

写着“上海牌”的红色圆铁罐里,装着研磨好的焙炒咖啡,这成为几代人有关咖啡的最初记忆。小时候大家都喜欢喝乐口福、麦乳精,其实乐口福、麦乳精,包括菊花晶,都是上海咖啡厂出品的,而他们真正的拳头产品,是“上海牌”咖啡。上世纪 60 年代到 80 年代的上海滩,这款咖啡产品出现在全国的咖啡馆或者宾馆中,几乎市面上在售的咖啡都出自这家上海咖啡厂。在 1980 年代雀巢进入国内市场之前,但凡家里能有一罐“上海牌”咖啡,那绝对是生活品质的代表,一种洋气的腔调。

从一个多世纪前在药店里卖咖啡,到如今闹市街头隔 30 米就有一家单品手冲咖啡馆

转角遇到咖啡馆：

探寻根植上海城市基因中的咖啡文化产业

◆ “咳嗽药水”第一次来上海

上海与咖啡的情缘,据资料显示,最早可以追溯到英国药剂师 J.Lewellyn 在 1853 年所开的老德记药店(当年花园弄 1 号,即现今外滩边的南京东路上),这家药店还经营着西式糕点饮品。最开始所售的咖啡被戏称“咳嗽药水”,源于它口感酸苦颜色又呈棕色液体状。1909 年,进步知识分子朱文炳在《海上竹枝词》中有段经典的描写咖啡的诗句:“考非何物共呼名,市上相传豆制成。色类沙糖甜带苦,西人每食代茶烹。”同一年,由上海基督教会的一位美国传教士高丕第夫人出版了中国最早的一本西餐烹饪书《造洋饭书》提到了咖啡的做法:“猛火烘碓肥,勤铲动,勿令其焦黑。烘好,乘热加奶油一点,装于有盖之瓶内盖好,要用时,现轧。”

到了 20 世纪 30 年代,在上海开出的国内最早一批咖啡馆里,已经不仅仅吸引着大批外国人来此享用咖啡,更是迅速成了城中时髦之物,人们纷纷来西式设计的咖啡馆里喝喝“咳嗽药水”或是奶咖,劈劈情操闲聊几句。那时候小资做派的上海人已相当重视“吃的是环境”“要的是情调”的生活品位。

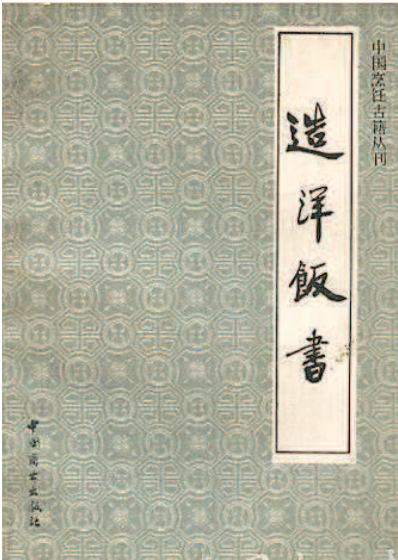
有资料统计,截至 1946 年,整个上

海市已有咖啡馆 186 家,加上西餐馆,喝咖啡的场所达到 297 家。

奥地利作家茨威格描述过一段经典的咖啡情结:“如果我不在家,那么我就在咖啡馆。如果我不在咖啡馆,那么我就在去咖啡馆的路上。”咖啡馆似乎成了文艺青年的暖房,巴尔扎克、贝多芬、雨果、毕加索、海明威在咖啡馆里完成了一部又一部流传至今的佳作。

是咖啡的魅力,还是咖啡馆的功劳?鲁迅倒成了一个有趣的例子。鲁迅爱去当年位于上海四川北路 998 号的公啡咖啡馆,每次去却一点也不喝咖啡而是带上自己的茶去馆子里冲泡,这就像如今“颜值控”,他喝的是茶,“吃”的却是这份颇具情调的咖啡馆氛围。

“吃”咖啡的环境,那当然离不开西餐馆和酒店了。笔者的童年记忆里,就有去红房子吃西餐,饭后服务员端上了两杯衬着花纹杯碟的清咖,再加点奶油,味道才真叫好极了。那手指卡在杯把上呷一口的姿态,映着西餐厅的背景环境,真有点张爱玲笔下上海女人的韵味,也许比起口味来,更大程度就是为了那份仪式感。



▲中国最早的一本西餐烹饪书《造洋饭书》中记录了咖啡的做法:“猛火烘碓肥,勤铲动,勿令其焦黑。烘好,乘热加奶油一点,装于有盖之瓶内盖好,要用时,现轧。”(图片由作者提供)

高婕



题图:鲁马滋咖啡店面小巧古朴,店里没有咖啡机,只有满墙咖啡豆和手冲工具。 本报记者 袁婧 摄

▲上海当下最火的咖啡店之一BasdBan,取名上谐音成都方言“BasdBan”(巴适得板)。(图片由作者提供)

◆ 从咖啡机到颜值都是竞争客流的重点

如今的上海,最专业的咖啡机品牌 La Marzocco,和最专业的磨豆机 EK43,几乎都为开独立精品咖啡馆的标配。据不完全统计,在 2020 年初已经有 8000 多家咖啡店,如今依旧保持着每两天开一家的速度。既然咖啡文化离不开咖啡馆,咖啡馆的颜值成了商家竞争客流的重点所在。大街小巷翻着花样的各种主题咖啡馆开始扎堆在具有人气的街道上营业,其中永康路成了其中一个绕不过的代表性街道。

永康路位于上海徐汇区建国路太原路嘉善路区域,不长的街道上林林总总开了不下 10 家咖啡馆。笔者印象最深的是 Café del Volcan 火山咖啡馆,这家店很有名,之所以有名,是因为他们一款来自危地马拉的咖啡豆产于南美洲火山裙摆高坡,由拥有 120 多年历史的 Faldas del Volcan 家族庄园的肥沃高原火山土壤孕育,咖啡豆带着特有的烟熏味。10 多平方米的空间里早已被咖啡豆香气弥漫,原木的座椅,不花哨的菜单。每天烘焙的豆子除了来自危地马拉,还有来自印尼、埃塞俄比亚和我国云南等地域。不赶时间的时候,会听着咖啡师 Siqui 叨叨“你喝喝看我们今天新到的豆子,口感很不错”,“这款风味更为果香,你感受下”,然后手冲一杯单品,再配上店内销售的饼干。咖啡的略酸苦醇厚,配上饼干的甜

腻,味蕾被平衡得相当好。

笔者第一次知道并且第一次喝的 flat white(澳白)也是在这家咖啡店。记得很清楚,前面接连两位客人都点着这款咖啡,引起了笔者的注意。轮到笔者时,“我要一杯 flat white,对了,这是什么咖啡?”Siqui 很学术地解释道:“flat white 是澳式咖啡,它和拿铁在牛奶咖啡的配比上不同,奶泡轻薄,浓缩咖啡含量更高些……”笔者也因此知道这类意式花式咖啡背后的意式拼配豆,和大多数咖啡馆都会用的品质保障的 La Marzocco 意式咖啡机,“只要有这台机器在,基本口感不会太差”。

店小但常常排队的 Volcan 也成功吸引了一些有咖啡馆情结的咖啡爱好者。慢慢的,以公路车零配件为装修设计灵感 Griffin,以美式旧家具为设计风格的 Beautiful Concept 咖啡店陆续分散了人流。因为店铺面积都不大,只要去任何一家店超过五次以上,就很容易和咖啡师或者店老板聊上几句,一来二往就似乎是串门一样的熟悉感。

这几家正儿八经做着咖啡的咖啡馆也让边上的面包店升级了他们的咖啡部分饮品,法式的设计理念让洋派生活的人们包括老外们常常来吃个 30 元早餐套餐(一个可颂面包加一杯美式)。这种模式,也成了上海很重要的咖啡馆的一种类型:西点咖啡馆。

◆ 做日常必备咖啡馆 VS 网红效应的咖啡馆



▲局门路上金黄的银杏树将街道装点得美轮美奂。街角蓝色门面的咖啡店和银杏的金黄相映成辉。

本报记者 袁婧 摄

“上海的咖啡店与其他城市的最大区别是,城市本身的人群已经对咖啡产品有了日常的需求,而并不是作为唯一的社交空间而存在。现在咖啡馆多也是对整座城市和咖啡市场有着比较好的推动作用,毕竟能让更多人有更多机会接触到咖啡文化,增强了整座城市咖啡氛围。”罗阳说道。

罗阳,是上海当下最火的咖啡店之一 BasdBan 的主理人,圈内人听到他名字都带着敬佩之心,不仅仅他咖啡从业史 15 年有余,更重要的是,作为多项咖啡赛事的评委、咖啡师的培训师,算是业内大咖级人物。

“上海独立咖啡馆是差不多在 10 年前就陆陆续续开出来了,通常我们并不是以有 café 这个字作店名就作为独立咖啡馆的定义标准,因为有些西点或主食为主的店也会写 café。我们圈内人会吧用新鲜烘焙出的咖啡豆来制作咖啡并且以咖啡作为唯一饮品品类来定义独立咖啡馆。”挑剔细节的罗阳开出了颜值扛打、话题不断、口感好评的 BasdBan 咖啡馆,一方面是他第一家自己创立的咖啡馆,作为来上海十年的一份成绩单,取名上他用了家乡成都的一句含义极度舒适的川话“BasdBan”(巴适得板);另一方面在如今咖啡馆文化

火爆,但网红店一味追求颜值,行业标准参差不齐的情况下,他更坚定要做出一家空间好、产品也好的双达标的高品质精品独立咖啡店。

85 后的罗阳,喜欢遛狗滑雪和足球运动,平日里并不是一位个性张扬的人,误打误撞进入了咖啡行业工作的他,2009 年离开家乡成都来上海发展,原因很简单:上海是一座海派城市,咖啡文化根植在这座城市的基因中,有着全国领先的咖啡业态和发展环境。刚来上海时期,罗阳喜欢去静安别墅的格子咖啡,文青扎堆开各种主题店铺的静安别墅就像一个避世的创作园区,有趣的年轻人在这里海阔天空在这里碰撞思维火花。那时的咖啡馆,就是一种人情味很浓的地方,小小的,喝喝咖啡聊聊天,就像到邻居家串门一样,让人放松。在上海从事咖啡行业 10 多年了,罗阳发现国人还是更喜欢喝加奶的咖啡,所以他的 BasdBan 提供两款咖啡:美式和拿铁,如果遇到客人有特殊要求,咖啡师也会尽力满足。同时,这 10 年来,技术个性冲泡工艺的升级,也让出品的咖啡稳定性、咖啡豆的品质、咖啡制作速度都有了大大的提升。对于自己店的火热人气,罗阳强调说:“火,代表品牌在空间、设计、产品、营销方式上获得了肯

定,但产品本身才是品牌的根本。”在 BasdBan 咖啡馆刚开业的时候,用水泄不通人满为患来形容都不为过,其中也不乏许多慕名而来打卡拍照的人,为了给爱咖啡的人更大的舒适度,不允许拍照成了现在的店规,以求让整个店无论从设计视觉体验、咖啡品质口感和西点烘焙口味都达到让人极度舒适。

“我也开过网红店,当年也红过一阵子,其实是个错误,就当交学费了。”王卓从事咖啡行业已有 8 年,圈内人提到他都会说到他曾是一名武警。服役武警义务兵 2 年的王卓,对咖啡的认知来源于他留洋日本归国的父亲,父亲是名医生,平时就非常爱喝咖啡,90 年代以速溶咖啡为主,家里父母都爱喝速溶。在离退役还有 2 个月的时候,他开始思考未来的发展。当时他就在考虑要开一家咖啡店试试看,而为了更有把握地去做成这个事情,他认真真去学习并考出了很多证书,包括含金量颇高的美国精品咖啡协会证书、欧洲精品咖啡证书。学习的那段时候也恰巧迎上了精品咖啡在国内开始流行起来的时机。

在学了很多知识和技能之后,王卓发现很多技术知识对于开咖啡店似乎有点大材小用了。特别是作为国内最早一批咖啡品鉴师,对整个国内的咖啡店的

发展环境有了更深刻的认知。他于是决定自己开一个咖啡豆烘焙厂。以前国内很多咖啡豆的烘焙都是三无的小作坊,品质和口感都参差不齐,他希望自己做得规范,具有标准规范。这期间也和人合伙开了几家精品咖啡店,装修风格吸引了大批人慕名来打卡拍照,咖啡店最终的关闭原因不在店本身的品控,而是在吸引来的人出了问题。“作为店主有新客人来固然很好,但老客户才能让你活下去。网红没有任何忠诚度可言,你把你当客人,他们只把你店当作另一个摄影棚。如果只是拍照也还好,但是越来越多的网红素质普遍不高,除了拍出好看照片以外,他们不在意别人的看法,挤走了真正意义上想安安静静喝一杯咖啡不被打扰的客人。”

在前两年王卓陆续关闭了他合伙做的精品咖啡馆,现如今他把咖啡店融入了他 Lisee Tailor's 西服定制店之中。这也是近两年新兴的一种咖啡馆形式,更多爱喝咖啡的店家会把咖啡模块化植入自己原本业态中。未来,精品咖啡店会一直存在,但是也会有更多打破业态框架的咖啡店涌现,区别于当年上岛咖啡、真锅咖啡的餐厅“附属品”形态,复合业态的咖啡馆更注重消费者的线下体验。当年时装品牌 Initial 就开出

了将服饰消费和咖啡馆结合的零售新体验,如今大街小巷小到全家,再到美甲理发,潮服美鞋,都把咖啡作为小业态融入主店中。

和罗阳的 BasdBan 在同一条街上的另一家城中热门之地——愚园百货公司,主理人赵光宇在做愚园路城市更新项目工作中,对上海这条历史老街做了非常透彻的深入了解。在这条历来时尚人士富贾名流汇集的上海洋派风情老街上,他们还还原修复了一些老建筑,注入了新的适合当下城市发展的业态。“咖啡,是我们认为上海最具有代表性的生活方式,”赵光宇说,做商业地产出身的他,喜欢热闹,希望咖啡馆能盈利,所以愚园百货公司有咖啡,也有潮流时装和艺术空间。“我并不拒绝顾客拍照,不过我们对一些网红拍摄做了时间限定。这种集成式的生活空间使得我们的咖啡馆有了一种更适应年轻人兴趣点的探索实践。”

在上海,爱吃环境的、爱拍照的,爱集成式消费的,爱亲切私密感的,都能有对应的咖啡馆选择。问题不过是:依想喝杯咖啡伐?

(作者为文化撰稿人)