

在科技企业云集的街区、园区,作为“第三空间”的咖啡馆已成为创新创业的刚需 “双创人”,酝酿着怎样的咖啡文化



大学路是杨浦区咖啡馆最密集的一条马路,而包围着大学路的大创智也是杨浦乃至全市科技企业最密集的区域之一。在独立咖啡馆Homeless、ALL THE LOVERS Deep、Trua Boo,或者在连锁大牌星巴克、阿拉比卡、皮爷,人们边喝咖啡边聊程序哪里需要调试、聊自己的新点子有没有市场……

据解放日报 上海拥有超9500家咖啡馆,是一座“世界咖啡之都”。今年,“上海咖啡文化周”升级为“上海国际咖啡文化节”,已于5月1日启幕。星巴克创始人霍华德·舒尔茨曾敏锐地洞悉,除了生活空间、工作空间,人们还渴望第三种空间,咖啡馆正好符合需求。本着这一理念,他将星巴克发展成为全球最知名的专业咖啡烘焙商和零售商之一。

今天,“第三空间”理论被广泛认可并应用,且更多地与创新创业关联起来。在硅谷,初创公司团队喜欢在咖啡馆开会;在巴黎左岸,楼下是咖啡馆,楼上就是工作室。美国社会学家马克·格兰诺维特提出的“弱关系理论”指出,不相熟的人交流信息,就会产生新知识。而咖啡馆为这种交流提供了绝佳的平台。

在科技企业云集的街区、园区,

作为“第三空间”的咖啡馆里蕴含着什么?“双创人”,酝酿着怎样的咖啡文化?

新点子、新机会,常常在咖啡馆诞生

在上海,创新的点子、创业的机会,常常诞生于张江、大学路以及各个产业科技园的咖啡馆里。

“咖啡馆就是我们的办公室和会议室。”工作日的下午,声网公司的小马一般不坐在办公室里,而是到杨浦区大学路最东面街角的Peet's coffee皮爷咖啡馆喝一杯深烘的黑咖啡。这是一家充满加州风情的店铺,明亮宽敞的空间搭配原木色调,温暖、自然,充满手工感。

皮爷于20世纪60年代诞生于旧金山,和硅谷有着密切联系。从码农到科技公司大佬,湾区的居民都爱光

依靠这些在咖啡馆里冒出的点子、谈下的合作,声网一步步成长为全球实时互动云服务的“隐形冠军”。全球集成RTC(实时音视频)能力的社交App中,超过一半使用的是声网的技术和服务。声网API已赋能社交直播、教育、游戏电竞、物联网、AR/VR、金融、保险、医疗等20多个行业、200多种场景。

咖啡如今依然是声网企业文化中的重要一环。员工们喜欢到咖啡馆“换脑子”,与客户的沟通也经常放在这里。大学路所处的大创智区域里,不少企业其实都是声网的客户,他们也习惯于这种做法。

咖啡馆对创新的影响甚至能直接从他们的产品里看出来。声网“元宇宙”解决方案(能通过3D空间音频技术提供在线对话的虚拟场景)的第一批场景就包含了咖啡馆。习惯了在咖啡馆里办公的项目经理想:咖啡馆氛围这么好,何不营造一个虚拟的咖啡馆,缓解用户间一开始沉闷、尴尬的沟通气氛呢?

“无目的、无边界”地端起咖啡,反而促成了许多惊喜

咖啡馆有种独特的“魔力”。加拿大莱桥大学迪隆商学院终身教授、复旦大学管理学院EMBA项目特聘客座教授鲍勇剑认为,咖啡迷人的风味能让人们放下目的性、功能性,转向随机性、偶然性、审美性,“轻松友好的社交氛围能产生很多‘临场发挥’‘临时起意’,进而创造新的链接。”

在李政道研究所工作的年轻科研人员小黄告诉记者,来张江没多久,他已经和许多本专业领域的全球前沿学者结识、交流。“只要去楼下的咖啡馆喝咖啡,就能遇见这些学术大咖。”他说,“在咖啡馆里‘拦’下他们请教问题,对方一般都很乐意回答。”

在大学路,上海五角场创新创业学院联合港中大上海中心、创智天地KIC等共同发起双创公益服务品牌活动“学院咖啡”。活动多数没有什么明确的目标,并非一定要达成什么合作、签下什么协议,负责人杨苓说,这只是个互相结识的平台、互相握手的机会,让大家放松下来,和新认识的朋友无边界地交流。

无目的、无边界,反而促成了许多惊喜。一家研发空气压缩机的公司,在学院咖啡活动上经英特尔引擎,找到了设备远程运维管理的解决方案。十几家金融科技企业在同一场活动上碰头后才发现,各自的产品可以分拆组合,形成更强的市场竞争力。港中大一位获得过香农奖的教授,本来打算通过打造DPU芯片的模式让自己的科研成果产业化落地,喝完咖啡后改变了主意,从事芯片设计的“咖友”提醒了他:原来的计划成本太高很难实现,先找到市场需求则能少走弯路。

小黄觉得,咖啡馆里没有老师、学生之分,也没有老板、员工之分,人们走进一间咖啡馆,坐到一起,互相道一句“你好”,问一句“喝啥”,呷一口苦涩酸甜,没有什么不能聊。

经常参加学院咖啡活动的小伙子Roy想起了在美国留学的日子,“在美国,几乎所有顶尖大学都会频繁举办氛围轻松的社交活动,以促进创新创业。端起咖啡,和‘大佬’握手会更轻松一些。”

创新创业和“第三空间”的关联变得越来越紧密

霍华德·舒尔茨在自述书《将心注入》中解释了这种现象:咖啡馆提供了纽带关系,把喜欢咖啡的人们聚集到一起。从某种意义上说,咖啡馆已经成为创新创业的刚需。

因此,在上海,写字楼、产业园有没有引进青年人喜欢的咖啡品牌,是衡量其能级与吸引力的重要指标。

比如大学路是杨浦区咖啡馆最密集的一条马路,而包围着大学路的大创智也是杨浦乃至全市科技企业最密集的区域之一。在独立咖啡馆Homeless、ALL THE LOVERS Deep、Trua Boo,或者在连锁大牌星巴克、阿拉比卡、皮爷,人们边喝咖啡边聊程序哪里需要调试、聊自己的新点子有没有市场……

在张江,这两年也开出了不少新潮的咖啡馆。棉里咖啡、blich coffee、melax coffee、美拉德咖啡研究所……张江人每天“翻牌子”也没问题。“工作那么忙,楼下咖啡馆是距离最近,成本最低、可以自我放松和充分表达的空间。”一位“张江男”对记者说。

郊区也在努力招引咖啡馆,但困难会多一些。“招商时,不管园区说得有多好,高科技企业一定会实地考察‘周边配套’,这会最终影响他们是否落地。”宝山区一位领导曾告诉记者,“同样,品牌咖啡馆也有自己的考量,在郊区引进一家星巴克的难度不亚于引进一家高科技企业。”

不过,随着近年沪郊各区发力创新创业,咖啡馆和科技企业也开始在郊区“双向奔赴”。

2022年8月,北郊未来产业园开出了星巴克,开业当天,店铺内大排长龙,至今火爆如初,连周边其他园区的企业人士也常开车带着客户、朋友来店里坐坐。

在此之前,星巴克已连续四次拒绝了北郊未来产业园。但当越来越多科技企业入驻园区,达到了星巴克的“亮灯率”要求后,其转变了态度。签约后,星巴克还答应在店里设置一块配有显示屏、供企业免费使用的“星巴克科创会客厅”区域。

这个科创会客厅是一个缩影——创新创业和“第三空间”的关联变得越来越紧密。蕙藻浜边的智慧湾里有近600家企业,五六千人在此办公。与之对应,园区主干道两侧,知名咖啡品牌纷纷抢占山头,往小巷里走,还能看见好几家独立咖啡馆。同样,宝山南大数智中心的Manner咖啡,让乘势电子商务等诸多企业前来考察时“怦然心动”。宝山高新技术产业园生物医药、智能制造企业,员工因为天天去园区星巴克喝咖啡,和咖啡师们几乎都成了好朋友。

■胡幸阳 杜晨薇 吴越

在这座城,边喝咖啡边谈创新

■胡幸阳 杜晨薇 吴越 董纯蕾

不记得从哪天起,咖啡成了生活中不可或缺。几乎每座国际大都市,都有遍布全城的咖啡馆。据历史学者陈祖恩教授在《上海咖啡》一书中记载,咖啡进入上海,成为都市时尚和生活习惯,可追溯到上世纪二十年代,“在任何场合里,都会有咖啡的出现”。现在,上海更已是全世界拥有最多咖啡馆的城市。

咖啡迷人的风味能让人们放下目

的性、功能性,转向随机性、偶然性、审美性。轻松友好的社交氛围能产生很多临场发挥、临时起意,进而创造新的链接。创新创业,和咖啡馆这一“第三空间”的关联变得越来越紧密。

这个“第三空间”如何升级,进一步发挥对创新创业的催化作用?

从这个角度看,“学院咖啡”做出了有益的探索。比起街头咖啡馆的

“纯随机”,学院咖啡的区别在于预设了大体的方向,由五角场创新创业学院邀请高校、企业、双创者、投资人等各方相关人士,消弭信息和资源不对称的问题。加拿大莱桥大学迪隆商学院终身教授、复旦大学管理学院EMBA项目特聘客座教授鲍勇剑认为,该模式一定程度上削弱了咖啡馆作为“第三空间”的随机性和偶然性,

但仍然保留了审美性,在当前阶段有不可替代的价值。

“如果整个街区都已充盈创新创业的氛围,各方人士随时能在任何一家咖啡馆里开启一场创新碰撞的对话,那确实不需要刻意举办学院咖啡活动。”鲍勇剑说,“但现在,它能起到有益的促进和引导作用,在大学路这个创新街区种下模因,让大家习惯于

‘喝咖啡、谈创新’。等大学路达到甚至超越巴黎左岸的水平时,学院咖啡就完成了它的历史使命。”

聊着聊着,愈来愈笃定,咖啡早已不是舶来的浪漫,开间咖啡馆也不是想想而己的梦想,那是人们习以为常的努力打拼,是生活透着的香气。想想便美好——在这座城市,总有你的咖啡。(来源:解放日报、新民晚报)