

2022年的3月,唐信从北京飞到上海,帮客户考察咖啡市场。四个月后的唐信把北京的工作室搬到了上海天平路91弄,接来了妻子柿饼儿,又从邻居上海阿姨处收养了一只流浪猫“拉面”。这样,一个特别的“三口之家”就在上海扎根,并开设了一家社区咖啡店。

## 专业、梦想与实践

在北京从事咖啡培训十年的唐信,对于咖啡有着别样的情感和理解。但是,正是对咖啡深深的热爱和对新生活的向往,驱使他将生活的重心从北京转移到了上海。选择在天平路开业,并不是一个复杂的决策过程,而是一种直觉的驱动。“当时我租的房子就在附近,我第一眼看到这个房子就决定了。自带天井的屋子,夏天里绿树光影,它的结构、它的氛围,都是我梦想中的咖啡店。”唐信回忆道。

唐信擅长烘焙咖啡豆,店内主要提供手冲咖啡。一台小型烘焙机静静地放在角落,现在主要用于唐信试样。种类繁多的咖啡豆在桌子上整齐地排列着,顾客可以根据自己的喜好直接挑选。“我们希望顾客能直接根据感官体验来选择咖啡,而不是觉得喝咖啡有什么门槛,需要了解很多专业知识。”唐信解释道。

“浅行深作”这一店名,正是唐信对咖啡文化的双重诠释。“深作”代表他对每一种咖啡豆的精雕细琢,对咖啡冲泡技艺的精进追求;而“浅行”则是希望顾客能够在轻松愉悦的氛围中,体验到咖啡的深层魅力。

“浅行深作”今夏的冷萃特别好喝,就像是往干涸着火的喉咙和胃里注入一口冰镇流淌的酒心巧克力,后劲儿是深沉的咖啡,一整个快活并醒了过来。”吴女士在和朋友喝完咖啡后极其惊喜。像吴女士这样被其品质吸引的顾客很多,尽管“浅行深作”的位置略显隐蔽,它的名声却远播。

唐信坦言:“上海这个地方挺神奇的,只要你的店开了就会有人来。”得益于良好的品质,即使唐信和柿饼儿没有专门进行市场运营,也依靠顾客体验和满意度的自发推广就积累了大量忠实顾客。不仅本地顾客常来,还跨越千山万水,送到了南非的老顾客手中。



# 一对北京夫妻的咖啡创业史： 上海这地方挺神奇 店开了就会有人来

【文/青年报见习记者 张彤彤 图/受访者提供】

## 长桌、空间与交流

进入浅行,除了喝杯咖啡。在这里,还很容易交到朋友。“浅行深作”摒弃了传统的隔离座位,而是选择了开放式的长桌布局。这种设计鼓励顾客间的交流,使得每个进店的客人都有可能成为对话的一部分。

店内的软装也别具一格,充满趣味。例如,一个从德国带回的丑萌鲨鱼摆件、用作座钟的黑莓手机,以及原本用于晚宴蜡烛摆放的长桌凹槽,现在正好用来放置咖啡豆。店内还陈列着许多黑胶唱片、复古胶片相机和手冲壶,这些不仅是唐信和柿饼儿两人的爱好,也成了人们共鸣的话题,吸引了一群志趣相投的人。

“我们更像是提供一个供大家交流的场所。”唐信表示,在这里,顾客可以结识到各种有意思的人,“如设计师、摄影师、品牌人士等。他们可能最初是为了消费而来,但在这里,他们发现了更高的价值——结识志同道合的朋友,共同分享观念和审美。”

作为一家社区咖啡馆,这也就使得其客户群体主要是社区内的人,而这一开放的布局,令人与场所更为紧密黏滞,由此产生社区意识的起点之一。在这里,陌生人之间的交流被鼓励,人们因为共同的兴趣和需求而成为朋友,形成了一个和谐的集体。“安静的弄堂、墙头的猫,坐在长条桌旁的顾客,氛围真的太好,导致推门而入的新顾客都以为桌前的我们是朋友了”,卡卡惬意地分享自己在店里的心得。

近年来,“第三场所”逐渐兴起。有学者就曾将咖啡馆定义为城市的“第三场所”。它区别于家或工作场所,是人们休憩、社交并享受交往乐趣的地方。对于有着浓厚咖啡历史的上海来说,这并不陌生。早在几十年前,鲁迅、田汉等一批文人知识分子就已经在咖啡馆里交流聊天,甚至是写作。《繁花》的作者金宇澄更是直呼:咖啡馆不只是单纯喝咖啡的地方,更像城市的“公共空间”、都市文学的重要场域。

与别的城市相比,不夸张地说,“阿拉上海人”就是泡在咖啡里长大的。上海人对咖啡是有情结的,陈祖恩在《上海咖啡:历史与风景》一书中谈道:“海派文化,就咖啡而言,既有欧风深染,亦有屋檐摩登。梧桐午后,斑驳之间,时尚与传统碰撞,延展着咖啡在魔都特有的历史与风景。”短短几句话道出了上海咖啡文化的多样和包容,更可见上海的咖啡不只存在于咖啡馆,更是走进了上海市民的生活。

从1853年咖啡首次进入上海市民的视野,到20世纪成为现代生活方式的一个标志,“吃咖啡”已成为时尚人士的一种生活态度。而现在,手捧一杯新品咖啡在梧桐叶落的街头漫步,已经成为许多上海人日常生活的一部分,这些都构成了这座城市国际文化大都市的生动底色。

而这样浓厚的咖啡文化,无疑为咖啡店创业者提供了一片肥沃的土壤。根据《2024中国城市咖啡发展报告》,2023年上海的咖啡门店数量领跑全国,达到9443家,占全国门店总数的6.1%。

