

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，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”，卡卡惬意地分享了自己在店里的心得。

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%。

