网友调侃,《戏剧新生活》好像是“贫穷版的《向往的生活》”与“艺术版的《极限挑战》”。第一次试演后,他们坐在台上情绪低迷,虽然表演流畅,但在他们眼中这只是一个个勉强及格的作品。丁一滕和刘添祺连夜重写剧本,而刘晓邑也忙着重新添置新的道具……此时距离正式公演已经不到12个小时。生活化的镜头下,他们机智、可爱又率真,对生活能随遇而安,但对艺术执着而又较真,面对创作永不满足。

站在那一方舞台之上,面对聚光灯下观众的期待,就会理解纯粹的意义。这台综艺试图展示一个戏剧作品从“毛坯”变成“成品”,再由“成品”变成“工艺品”的复杂工序,它试图说明一个问题——一张几百元的演出票,为何值这些价钱,为什么值得你走进剧场去看。

刘晓晔、修睿、吴彼、赵晓苏……他们的名字因为一场“破圈”正在被越来越多的人知晓。《戏剧新生活》能带火戏剧,是所有业内人士都喜闻乐见的——希望它最终能成一场既有趣味又不失营养的艺术传播,让越来越多的人从“综艺观众”成为“剧场观众”,为行业生态带来积极的改变与进步,让戏剧真正成为国民的精神食粮之一。

令人欣喜的是,圈住收视率不再是“戏剧之外”的话题,“戏剧是1,其他才是后面的0”让这档综艺有了更专业的底色和更高的价值追求。作为戏剧人的他们,是这档综艺最大的宝藏,无论是上台前紧张到呕吐的90后新锐,还是已经沿着这条道路跑向中年的“戏痴”,他们对艺术理想那颗滚烫的赤子之心,值得观众在弹幕里飞过的无数高举的双手——“鼓掌,下一次我们剧场见”。

## 抓紧抓实抓细防控 最快速度阻断传播

(上接第一版)以最快速度阻断传播,把扩散风险降到最低。会议指出,当前疫情防控正处于关键时期,要进一步发挥好应急指挥体系作用,坚持守土有责,层层压实责任,更加精准精细做好工作。人员检测筛查要应检尽检,人、物、环境要同检,流调溯源追踪要缜密精准,所涉场所封闭管理要周密科学。要认真查找漏洞,全面排查风险,及时研究制定更有针对性的防范措施。要加强对基层疫情防控工作的指导,深入了解一线情况,及时发现、及时协调解决。

会议指出,要按照国务院联防联控机制部署,因时因势因情施策,科学精准精细防控。始终紧盯入城、落脚点、流动中、就业岗、学校门、监测哨等关键节点,把各项防控措施严格落实到位。全市各社区要压紧压实来沪返沪人员健康管理,行业防控指南要全面落实到每个系统、每个行业、每个单位,持续抓好重点场所疫情防控。春节将近,要尽可能减少人员流动和聚集,完善相关疫情防控举措。进一步加强宣传引导,及时发布权威信息,增强市民防护意识。

市领导陈寅、吴清、周慧琳、诸葛宇杰、舒庆、彭沉雷、陈群、宗明、汤志平、陈通出席会议。

## 充分发挥牵头协调 军地事务桥梁纽带作用

(上接第一版)他指出,过去一年,警备区坚决贯彻党中央、中央军委和习近平主席决策部署,全面推进政治建设、改革强军、科技强军、人才强军、依法治军,党建成效更突出,国防动员更高效,基层建设更扎实,服务保障更有力,在疫情防控、双拥共建、全面停战、进博会安保等方面发挥了重要作用。

李强指出,做好上海警备区下一步工作,要大力加强思想政治建设,坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑,提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力,打牢听党指挥的思想根基。创新教育理念、内容和方式,用好上海丰富红色文化资源,切实增强思想政治教育实效。坚决落实根本原则制度,不断加强党管武装工作。

李强指出,要加紧推进国防动员准备,增强履行使命任务能力。深化国防动员体制改革,努力构建与经济社会发展相适应、与打赢现代战争相匹配的新时代国防动员体系。要着力提升建设发展水平,对标国防动员领域“十四五”规划,对接上海经济社会发展布局,以高起点规划引领高质量发展。坚持把工作重心放在基层,推动基层建设全面进步、全面过硬。牢固树立大安全观,严密防范重大安全风险,毫不放松抓好常态化疫情防控。

李强强调,警备区要充分发挥牵头协调军地事务的桥梁纽带作用,当好遂行急难险重任务的“突击队”、巩固军民团结的“带头人”。把服务保障、服务驻地、服务人民的工作不断引向深入。全市各级党委政府要一如既往地做好对接服务,切实帮助解决驻沪部队改革急需、官兵急盼的问题。市委常委、上海警备区党委书记、政委凌希代表警备区党委作工作报告,警备区党委副书记、司令员刘杰在会上讲话。市领导诸葛宇杰、彭沉雷,警备区党委常委徐国安、周夕根、赵虎、陈立新出席。