

咖啡与文化、咖啡与艺术、咖啡与创作、咖啡与阅读的关系自然融洽 一杯咖啡中展现“沪有引力”

据解放日报 上海的咖啡和其他地方有什么不同?面对这个问题,在上海生活了12年的法国主厨广坦答得飞快:“在法国、在西方,咖啡就是咖啡,顶多加点奶。在上海,咖啡几乎可以和任何东西融合。这就是上海的包容性,它不光吸收,不是复制粘贴,同时也是改变。”

“早上出门我计算了一下,15分钟的路程,遇到了10家咖啡店。”上海有近8000家咖啡店,比全球任何一个城市都多,这个数据让广坦惊讶。

咖啡在上海碰撞出了哪些融合、创造,改变的火花?上周末,作为上海咖啡文化周主打线下活动,“2022年上海咖啡文化生活节”在BFC外滩金融中心开幕。现场有咖啡文化集市、咖啡新品发布、咖啡文化沙龙,有知名连锁咖啡品牌、精品咖啡店,也有书店、美术馆的身影。“咖啡+展演”“咖啡+电竞”“咖啡+文创”“咖啡+老字号”等跨界文化元素,让咖啡与高品质生活,碰撞出不一样的精彩。

不一样的咖啡香气

用冷萃咖啡做一款带威士忌酒香的咖啡焦糖布丁,是广坦教给网友的最新食谱。他用到的是在兴业太古汇星巴克海外首家臻选烘焙工坊出售的威士忌桶酿咖啡豆。在上海咖啡文化生活节的现场摊位,星巴克推出的两款威士忌桶酿咖啡颇有人气。

带独特香气的咖啡,不光这一杯。和星巴克面对面的,是上海本地品牌津久咖啡与老字号邵万生的联名摊位。喝完威士忌酒香咖啡,转过身就能遇见很有上海特色的糟香咖啡——“屋里厢”。除了特调,津久咖啡首发的一款糟香咖啡豆,是将云南咖啡生豆通过邵万生的金牌糟卤浸泡发酵后再烘干处理,烘焙出咸鲜甜香的咖啡口感。

去年8月,邵万生和津久咖啡在人民广场打造了一间联名咖啡店,推出多款海派咖啡特调:屋里厢、上海姑娘、老克勒、津久里,搭配的是邵万生的经典小食。今年咖啡文化节上,这四款特调又加入了新伙伴:沈大成、三阳南货、黄隆泰。四家老字号对应四款咖啡特调,让海派文化、传统文化与创新工艺碰撞出新的味觉火花。

“80后”唐峰是津久咖啡创始人。“老字号的招牌产品历经百年经久不衰,对新品品质是一种保证;‘国潮’又是当下消费的热点,老字号提供了创新基础。”唐峰说,“海派咖啡”是什么,不同品牌各有答案。

“从某种意义上说,咖啡是文创产业的引入口。从高运营成本、高客单价到以上海品牌MANNER为代表开创的平价精品咖啡模式,上海的咖啡业一直在寻求新的业态突破。”唐峰说。

不一样的咖啡文化

“咖啡的属性很有意思,我的画作就像画里的‘咖啡’,它们大多是在等待时间,特别是在咖啡馆里等待的时间完成的。”说一口地道沪语的艺术家赵宏说。

赵宏2016年开始用iPad作画,第一幅画就是在咖啡店画的。画面上,蒂凡尼蓝色的杯子盛着咖啡,没有露脸的女性向着“镜头”用手指比了个心。2021年底上映的电影《爱情神话》,让赵宏的画作“出圈”。电影里的主人公老白是一名画家,电影里用到的几百幅画作,均出自赵宏之手。

8月13日晚举行的上海咖啡文化周“咖啡之夜”上,解放日报·上观新闻发布“咖啡文化盘点”,总结2019年至2021年在电影电视、戏剧舞台、图书出版等领域中与咖啡有关的内容。《爱情神话》名列其中,评语这样写道——咖啡之于上海,如呼吸般自然;电影里,“巨富长”街区

的咖啡馆各有美态,文艺老中青都能找到自己的“菜”。

赵宏说,自己很多作品是在咖啡馆里创作完成的,而女性、咖啡、高跟鞋、猫猫狗狗等具有城市感的元素,也是画中常客,“上海和咖啡有着怎样的关系?套用《爱情神话》里的一句台词,我必须说,没有一杯咖啡的上海,不是一个完整的上海。”

在上海,咖啡与文化、咖啡与艺术、咖啡与创作、咖啡与阅读的关系,自然融洽。上海75家品牌书店在咖啡文化周期间推出“咖香书香在上海”咖啡文化读物展陈,学者、作家走进书店讲述和咖啡有关的故事。作家陈丹燕执导的短片《哨子》在“有美术馆的书店”新华文创·光的空间首次放映,以书籍《上海的金枝玉叶》为灵感的两款特制咖啡也加入书店的咖啡Menu。上海译文出版社与本地品牌永璞咖啡推出“夏日环岛阅读挑战赛”,阅读指定书目并发表读书笔记,就能得到永璞“一周咖啡”的补给,让咖啡为阅读助力。

“2022上海大剧院版昆曲——重逢《牡丹亭》”首演当晚,走进大剧院的观众可以在前厅A+艺术空间咖啡厅,点一杯“梦梅”咖啡特饮,青梅的酸、杨梅的甜、酸梅汤茶底加上咖啡浓香,奏响了海派文化特有的观演“前奏”。

不一样的咖啡引力

“沪有引力”,是小红书从用户笔记中总结的“咖啡文化趋势关键词”之一。2021年,小红书上“上海咖啡店”的相关搜索中,有一半来自上海以外的城市。在“咖啡之夜”发布的这份关键词报告中,小红书分析,作为全球咖啡馆最多的城市,上海咖啡店成为各地咖啡馆主在线学习的标杆,充分展现了“沪有引力”。

“沪有引力”,或许也体现在上海这座城市对咖啡人才的集聚上。上海文化创意产业促进会 and 上海市食品行业协会咖啡专业委员会共同发起的“2022年度咖啡行业领军人物”评选,从突出贡献、示范效应、社会影响等方面综合评选出10位领军人物,登上“咖啡之夜”舞台。10位咖啡领军人物中,有咖啡连锁品牌创始人、咖啡公益负责人,也有供应链企业家和优秀咖啡师。其中,90后北京姑娘李佳慧的身份是星巴克亚洲市场首位咖啡烘焙大师——在全世界,这一级别的咖啡烘焙大师只有十几位。

将热爱的事情做到极致,就变成了价值。这是上海咖啡文化周给予李佳慧的评语,也是上海咖啡文化传递的精神。

翻开上海咖啡领军人物的履历:Tim's咖啡中国首席执行官卢永臣是国际咖啡品牌本土化探索者;大正咖啡集团总裁潘君飞是国产咖啡机领导者;三顿半创始人吴骏是“超即溶精品咖啡”首创者;杜嘉宁是中国内地世界咖啡冲煮大赛冠军第一人;陈单奇创立的YSCC云南精品咖啡社群,在过去一年帮助云南咖农达成交易额超2000吨咖啡豆,其中精品及高级商业咖啡豆占比达40%;韩玉龙创立的MANNER咖啡品牌,从南阳路2平方米小店迅速成长为全国近500家规模、超百亿元估值的精品咖啡连锁品牌;侯永璞的永璞咖啡,在国内最早推出便携冷萃咖啡液及常温闪萃咖啡液;徐彩钢创立的铭氏食品目前焙炒类咖啡产能为20吨/日,相当于上海8000家咖啡馆每天的总消耗,是上海咖啡产业发展的“幕后英雄”;王湑创立的熊爪咖啡始终致力于拓宽残障人士就业路径,让咖啡更有温度、更显温暖……

依托咖啡产业头部企业、领军人物,不断探索咖啡领域的创新实践、文化表达,咖啡在上海,越来越多元,越来越“上海”。 ■施晨露



8月15日,来自复旦大学、上海交通大学、华东师范大学等多所高校的中外学生代表,走进上海博物馆,观看正在举行的“宅兹中国——河南夏商周三代文明展”,聆听国宝文物“讲述”中国故事。图为当日,一名学生在拍摄展品。 ■新华社记者 刘颖 摄

首次全覆盖16个区! 8月18日启动网上报名 上海市民艺术夜校秋季班来了

据文汇报 8月15日,上海市民艺术夜校推出秋季课程表。秋季班将采用线上线下联动教学,首次实现16个区全覆盖,在市群艺馆总校外,设立了21个分校和69个教学点,预计开设207门课程。其中,线上直播课程22门,线下互动课程185门,计划招生5000人左右。

针对中青年艺术教育几近空白的情况,上海于2016年创办了市民艺术夜校,面向18到55岁人群开设公益性的艺术课程。六年多时间里,课程一加再加,校区也不断增加。2022年,“打造50个市民艺术夜校服务点”被列入上海市政府为民办实事项目。

记者了解到,市民艺术夜校秋季班继续以总分校模式推进,教学点空间设置更加多元,既有社区文化活动中心、文化馆、美术馆、图书馆、博物

馆,也有商圈、楼宇、园区,甚至开到了“一江一河”美丽滨水空间。

比如,闵行拓展了11个街道及莘庄工业区文体中心常规教学点,并开设闵行区图书馆、莘庄工业区中版基地、浦江镇青少年社区文化活动中心、古美路街道及吴泾镇社区党群服务中心特色教学点5个。长宁区将教学点设置在周边青年人群较多的商厦及社区文化活动中心。黄浦区则将夜校开进苏州河畔“一江一河”交汇处的樱花谷驿站——外滩街道党群服务站,推出时尚美妆课程。

上海淮剧团成为夜校中首家既是授课方又是教学点的国有文艺院团,将带人们走进“戏曲折扇”的世界。“百戏杂陈”“名家荟萃”的上海大世界开出“声乐合唱训练”及“舞台表演与发声入门工作坊”课程,助力市

民演艺梦想开花。上海文物商店创新“文物系列主题小讲座与传统手工艺互动体验”模式,推出“十二月花神”系列文物手工线上课程。

在课程内容设置上,秋季班主打具有地域特色的传统文化及非遗课程。比如,虹口区在精武体育总会开出蜚声海内外的精武迷踪拳课程,让更多人在强身健体中深入体验传颂至今的精武精神。奉贤的“贤艺课堂”主推江南孙氏二胡艺术、铜瓷技艺等非遗课程,以及初识紫砂、茶艺等生活美学课程。杨浦分校将分享历史悠久的“江湾面花”——面塑。

秋季班于8月18日启动网上报名,线上直播课程面向长三角居民。市民艺术夜校在上海数字文化馆上同步开通免费线上体验课程,与线上直播课程联手打造线上夜校。 ■李婷

《庄子》不是庄子写的 “中华经典通识”丛书首批五种出版

据解放日报 “让经典成为通识”,这是由中华书局出版,复旦大学教授、复旦大学中华文明国际研究中心主任、复旦大学图书馆馆长陈引驰主编的“中华经典通识”丛书打出的宣传语。何为经典?陈引驰开了个玩笑:马克·吐温说,经典就是人人都觉得应该读但没读过的书。

8月15日,“中华经典通识”丛书首批五种与读者见面。作者都是该领域卓有建树的学者:清华大学教授张国刚写《《资治通鉴》通识》、华东师范大学教授竺洪波写《《西游记》通识》、上海师范大学教授詹丹写《《红楼梦》通识》、复旦大学教授郭永秉写《《老子》通识》,陈引驰执笔《《庄子》通识》。

“这套‘中华经典通识’,首先要提供的是关于经典最基本、最重要的知识,然后上升到‘智慧’的层面。比如我写这本《《庄子》通识》,不单着眼于《庄子》本身,而是从老庄的对比、儒道的对比,甚至是与世

界其他文化的对比中来谈《庄子》所体现的‘智慧’。”陈引驰说。

“通识”,是近年来流行的概念,各大高校开设了通识课程;典籍导读类的图书在市场上亦有各式品种,从早期的《百家讲坛》到后来的视频网站、知识付费课程等,经典的重新阐释和解读,一直层出不穷。“中华经典通识”丛书有何特色?中华书局上海聚珍文化公司副总经理、丛书策划人贾雪飞说,詹丹的一句话让她颇有共鸣——没有学术的普及是没有灵魂的。陈引驰确立的标准则是为经典找到合适的作者,也就是对这部经典有专门研究并出过相关著作的作者,从而保证整套丛书的品质和权威性。

詹丹说,普及书有两种写法,一种是“魔术师的揭秘”,另一种如同体育比赛的规则讲解,带领读者入门,他追求的是后者。新书封面上有一句“跟着詹丹教授读通《红楼梦》”,有人错读成了“通读《红楼梦》”,詹丹认

为,这恰是他的本意:只有先“通读”原著,才有“读通”的可能,最后才有可能形成“通识”和“共识”。

“‘中华经典通识’丛书的初衷,也就是要让读者尤其是年轻人对这些书真正地亲近起来。因此,一方面要用略为轻松的笔调去写,不能过于沉重滞涩,但又不能放弃学术的严谨性和前沿性。我这本小书一开始就设想好,决不取一些即查即得的常识,随便写点东西去取悦甚至谄媚读者,我是把读者当成对话者甚至是对手看待的。”郭永秉说。

“《庄子》这本书是不是庄子写的?如果光说结论很简单:不是。我以前在讲座中说到这个问题,很多读者感到惊讶。但这不是标新立异的见解,实际上应该是一种通识。怎么让读者接受这样的通识?这就要从《庄子》这本书的形成过程谈起。希望这套‘中华经典通识’丛书带给读者的是切实的知识。”陈引驰说。 ■施晨露