

# 越“挤”越有松弛感？

## 这届年轻人何为偏爱几平方米的弄堂咖啡馆



【观点】

### 这届年轻人更追求性价比和体验感

1989年出生的项页，作为少山咖啡的创始人，咖啡从业经历已超过15年。在接受青年报记者采访时分享了他对上海年轻人咖啡消费习惯的观察与思考。

谈及当下上海咖啡市场的格局，项页指出：“2023年上海地区咖啡门店为9553家，2024年上海地区咖啡门店为9115家，数量有所下降。其中夫妻店在2023年占比55.88%。从这个数据能看出，上海咖啡市场中小规模的夫妻店数量相当可观，和连锁品牌形成了一种独特的竞争与共生关系。”他认为，这一现象反映出消费者的多元需求，夫妻店以其个性化、社区化的服务，满足了一部分追求独特体验的年轻消费者，而连锁品牌则凭借品牌影响力和标准化服务，吸引了大量追求便捷和稳定品质的顾客。

在分析年轻人对连锁大牌的态度时，项页表示：“现在能明显感觉到年轻人对连锁大牌正在不断去魅的趋势。以前大家可能觉得大品牌就代表着高品质和时尚，现在年轻人更看重咖啡本身的品质、风味以及店铺的独特氛围。”他举例说，一些无厕所、无座位、几平方米的小众咖啡店备受欢迎，这是咖啡店经营坪效和收益率的成本考量。另外的重要原因还在于它们打破了大品牌的标准化模式，提供了更具个性和专注度的产品与服务。这些小店的主理人往往凭借自身对咖啡的热爱和独特理解，打造出别具一格的咖啡体验，吸引着志同道合的年轻客群。咖啡品质、主理人价值观都是咖啡到店体验的重要一环。

谈到年轻人咖啡消费习惯趋于理性这一点，项页深有感触：“如今的年轻人不再盲目追求大品牌，而是更加注重性价比。他们会在不同的场景下选择不同的咖啡消费方式，并不是泾渭分明。”

总的来说，项页认为，上海年轻人的咖啡消费习惯正朝着更加理性、个性化的方向发展，这种趋势也将推动上海咖啡市场朝着多元化、高品质的方向不断演进。



弄堂咖啡馆备受欢迎年轻人欢迎。

本版摄影 青年报记者 冷梅

时下，上海咖啡消费生态正发生着悄然变化。曾经备受青睐的连锁咖啡店不再那么被年轻人趋之若鹜，有些反而更钟情于几平方米的弄堂咖啡馆。这些小店虽空间逼仄，却能让年轻人喝出生活的“松弛感”，享受有温度的连接。它们凭借个性化、有创意的产品与服务，打破大品牌的标准化模式，满足了年轻人对性价比和体验感的追求。

青年报记者 冷梅

### 小店逆袭

#### 跻身几平方米，喝出生活的“松弛感”

工作日下午时分，淡水路的梧桐叶还沾着梅雨季节的露珠，黏腻潮湿，急需一杯“续命”饮品。推开万贰公里 SOE lounge 的大门，在显得极其逼仄的空间里挤满了心怀同样诉求的年轻人。吧台位，三个凳子，20~30厘米的小桌板，咖啡师近在咫尺，随时可以攀谈，交流一下当日豆子的感受。

老弄堂的沿街铺面，做了地面下沉，才感觉腾挪出这个“小而局促”的咖啡空间。三五好友，腿并腿，肩并肩坐着，聊着生活中的诸多感触。喝咖啡的仪式感和情绪价值还是妥妥被拉满的，黄金曼特宁、哥伦比亚粉波旁、埃塞卡法瑰夏、云南孟连……咖啡被摆在好看的杯子里，随身附赠一个专属的咖啡名片，每一杯都大有来头，蕴藏着属于自己的故事。

在几条街巷之隔的思南路27号，2021年与2025年荣登“企鹅吃喝指南”上海咖啡榜单TOP1的Rader Coffee则是更为极致的小。五六平方米的小店，两张长条凳，几个小圆桌，店内满打满算只能放下三五个人，高峰时段也常常只能在店门口站着喝，或是外带拿走。

这家低调小店践行“匠人”精神到极致，老板亲自选豆子，

亲自烘焙，价格又很亲民。如果今天的豆子老板自己不满意，就绝不出品，甚至“临时打烊”。他把招式心法融会贯通，即使使用家常食材，也凭借对咖啡的“精神洁癖”，非要坚守某一种内心的标杆。

因为自建了烘焙体系，打通从烘焙到萃取的所有环节，便能做到对每颗豆子不仅知其然，更知其所以然。这个曾经一度全上海开得最早的咖啡店（早上6:30营业，如今调整到早8点），春夏秋冬，日复一日，老板坚守着这片小小天地，精进着自己的咖啡手艺，实属难得。

随机采访中，一位年轻的顾客告诉青年报记者，除了价格适中之外，Rader让人不得不爱的更重要原因，便是老板对咖啡的极致追求，就好比日本街头那些“老爷爷”开了数十年的匠人咖啡店，满满都是热爱，都是坚守。

记者发现，有趣的是，在越来越卷的上海咖啡市场，仍有一批独立小店逆势而行，坚持用自己的热爱与心意，关注每一杯咖啡的出品。这样的场景，在上海很多小弄堂已成常态。按照坊间传闻，这些店都拥有共同的“网红密码”：无独立厕所、无固定座位、面积不超十平方米，却总能在社交平台刷出“打卡照”。

### 个性多元

#### 创新特调菜单，喝出创意的“无边界”

如今，这种“去品牌化”的选择，藏着年轻人对消费主义的微妙反叛。当弄堂咖啡店老板能叫出熟客的口味偏好，当咖啡杯从标准化纸杯换成个性陶瓷杯，消费就从“符号化打卡”变成了“有温度的连接”。

位于太原路的o.p.s.咖啡，出圈多年，被称为上海特调咖啡的天花板。o.p.s.店面不超10平方米，也没有设置座位，被大家戏称为“罚站咖啡”。为了等一杯现点现制，咖啡师亲自“解说”的特调咖啡，太原路常常是下雨天也要排上数十米的长队，但这并不影响咖啡爱好者们对它的追捧，这里每个季度都会更新新款特调。下单后，咖啡师会

当场制作每一杯咖啡，还会详细介绍制作流程、食材、口味以及特色，让客人全方位了解这杯咖啡的“内情”，感受它带来的感官变化。

主理人思玮告诉记者，不管是咖啡师还是咖啡馆，都是一座桥梁，他的工作其实是与人建立长久的联系。在这个小小的咖啡空间，咖啡师愿意持续创造和学习，顾客可以通过拿在手里的这杯咖啡，感知到原材料被应用的方式、包装设计、手工制作的全过程，从而对咖啡产生更多的情感联结。“我希望所有人都能和我一样，对咖啡的探索保有持续的好奇心。好奇心就代表了探索精神。”

### 社区温度

#### 在“咖啡荒漠”，喝出满满的“人情味”

处在大彭浦地区的“咖啡荒漠”，鲜少有个性十足的独立小店。位于景凤路岭南路路口的且乐咖啡，小店未开，装修Vlog发布在社交媒体时，就引来很多“不被好看”的质疑之声。

仔细看看周边环境，似乎确实不尽如人意。一边的邻居是海鲜摊，另一边的邻居则是馄饨面店，伴随着吆喝声还有门前的水渍，总有一股腥味传来，隔壁的小龙虾也经常“越狱”而来。老板Keen对此却不以为意：“在泰国看到很多咖啡馆就开在菜市场。希望且乐也能保持烟火气和人情味，成为社区居民的社交地。”

且乐老板夫妇，一位是户外爱好者和摄影达人，一位是烘焙达人和生活家，在三个小伙伴的精心打理之下，开业半年，这家市口不算理想的社区咖啡馆，收获了一批忠实拥趸，甚至不少“毛孩子”成为荣誉店长，引来更多路转粉。

记者作为附近社区的一分子，也见证了这家小店人文生态的养成。老板几乎能叫出所有熟客的名字，知道他们的咖啡喜好。新品测试会、毛孩子见面会、盲盒手办集中拆盒、小法斗开箱、动物园开园仪式……社区居民把这里当成自家“客厅”的延伸，聊得来的居民逐渐相熟，常常结伴而来“嘎三胡”。于是，常态下咖啡馆的画风是这样的：邻居帮忙遛狗，带毛孩子洗澡，相约一起撸狗，分享各地特产和旅行战利品。寿星生日，结婚领证，抢到演唱会门票，只要有什么开心事，便会“盲选”或者定向请客，邀请大家喝一杯。社区邻里久违的人情味，又回来了……

从标准化到个性化，上海的这些特色咖啡馆，无论是小小的弄堂咖啡、创意满满的特调咖啡，还是社区里的温情小店，都成为这座城市独特的文化符号，等待着人们去探索、去品味。

### 结婚启事

2025年6月21日 星期六 农历乙巳年壬午月辛酉日

周俊先生与李显女士于公元2025年6月21日正式结为夫妇，此生同心如夏至不移，白头似日月长随。

喜结良缘 同喜同贺

### 结婚启事

2025年6月21日 星期六 农历乙巳年壬午月辛酉日

新郎 李俊涛 新娘 刘萌  
于公历2025年6月21日正式结为夫妻，特此公告。敬告亲友，亦作留念。  
2025年6月21日

喜结良缘 同喜同贺

### 结婚启事

2025年6月21日 星期六 农历乙巳年壬午月辛酉日

新郎 李梓铭 新娘 杨含悦  
于公历2025年6月21日正式结为夫妻，长路携手，岁月悠悠，百年琴瑟，共赴白头。特登此报，敬告亲友，亦作留念。  
2025年6月21日

喜结良缘 同喜同贺