108家咖啡馆！有人驱车100公里来体验……

“老板剪头发了？”

“嗯，今天还是老样子？”

“老样子，一杯美式，带走。

这样的对话是新虹不少咖啡馆的“日常”。

据统计，新虹辖区有大大小小108家咖啡馆，数量在全市街道中排名第十。这108家里有90%以上都是开在办公楼里，几乎每幢楼宇都有一家咖啡馆，白领随时都能拿上一杯。如果把咖啡馆数量除以区域面积，计算咖啡馆的密度，新虹街道每平方公里有5.68家咖啡馆，单单申长路上就有50多家咖啡馆。

随着咖啡文化愈加多元化，咖啡馆不再仅仅是喝咖啡的场所那么简单。这些楼宇里的咖啡店可能在某些点评网上并不能发现，但“都是熟面孔”，逐渐让咖啡馆成为人们除了办公和家以外的“第三空间”，以咖啡为桥梁，带动这片城市里无数的火花和“冲动”，伴随咖啡冲泡出这座城市的活力与热情。

“方便我招待我的朋友们”

在申滨南路，龙湖天地办公楼一楼，透过玻璃门往里看，靠墙一排长椅，简单摆放着几把桌椅，靠近门边，一台一人多高的烘豆机正冒着蒸汽，新鲜烘焙的咖啡豆香气就飘满了整间屋子。但如果不抬头看“ink·墨咖啡”，大概率会错过。

工作日8点，老板吴敏捷准时开门营业。一批早已候着的白领就开始卡着点下单，用一杯咖啡开始一天的忙碌。

因为养了一条大金毛，大家都喊吴敏叫“兽兽”，这家店由他和老婆阿枫一起经营。

“铁粉”老黑几乎和兽兽一起到店。两周前，老黑从苏州来上海出差，偶尔路过这家咖啡店，就点了一杯手冲，和兽兽聊了一下午，相谈甚欢。此后，老黑一有空就开车100公里从苏州来店里来点杯咖啡，他并不以为意地说，“他从青浦开过来也要三刻钟，我们其实差不多。”

这也是“兽兽”当初决定开在虹桥商务区的原因之一。直到今天，兽兽回忆起与这个新店面的初次邂逅，依然觉得很美好——“嘉闵高架下来就看到了，我觉得很舒服。”2016年，兽兽偶尔路过正在建设中的虹桥天地、龙湖天街商圈，就相中了与商圈不远的临街小店，“方便我招待我的朋友们”。后来又跑来看了两次，就决定租下来了。

除了工作日早上开门后的外卖订单，到了中午，附近工作的上班族饭后散步，也会带一杯回去，这两个时段，是兽兽和阿枫比较忙碌的时候。

说话的间隙，兽兽和阿枫并没有停下手上的活，每一杯豆子的分量、牛奶的克数都要过称。目前，ink咖啡的日出杯量稳定在80–100杯，其中外卖占6成左右。

“最近一直下雨，豆子的水分含量就多了，要调整一下。”接着兽兽的话，老黑搭腔：“连锁店流水线操作，却多了点人情味，我喜欢来这坐坐，找到我的小确幸。”

聊得来，是兽兽口中的高频词。顾客就像是“老友”，而他将这群“老友”的习惯记得一清二楚，哪怕外卖订单，也背得出来。一单附近办公的王先生的订单，报了送货地址，他下意识说：“是不是备注了外加两包糖？”发现答对了，他一脸得意。

龙湖天街所在的三湘楼宇工作站相关负责人吴晓俊说，ink是虹桥商务区的第一批沿街商铺，和ink一起入住的“初代商铺”在经历五年的大浪淘沙存活下来的，一只手都能数得过来。

理想很丰满，现实很骨感。其实，小店的生意并不好做，“夹缝中求生存”。“20平方不到的店面每个月房租2万元，竞争又很激烈，算了笔账，前三年一直是亏损，去年碰上疫情，多亏房东减租，新虹街道政策支持，活下来了。”兽兽做好了不赚钱的准备，“连锁咖啡店越开越多，让咖啡变得更加大众化，我要做的就是找到顾客想要的专属味道。”

7个二胎妈妈们的创业故事

芬咖，同样属于自己创业，开业尚不满一年，宽敞透亮的空间，密度甚低的摆台，原木色的桌椅，无不令人瞬间放松下来。

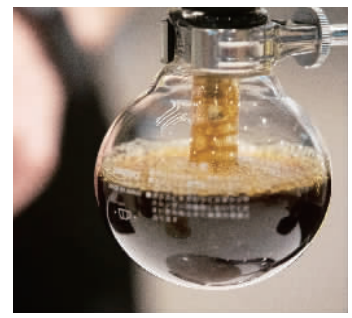
工作日午后，店里的商务客逐渐多了起来，有的两人一组，有的单人独坐，店长边忙碌边向客人们点头示意。有时候服务员还会提着几袋打包好的咖啡给楼上的公司送去，“是微信下单，同样是老客户”。在这个大约200平方米的空间内，每个人，包括店员和客人，都很放松，并且适得其所。

纪云是芬咖的合伙人之一，说起开咖啡店，纪云笑言：“这是一个关于二胎妈妈们的创业故事。”

7年前，随着二宝逐渐长大，纪云和她的几个小姐妹便商量着要“重出江湖”。“我们7个人从幼儿园就认识了，后来分别从事贸易、广告、市场等工作，拼得很凶，直到我们都有了二宝，就都不约而同回归家庭了。”纪云回忆说，“二宝进幼儿园后，我们的心思就又活络起来，想做点自己喜欢的事。”不过，当时她们并没有开咖啡馆。由于其中一个伙伴在中美洲1400米的高山上有一个咖啡庄园，因此她们便决定将这个庄园生产的咖啡豆引入上海，而此前这个庄园的咖啡豆仅供应台湾市场。

“2019年，我们那个位于商务楼21层的工作室实在容纳不下经常来上我们咖啡体验课程的朋友们了，所以我们决定‘落地’，开个实体咖啡馆。”纪云介绍说，原本她们计划在市区找店面，结果发现市区的交通非常不方便，停车也很难，于是她们将目光转到自己生活的社区附近——新虹街道的商务区。“我们发现这里闹中取静，交通便捷，附近商务客人的品质也很高，与我们的理念很匹配。”

2019年11月开始装修，2020年3月正式开门营业。但是刚开业便受到疫情的影响，着实让纪云等人吃了一惊。“不过我们很快调整了思路，从3月到6月，我们几个人经常聚在一起头脑风暴，理清思路，明确我们的目标和具体执行的方案，如今我们可以说，感谢这3个月的沉淀，我们已经摸索出了一条适合我们咖啡馆的发展之路。”



2020年暑假开始，芬咖开始举办一些适合妈妈们的沙龙，“这里国际学校、双语学校比较多，所以我们就开设了一些关于国际择校、升学的讲座，还针对全职妈妈们提供一些手作、插花的体验，此外还有每月一次的妈妈读书会。”如今，芬咖除了是一个咖啡馆，更是一个为同龄人自我成长提供机会和帮助的空间。“附近有很多咖啡馆，但我可以很自信地说，我们不一样。”纪云说，一片肥沃的土壤可以适合各种各样的植物生长，新虹是一片沃土，而她们的芬咖就是一株与众不同的植物。

纠错有奖 欢迎大家来做“啄木鸟”

如果您在阅读本月《社区晨报》时发现任何差错，可关注微信公众号“上海社区发布”并于后台直接留言，将您发现的问题发送给我们（注明报纸名称、所在版面、文章名称、差错细节，本期截止日期为2021年5月1日）。本月纠错质量最高的一位读者，将成为最佳“啄木鸟”，并获得100元的现金奖励；本月纠错质量相对较高的另外十位读者，则将成为优秀“啄木鸟”，并各获得纪念品一份。

2021年2月优秀“啄木鸟”：顾羡农、李群、黄幼华、周小萍、唐金虎、荀礼胜、严志明、刘童、路永敏、万燮枫

2021年2月最佳“啄木鸟”：袁忠荣

扫描二维码关注“上海社区发布”

点单就像一场对暗号游戏

3月6日，布芮奇迎来了开业第170天。

“强敌环绕”，这是布芮奇老板张生对自家店选址位置给出的评价。开店之前，张生做过市场调研：中骏广场附近共有12家咖啡店。

如何在这片龙争虎斗中站稳脚跟，将咖啡厅做出新意、做出创意，让顾客喝过一次后，还能记得有这么一家店，是张生一直以来试图做到的。为此，他错开定位，同时结合自己的爱好，将目光投向了健康轻食和鲜榨果汁。

“咖啡的确是白领们的诉求，但同时健康也是。中骏广场里卖咖啡的多，卖轻食的有两家，卖果蔬汁的只有我这家。”张生告诉记者。

走进布芮奇，第一眼就会被明快清新的装修风格吸引，湖蓝的主色调让人不由得放松下来。抬头，价目牌上的小字在向进店客人暖心地絮絮叨叨着：“工作辛苦，喝点健康，很有必要！工作再忙，面面俱到很难，一定要好好吃饭！”再往下，招牌上果汁的名字也别出心裁：压力没山大、轻体日、照顾好自己……

说话间，便有客人前来，柜台后的店长老杨熟练地确认过眼神：“老样子？”“对，老样子。”

老样子是什么样子？对这位客人来说，是一杯中杯美式加双份浓缩。属于熟客的“暗号”便在这一抬眼一点头之间完成了。

布芮奇的几个老店员对众多熟客的喜好与需求如数家珍，他们与熟客每次简短的“老样子”式点单，都像一场对暗号游戏，充满了朋友间心照不宣的轻松与默契。

让顾客们感到轻松温暖，这是布芮奇的经营主旨。正如店名Be Bridge所表示的那样，张生希望自己的店能成为连通一座人与人之间温馨桥梁，人们在此处放松地聊天社交、交流情感。目前，这座“虹桥”的一隅——客人与店铺的“桥梁”似乎已经初现雏形。

说起这件事的时候，张生又是好笑又是感动：就在去年年底，布芮奇对面开了一家肯德基，这对店里的生意造成了直接影响，原本早餐能做40多单的，直接减了半。

作为老板的张生看在眼里急在心里，但没想到默默着急的不止他，还有熟客们。“有位姓李的客人，原本是每周一三五健身后会来我们店点一份色拉的，在那之后她天天晚上都来，不光堂吃一份，还打包带走一份。当时我就奇怪，问了她才告诉我们，她怕KFC开业后布芮奇做不下去了，想用这种方式来支持店里的生意。”

不过，李小姐提起来的心很快就落回了原处，虽然布芮奇早晚生意的确有些许冷清了，但是午间依旧热闹。天气晴好时，上这儿吃午饭的上班族们往往还需要搬个椅子，在店门口等一小会儿。

现在，张生铆足了劲想把早晚的客单量做上去，“想开发早餐点单小程序、想做下午茶。最重要的还是想把服务做得更好。”（今日闵行）