

范儿

时光滤镜里的“甜蜜滋味”

城市和人一样，都是向前走的。当街头的高楼越来越多，地铁线路越来越长，也总有一些东西在悄悄消失。

还记得乐口福、麦乳精吗？上世纪七八十年代，许多人家的茶几上都要放一罐，客人来了，满满冲上一杯，可是件有面子的事儿。而此后它的消失，也曾让许多人惋惜，怀念至今。

在咖啡、奶茶等饮品选项多得让人眼花缭乱的当下，这杯承载着几代人记忆的香甜饮品，能否带你重回昔日的美好时光？

■本报记者 何易
见习记者 王嘉旖

记忆里的“麦乳精”

麦乳精哪能最好吃？干吃！趁着大人不注意，悄悄撬开铁皮盖子，用调羹舀上满满一勺就往嘴里送，麦乳精的颗粒在口腔中迸发出甜蜜的滋味，咀嚼的“咔嚓咔嚓”声让人倍觉过瘾……这是许多“70后”童年里十分难忘的场景——干吃麦乳精。

或许在如今“90后”“00后”看来，麦乳精已经是“古董”一样的存在，但在上世纪七八十年代，能够拥有一罐，可是件了不得的事情。那时候，麦乳精一直被人当作逢年过节的赠礼佳品。

南方湿冷的天气常会让麦乳精受潮，这让孩子们欣喜若狂——拿着刀子慢慢敲碎结了块的麦乳精，仿佛做游戏般有趣，还能冲上一杯平时浓得多的麦乳精，轻抿一口，甜香的滋味顿时萦绕在口中，久久不曾散去。

可可粉界定乐口福麦乳精

据资料记载，最早的乐口福麦乳精诞生于1937年，由九福公司生产，商标图案的样式是九只蝙蝠围绕着一个“福”字，取意吉祥如意，当年卖得很好。

在以后的岁月中，福牌乐口福麦乳精几番起落，一直到1961年被上海咖啡厂接管，才又开启了一段“黄金时代”。上海咖啡厂在原来的基础上，参照国际同类产品以及中国消费者的口味，反复试制一百多次，最终于1961年下半年试制成功新品，也就是后来为许多人熟悉的口味。

诞生之初，乐口福麦乳精仍是统称，直至上世纪六七十年代，可可豆进口一度减少，上海咖啡厂便改良了配方，研究出了不含可可粉的麦乳精，以应对变化的可可豆进口形势。没想到，去掉了可可粉，进行了营养强化的“上海牌强化麦乳精”也非常受欢迎。于是，上海咖啡厂又在此基础上试制生产了“椰蓉麦乳精”“人参麦乳精”等产品。自此，乐口福和麦乳精“分

家”，加了可可粉的是乐口福，不加可可粉的是麦乳精。到1990年，麦乳精和乐口福的产量超过5000吨，居行业之首。

“甜蜜”的事业

“一进厂门，到处都充满着甜味的奶香，这就是一份甜蜜的事业。”说起乐口福、麦乳精，上海咖啡厂市场部经理杨东伟如数家珍。

上世纪70年代末，17岁的杨东伟进入上海咖啡厂工作。当年拿到工派单时的兴奋劲儿，他至今难忘。杨东伟回忆，用于乐口福、麦乳精生产的主要原料是进口黄油，

记者手记

那份“调一调”的记忆

对于饮料的独特偏爱，大概总与生长的年代、城市有着分不开的联系。

在做这一期《范儿》选题时，脑海中不由自主蹦出一个词“调一调”，那份对麦乳精、乐口福独有的甜蜜回忆瞬间充斥整个身心。

“麦乳精、乐口福是什么？从来没有喝过。”同事中的“90后”小伙伴们听闻分外惊讶。在一旁默默地听着我们沉浸在美好回忆之中，不停互相填补着儿时记忆里，她们恍然大悟：“不就是奶味和可可味的麦芽奶饮料吗？鲜牛乳与刚煮好还带着丝热气的红茶混合，那种碰撞交融的感觉才是我们想要的。”

哦，对啊，乐口福、麦乳精已经有些年头了。年轻人感觉陌生毫不奇怪，而对我们这一代而言，记忆中的味道或许也难以复制。记挂在我们心间的，不仅是那甜蜜的味道，还有在那一杯杯充满奶香的饮品背后，一个个萦绕在心间的故事。那些记忆，或温馨，或甜蜜，或笑中带泪，无论哪一种，都铭刻在心。原来，让人留恋的，不仅是味道，还有故事，还有人。

看着身边“90”后的青春笑脸，我也跟着笑了。因为，新的美食、新的饮品会不断有，一个个暖意故事也会有。

本报记者 何易

炼乳和白砂糖，原料都是统一调配的，产量有限，有段时间购买要靠医生开处方。

小年轻的工作干劲永远是最佳的，刚进厂的杨东伟常常主动帮生产一线的老师傅搬搬抬抬，“当时厂里的老师傅调配原料，全靠眼睛和嘴，从来不用仪器。”生产车间里，一罐罐进口炼乳和黄油混和着白糖在高温蒸汽锅里熬成薄薄的浆状液体，然后靠人力一勺一勺浇到长方形的扁铁盘里，再放进约两米高的格子烤架

车里，最后推进烤箱烘烤。由于烤架车太高，放最上面两层烤盘时必须找准角度、踮起脚，这可是个技术活，一不留神，就会被混合奶浆原料浇透全身，这几乎是每个学徒工都会碰到的事情，杨东伟就这样被“浇”着出了“师”。

经过烘烤以后，薄薄的奶浆会膨胀成十多公分厚的蜂窝状固体，大家把它们一块块搬到粉碎池，用人力敲成小块，然后进行真空粉碎包装。带着炉子的热气，刚刚烤好的固体麦乳

精就像面包一样香软，由于当时采用的是真空干燥工艺，因此极易受潮，且结块后“拗也拗不断”，恨不得要用榔头才能敲碎。于是，与结块麦乳精“抗争”成为许多人记忆中的一个幸福片段。

如何重拾儿时记忆？

兴盛时期，乐口福、麦乳精的销售额一年可以做到上亿元。但后来，

随着外来产品的大量涌入，单位的合资转产，乐口福、麦乳精悄悄远离了人们的视线。

2002年，福牌乐口福、麦乳精再次回归上海咖啡厂。经过市场调查，他们发现乐口福、麦乳精仍有一定市场，特别是受中老年消费群体的青睐。这次的调查让大家精神一振。根据市场反应的情况，研发部门对乐口福的传统配方进行改进，除了传统配方之外，还多了高钙低脂型乐口福，以满足现代人对不同口味及营养的要求。

“现在物质条件丰富了，选择多了，麦乳精再也不是紧俏货了。”杨东伟明白，要重现昔日的好时光，乐口福、麦乳精还有很长的路要走。

没有时兴的奶盖，也不加博眼球的棉花糖，麦乳精和乐口福仍是以熟悉的模样出现在人们面前——

十载坚守，只为“接力”

从网红奶茶到韩国雪冰，饮料市场一派红火。然而与此同时，一些老牌饮料却生存不易。“小辰光”的麦乳精、乐口福真的就此消失？其实也不尽然。位于松江区泰晤士小镇的“上咖”咖啡馆，麦乳精和乐口福就是店中“特饮”，不少人为此专程赶来。

里阁楼上。然而，随着老物件的不断增多，阁楼上再也没有多余的空间，开家小店陈列这些“老古董”的想法就此产生。

如今，方红的咖啡馆里已经集齐了两个版本的麦乳精和乐口福

罐子，有的是从旧货市场上买来的，还有一些是相识好友送的。如今，这些“老古董”们已成为“镇店之宝”。

机缘巧合成就的“特饮”

麦乳精和乐口福是这家店的“秘密武器”。这还需回顾那个机缘巧合下的小店更名故事。2013年，方红巧遇来店里推销产品的上海咖啡厂市场部经理杨东伟，双方一拍即合，第一家“上咖”咖啡馆就此诞生。而上海咖啡厂旗下曾经红极一时的王牌产品——麦乳精和乐口福，也就此成为店中的“特饮”。

“调一调”，童年的时光跃然眼前。没有时兴的奶盖，也不加博眼球的棉花糖，麦乳精和乐口福仍是以熟悉的模样出现在人们面前。一些上海老阿姨喜欢邀上小妹妹，到店中点上几杯乐口福、麦乳精，回味一番“小辰光”的味道。专为麦乳精、乐口福而来的熟客们也为小店带来了不少人气。

坚持保留麦乳精、乐口福的“选择题”

为了让更多人能随时喝到“老底子”的味道，方红和爱人还尝试仿照速溶咖啡，将麦乳精和乐口福做成便携式的条状包装。然而，受限于宣传力度和个人口味接受度等因素影响，市场认可度还不高。

方红也曾考虑过“众筹恢复生产线”的方案。通过众筹，吸引更多喜爱麦乳精、乐口福的人加入到保护老上海传统饮料的队伍中。然而，她坦言，在目前的市场条件下，“众筹”碰壁的可能性很高。“我们现在能做的也就是些力所能及的事情，留住那段特殊年代的记忆。”方红说，自己做的就是做一个“接力棒”的工作，跑好属于自己的这段路，希望有一天能把这一棒再交到下一个人手上。

本版摄影：本报记者叶辰亮

麦乳精在连锁品牌店黯然离场

■本报记者 何易
见习记者 王嘉旖

兴冲冲地跑到一家沪上知名的连锁本帮菜馆，想要重温七八十年代关于麦乳精的记忆，却被告知产品最近已经下线。

据介绍，麦乳精饮品自去年12月在该店上线，不到一年时间，就黯然离场。原因为何？据南京西路分店的店员介绍，麦乳精产品下线的一个重要原因就是销量不好。相关负责人向记者介绍，口味不符合时代特点，或许是麦乳精遭遇“冷场”的主因。由于该店的主力消费群体为“85后”，他们本身对于麦乳精、乐口福的品牌熟悉度不高。没有了情感记忆的联结，需要靠产品“征服”顾客的味蕾。

“无糖”“低糖”“半糖”，时下的网红奶茶店可以随顾客的喜好灵活调整甜度，然而相比之下，麦乳精甜度更高。这在物质匮乏的年代或许是别样的甜蜜，但面对如今的小年轻群体，却只有“碰壁”。

而在“70后”“80后”这批熟悉品牌的群体中，麦乳精也没打赢“感情牌”。翻阅该店的点评记录，记者发现，麦乳精本身的口味变化以及创新的不被认可，或许能解释为何来找“老味道”的顾客也不“买账”。有一位顾客在点评中写到：麦乳精一般，不算特别浓，和记忆中小时候的味道有差距。找不回原来的味道，本想怀旧的消费者们难免失望。

而店中推出“雪顶麦乳精”的创意也没有达到预期效果。各类奶盖类饮品产品在网红店颇受好评，而“移植”到麦乳精上，效果却不尽如人意。有网友认为，麦乳精就应该是麦乳精的样子，不需要奶油，也不用添加棉花糖，喝的就是它原原本本的味道。



■本报记者 何易
见习记者 王嘉旖

空铁罐成“宝贝”

眼前这位一年四季都是一身旗袍、“派头”十足的女子就是“上咖”咖啡馆的老板娘——方红。她的脸上总洋溢着盈盈笑意，感染着往来店中的客人。她开咖啡馆的初衷和别人不同，为的是“找个地方陈列收集来的乐口福、麦乳精空罐头”。

刚收来的时候，许多铁罐并没有被清理干净，罐身周边满是岁月留下的痕迹，残留的些许渣子还泛着绿色。方红手把手将这些“脏得都不想碰”的铁罐刷干净，又轻轻擦拭掉牌上的灰尘。初时，方红将搜集而来的老物件统一放置在家