

在这杯“杨浦特调”中“闻香识城”

编者按

上海作为“咖啡之都”的形象,早已深入人心。当下,上海咖啡馆数量已近8000家,是全球咖啡馆最多的城市之一。街头巷尾的咖啡香,孕育了多元咖啡文化,促进了消费和产业发展,呈现海派文化的城市气韵。

以“啡尝上海、不负热爱”为主题的2022年上海咖啡文化周于8月4日至18日举行。咖啡有三味:苦、酸、甘。一杯咖啡的出品,要经过挑选生豆、烘焙、研磨、萃取等多道工序,充满烟火气的生活亦如是。“闻香识城”,本期为读者送上一杯“杨浦特调”。



■毛信慧 汤顺佳 宗禾

午后第一杯咖啡“从天而降”

“躲在帐篷里睡一下午,一睁眼就能喝到刚做好的冰咖啡,这是以前露营不敢想的事情。”公园内,带着家人来露营的市民肖女士刚刚下好一单冰咖啡外卖。

8月4日,在上海咖啡文化周开幕式上,美团联合Manner在上海开启全国首家位于露营地内的无人机咖啡快闪店,两到三分钟即可将刚做出的咖啡送到帐篷门口,让市民不出营地就能享受到“从天而降的美味”。

据悉,本次快闪店所有上线的Manner饮品均由无人机完成配送,并免费提供给消费者饮用。

记者发现,负责制作饮品的商家Manner门店,距离露营地约15分钟的步行距离。店内做好的咖啡,一般仅需2分钟左右就能送到帐篷前,方便快捷成为无人机配送最大的卖点。

不过,肖女士认为,无人机的价值不止是快,更为旅游业提供了一种新的可能。出门旅行想玩得痛快,往往要大包小包地准备不少东西。“如果景区内都能有无人机将咖啡送到帐篷前,那旅行就可以变得更加轻松。”

从近几年的外卖消费趋势来看,像肖女士一样渴望空箱旅行的人与日俱增。“但由于管理的需要,目前国内多数景区和露营地内的外卖服务仅可将商品送到门口,用户必须步行到景区外自提,一杯冰咖啡拿回营地可能就变成了咖啡兑水,在这最后3公里

的场景下,以无人机为代表的科技就可以发挥更大的配送价值。”在美团无人机业务负责人毛一年看来,此次落地上海的咖啡快闪店只是一个起点,“未来我们希望能将更多商品送到帐篷前,为用户带来更多更好的消费体验。”

记者从美团方面了解到,此次限时营业的咖啡快闪店,是其无人机业务在上海拓展的前哨站。根据规划,美团很快也会在上海落地首条无人机常态化试运营航线。2021年7月,美团无人机在沪签约建立了城市低空物流运营中心。

除了持续在空间上拓展,美团无人机近期也在不断丰富自身服务内容,相继与百果园、和府捞面、Manner等数十个品牌达成合作,可为用户提供餐食、饮品、鲜果等不同品类数以千计的商品选择。

毛一年透露,在首条无人机试运营航线落地上海后,其团队会考虑率先在咖啡馆、生鲜店等高度重视配送效率的商户中试水,为上海市民的餐桌带来更多更优的选择,也让大家能够真实感受到科技带来的更高品质消费体验。

当天的开幕式上,美团外卖发布了“上海咖啡新星成长计划”,将在3年内累计投入7亿元专项资金,通过多项针对性举措助力更多上海咖啡店成长为品牌新星,并为他们走向全国提供智能化需求分析、全方位经营赋能以及全天候履约保障。

美团外卖相关负责人介绍,美团外卖面向新开线上店铺的咖啡商家推出了新店30天成长扶持方案,让新店

快速站稳脚跟、协助更多独立咖啡店完成数字化升级,同时向新老上海咖啡店提供3000个免费咖啡外卖运营师名额,针对不同咖啡商家经营过程中所面临的问题,结合上海的咖啡文化特性及消费习惯,提供一对一个性化服务,帮助更多上海咖啡店完成线上运营能力升级。

咖香与书香“互文”,相得益彰

咖啡香与书香是“最佳伴侣”。2022上海咖啡文化周期间,推出“啡尝上海不负热爱——咖香书香在上海”系列活动,全市75家书店开展各式各样的新品咖啡尝味、买单优惠等活动。

研磨咖啡粉、高温冲泡、注入牛奶、投入椰子冻……上午十点,大隐书局创智天地店的水吧已开始工作,生椰拿铁、啤酒花拿铁等咖啡散发出浓浓的香气。作为2022上海咖啡文化周的参展书店之一,从8月4日起至8月18日,大隐书局创智天地店推出饮品优惠,双休日,买两杯赠送一杯美式,工作日,则可两人同行,一人免单,仅限冰饮。冰饮不仅包括冰咖啡,还有各种果茶,比如最新推出的油柑生椰水和黄皮柠檬茶。

《上海咖啡:历史与风景》《世界咖啡地图》……记者看到,大隐书局内还设置了一个咖啡主题图书专柜。原来,参展的75家书店,从在售的300多种中外咖啡主题图书中,精选了20本最值得一读的好书,排布成一张特色书单。各家书店以此为参考,进行图书陈列。

翻开一页页,说得最多的是咖啡

进入上海的历史。19世纪,这里刚刚开埠,浓郁的咖啡香漂洋过海,飘进这座城。咖啡,进入了上海人的生活,咖啡文化的基因扎根进城市文化的脉络。“对咖啡知识不是很了解的小伙伴,我们就把《近代上海咖啡地图》作为推荐书,其中对有咖啡人文历史的介绍,《咖啡世界地图》则将视角放到全球,这两本都可以看看。”王纪发说,“对于专业人士,这本《烘豆学》就比较适合。”

据悉,“啡尝上海不负热爱——咖香书香在上海”系列活动,杨浦区域内有大隐书局创智天地店、大众书局合生店两家参加。

00后女孩的“咖啡人生”：“耐得住寂寞，沉得住心性”

一次次反复尝试,失败了,就再来;成功了,就继续。备赛的三个月里,记不清练了多少次,每天至少要用掉一斤以上的咖啡豆,最多的一天用了一公斤,相当于做了120杯咖啡……

“你要耐得住寂寞,沉得住心性,技能这条路上必定是孤独的。工匠精神就是要保持钻研和热爱。”上海市贸易学校食品教研室主任姚老师的一席话,是00后女孩卢晓菲铭记在心的职业精神。

卢晓菲,上海市第二届“四大品牌”职业技能大赛“花式咖啡制作”冠军,在第三届上海咖啡大师赛决赛上,她又摘得桂冠。

卢晓菲起初的专业是烘焙。她通过了2019年世赛烘焙项目的选拔,但训练了两个月后,被调到了西点专业。“班主任对我说:‘调你去是因为相信你,不论去哪儿都能够做好!’”卢晓菲表示,当时两个月的西点训练,锻炼了她的心性。

2020年暑假,为备战“四大品牌”职业技能大赛,卢晓菲再次踏入实训室,挑战咖啡这个新领域。她之所以选择咖啡,是想要“Get全新的技能”。没想到,“尝试之下,反而发现了自己对咖啡的热爱。”

对于卢晓菲来说,咖啡制作中“拉花”这一环,是她在挑战过程中遇到的瓶颈。学校给予了最大的支持。除了专业老师指导外,学校还为学生配备了与咖啡馆一样的制作设备。实训室收藏了70多种不同产区的咖啡豆,闻香、制作、品鉴、创新,入门时还是个“懵懂小白”的卢晓菲,在这样的环境下飞速成长起来。

上海市贸易学校食品教学部副主任何笑丛表示,上海生活水平不断提升,咖啡文化渐入人心,咖啡销售以惊人的速度持续增长,很多门店也开始实行转向集西点、咖啡、简餐为一体的复合经营模式。这种消费变化促使企业对食品人才的需求发生了转变。在这种背景下,学校充分考察了咖啡市场和咖啡课程,已将英国伦敦城市行业“国际咖啡调配师”职业资格认证体系,引入原本以焙烤食品为主的食品专业。



本版部分图片由相关单位提供,为资料图

有人说,卢晓菲是“黑马”,但她更愿意用咖啡界的“后浪”来形容自己。她说,自己这朵“后浪”,是因为站在“前浪”的肩上才能跃得更高。

“酒香不怕巷子深”，生活的小确幸在社区“香气氤氲”

咖啡师将新鲜咖啡豆研磨成粉,倒在滤纸上萃取。在热水的作用下,咖啡粉冒起绵密的小泡泡,香气扑鼻而来……

“大隐隐于市”,“藏”在四平路居民楼之中的Punchline咖啡馆刚开张不久,就有一位“老邻居”冒雨前来捧场。家住中山公园附近的郁女士经朋友介绍,不惜驱车一个多小时赶来一品为快;而她的好友许女士有20年“咖龄”,得知自己常去的永康路精品咖啡馆使用的是Punchline提供的咖啡豆后,便决定相约来此品尝。

低调朴素的Punchline Coffee & Roaster与其他精品咖啡馆有所不同,许多慕名而来的顾客在附近寻觅良久,才找到这家不起眼的店面。

顾客可自选美式、拿铁、澳白等不同工艺,每种工艺又可自选咖啡豆。“不同咖啡豆有不同的推荐做法。品味许德拉,我们会推荐点拿铁,会有类似牛奶巧克力的风味。卡戎,推荐喝dirty或澳白,整体口感更柔和。而夏之花,首选是冰美式。”咖啡师叶丹告诉记者。

这些咖啡豆来到Punchline,历经了店主陈昱亨的千挑万选。他的角色之一,用行话来说,叫“寻豆人”。就在吧台对面的墙上,贴满了他与咖啡豆的过往与“勋章”。“要找到好的豆子,就要去产地,找到生豆,拿到工作室来,由我们自己进行杯测。”叶丹说,“一杯杯冲,一杯杯品,从中找到最适合的豆子。”

低调的作派并不意味着这家精品咖啡馆就此失去它的“社区亲和力”。新店开业之初,团队曾一度担心开在居民区可能会面临“水土不服”。但厚植于海派文化中的咖啡基因很快就让他们打消了这个顾虑。高校学生、社区文青,还有品咖啡几十年的“上海老克勒”,都是Punchline的常客。

作为共享空间“好公社”的一部分,Punchline咖啡馆也是四平路社区微改造的一部分。从2018年开始,同济大学设计创意学院与四平路街道联合打造“N-ICE 2035”Livingline未来生活原型街项目。这条长200米、宽7米,原本被五金店、建材店等占据的老旧小区逐步迎来新生。一批以“设计”为主题、涵盖未来生活各个领域的创意实验室,陆续进驻,“灰调”的老小区就这样“被填上”了斑斓色彩。

“我们希望能共享空间创造更多可能性。”“好公社”负责人陆洲说:“希望这里能成为一个公共客厅,年轻创业者可以到咖啡馆交流创意,社区居民也可以在这里体验创意文化。同时,通过打破新老社区界限,打造一个融合各类社群的文化载体。”