

上海咖啡文化周昨日开幕,6913家咖啡馆全球第一

一杯咖啡品味上海开放的味道



究竟上海人有多爱咖啡?在最新发布的《上海咖啡消费指数》中,上海以不完全统计的6913家咖啡馆总量,远超纽约、伦敦、东京,站上了全球咖啡馆第一的城市榜单。

昨日下午,“因为咖啡,所以上海”上海咖啡文化周开幕式暨第一届上海国际咖啡产业论坛在上海虹桥国家会展中心开幕,论坛中发布了最新的《上海咖啡消费指数》,揭秘了上海咖啡消费地图和咖啡生活方式报告,也让上海咖啡文化的热度再迎巅峰。

青年报记者 冷梅



通过手语进行交流的“无声咖啡”。



大排长龙的咖啡品测。



咖啡拉花。青年报记者 常鑫 摄

上海每平方公里有0.86家咖啡馆

据不完全统计,上海咖啡馆总量为6913家,每万人拥有咖啡馆数量为2.85家,远超纽约的1591家,伦敦的3233家,东京的3826家。上海每平方公里的咖啡馆数量平均为0.86家。

开幕首日正值工作日,令人倍感意外的是,咖啡文化周展区人气爆棚,穿着时髦的年轻人排长龙,集中于咖啡展区的各个摊位,争相购买、品测、了解每一家的咖啡风味与产地,显示出了超高的热情指数。

在一些口碑人气、IP排名靠前的咖啡品牌摊位上,一些慕名而来的年轻粉丝手拿他家的咖

啡文创杯子,问咖啡冠军索要签名。在现场增设的一些品牌咖啡品测区域,排着长长的队伍,关于产地、风味、烘焙方式、制作工艺,懂行的年轻消费者饶有兴趣地边品尝各色咖啡,边留下自己对咖啡文化的思考。

最新的潮流主张从咖啡馆中满溢

一位90后消费者在现场亲切地和一家熟络的咖啡师交谈着,平时他就经常光顾这家位于汉口路上的咖啡店。这次来展区遇见“故知”觉得格外开心,大家相谈甚欢,继续交流着咖啡心得。

一家叫做“心研无声咖啡”的展位引起了青年记者的注

意,这家店号称西北首个无声咖啡师团队打造的原创咖啡品牌,几位咖啡店员和围在展区周边的几位顾客正在进行交流,唯一有所不同的是这种交流是“无声”的,他们分别比划着双手,脸上洋溢着热情,用手语展开现场交流。原来无声传递的咖啡依然代表了一种潮流主张。

展位现场,一家用插花、瓷器以及棉麻唐装构成的新中式风格店铺让记者眼前一亮,瓷器里冲泡的有福建大红袍,也有来自哥伦比亚的庄园手冲咖啡。这家古一庄园店员清一水的中式时髦扮相,具有设计师的穿着特质。细问之下,果不其然,是一群钟爱设计,崇尚自然主义的90后80后年轻设计师打造的“乌

托邦”。他们中有人烧瓷器,有人设计中式服饰,有人精通新中式的室内设计,遂把中国的茶与西方的咖啡进行了时髦混搭。

他们的店铺就在娄山关路上,一群热爱自然生活方式的年轻人,偶然间认识了哥伦比亚咖啡庄园的主人,同时发现了咖啡与茶的内在连接。经过日积月累,它们取自天地日月之精华,通过慢泡的方式获得唇齿留香的回味。茶与咖啡,毫不违和,拥有相通之处。店主穿穿告诉记者,人们喝咖啡,通常追求的是一个“快”字,快速萃取一杯咖啡因,让大脑和身体迅速满血复活,我们却希望人们能慢慢来品尝一杯咖啡,慢慢地泡,慢慢地体会咖啡为生活带来的韵味。

美团发布“2021黑珍珠餐厅指南”

上海65家餐厅入选 共覆盖22类菜系

近日,美团在扬州发布“2021黑珍珠餐厅指南”,这是“黑珍珠餐厅指南”自2018年以来第四年发布。“2021黑珍珠”从783家入围餐厅中,共遴选出296家钻级餐厅,上榜餐厅覆盖全国39类菜系,其中三钻餐厅13家、二钻餐厅65家、一钻餐厅218家,覆盖国内北京、上海、扬州、香港、澳门、台北等22城以及海外曼谷、新加坡与东京3城。而上海凭借65家入选餐厅,成为“2021黑珍珠”首城。

青年报 姜卓



美团高级副总裁张川在介绍2021黑珍珠餐厅指南。



扬州市人民政府与美团签署战略合作协议。

上海入选餐厅数量最多

从菜系分类来看,“2021黑珍珠”菜系种类更为丰富,共覆盖39类,包括潮粤菜、云贵菜、西北菜、徽菜、福建菜等。其中,本帮菜上榜餐厅较去年增加175%,江浙菜上榜餐厅较去年增加167%。除了本土美味,还包括西餐、日本菜、东南亚菜等世界美食。

从城市来看,上海、深圳、北京仍是上榜餐厅数量增加最多的主流城市。其中,上海的入选餐厅数量依旧最多,其中三钻餐厅2家、二钻餐厅14家、一钻餐厅49家。在菜系上,上海是榜单中菜系种类最多的城市,共覆盖了22类菜系。在本帮菜、粤菜等

菜系基础上进一步丰富,新增了杭帮菜、福建菜、韩国菜。1家主打鲁菜的餐厅获得升钻。上海有41家中餐上榜,占比63%,法国菜9家,意大利菜6家,日本料理4家。中餐中,江浙本帮菜餐厅有12家,粤菜餐厅9家。

另外,成都、杭州、南京、西安等新一线城市上榜餐厅数量连续增长,今年上榜餐厅达72家,与此同时,黑珍珠餐厅指南挖掘了14家扬州、台州、汕头、顺德等二三线城市本土菜系的高品质餐厅,让更多隐藏的中国美味被发现。

新上榜餐厅流量涨幅惊人

美团高级副总裁张川介绍说,随着国家富强、消费升级,中

国精致餐饮加速发展;此外,移动互联网发展让手机检索信息、上网“种草拔草”成为新的消费习惯,黑珍珠顺应了形势的发展而产生。

《中国精致餐饮行业报告2021》显示,截至2020年底,中国符合精致餐饮标准的门店数量超过6000家,相较于2017年增长72%。此外,美团数据显示,2020黑珍珠新上榜餐厅线上流量涨幅为103%,部分餐厅上榜后线下客流量增长高达50%。2020年中国大陆地区没有一家黑珍珠餐厅因疫情原因关停。

升级评审体系确保权威公正

据介绍,“2021黑珍珠”对评审体系进行全面升级,评委身份

匿名,引入既有品鉴能力又无利益关联的资深饕客,比例提升至50%;同时,榜单评审还引入了科技加持,通过大数据全程校验,保障评审公平公正。

蓄力四年,黑珍珠坚决抵制“以贵为美、猎奇心理、铺张浪费”这三个误区:首先,黑珍珠并非“以贵为美”,而是选取对消费者有更好体验的餐厅;其次,黑珍珠对一切以猎奇为卖点的行为保持高度警惕,坚决抵制“野味”;最后,黑珍珠不鼓励铺张浪费。

用美食向世界讲好中国故事

今年是“黑珍珠餐厅指南”的第四年发布,在众多专业理事和匿名评委的共同助力下,“黑

珍珠餐厅指南”正在通过传承、多元、自信三个关键词,串联起中国精致餐饮的内核。

作为“中国人自己的美食榜”,黑珍珠开始向世界输出中餐文化,也让越来越多的餐饮人有了底气和信心,更敢做精致菜。比如藏于上海新天地老洋房里的洋房火锅,融入现代元素,让消费者知道了火锅不都是嘈杂的,也可以有高级感。

张川表示:“美食是文化的纽带,我们要让中国的美食走向世界,让全世界都能领会到中国独特的味道和文化。黑珍珠会一直坚持下去,做五年、十年、一百年,把中国自信的故事讲好,成为一个影响世界的百年榜单。”