

# 挖掘咖啡文化内涵 市人大代表提出五大对策 打造上海“世界咖啡之都”金名片

人大聚焦

首席记者 陈颖婷

“咖啡不仅是饮品，更是文化交流的载体。上海要成为真正的‘世界咖啡之都’，必须深挖文化属性，让咖啡与城市精神共鸣。”市人大代表侯丹华提交的代表建议，直指上海咖啡产业发展的核心命题。这份建议的背后，是一组令人瞩目的数据：上海以9500多家咖啡馆位居全球城市首位，日均咖啡消耗量近200万杯，外卖渠道年消费量达1.6亿杯。然而，这座“咖啡之城”在高速扩张中，也面临着文化底蕴不足、品牌特色模糊等挑战。

## “舶来文化”的本土化困境： 如何让咖啡讲好上海故事

“上海的咖啡文化仍停留在‘舶来品’阶段，缺乏与城市气质的深度融合。”侯丹华在建议中坦言。尽管咖啡早已融入市民生活——南京路的复古咖啡馆、武康路的网红打卡店、永康路500米内聚集的15家咖啡馆，构成了一道独特的城市风景线，但大多数消费者仍将咖啡视为“提神饮料”或“奶茶替代品”。《2024年上海咖啡市场调研报告》显示，27.4%的消费者首选国产连锁平价咖啡店，低价竞争导致咖啡“奶茶化”趋势加剧。“9.9元的咖啡固然吸引流量，但长期来看，会削弱消费者对咖啡文化价值的认同。”侯丹华指出。

与此同时，上海缺乏具有国际影响力的本土咖啡品牌。尽管外卖渠道贡献了年均6.5杯的人均消费量，但连锁品牌占据主导地位，独立咖啡馆难以形成规模效应。“一杯好咖啡需要从选豆、烘焙到冲泡的全流程匠心，这恰恰是连锁店的短板。”侯丹华认为，培育本土龙头品牌是破局关键。她特别提到上海老牌西餐厅的历史底蕴：“1853年开



资料照片

业的‘老德记西餐厅’曾引领沪上西餐风潮，黄油咖啡等经典配方至今仍有借鉴意义。扶持老字号拓展分店，既能传承技艺，也能打造‘海派咖啡’的独特标识。”

## 从“流量”到“留量”： 文化赋能产业链升级

如何让咖啡产业从“规模扩张”转向“品质跃升”？侯丹华提出五大对策：培育本土品牌、普及文化内涵、推动“咖啡+”联动、引入非洲原味咖啡、建立专业培训体系。

对此，市委宣传部的答复中表示，“咖啡+文旅商体展”将成为上海国际咖啡文化节的核心脉络。2025年第五届文化节计划联合16个区打造百个特色场景，通过跨界策展、数字消费等形式，呈现“全球咖啡文化版图中的上海样本”。市委宣传部表示，文化节不仅要拉动消费，更要传递城市温度。比如面向城市建设者，开

展“美好爱‘啡行’——新时代城市建设者管理者沪上人文行走活动”，邀请新时代城市建设者管理者之家参观公共文化场馆和观看文化演出，为环卫工人、外卖人员、快递人员、交警辅警等送上公益咖啡。面向关爱人群，推动市技师协会咖啡专业委员会提供“残疾人技能培训”服务，为残疾人士提供咖啡免单权益。

在产业链层面，上海正加速构建高能级平台。虹桥进口贸易促进创新示范区将整合咖啡豆进口、仓储、分拨等全链条服务，强化上海作为全球咖啡贸易枢纽的地位。

## 咖啡师认证与产教融合： 筑牢人才基石

“咖啡产业的核心竞争力在于人。”侯丹华代表强调，上海需建立与国际接轨的咖啡师培训体系。SCA（精品咖啡协会）认证成为行业标准，其课程涵盖咖啡豆种植、烘焙、萃取全流程，初级

咖啡师月薪可达4000—6000元，高级咖啡师可达8000—12000元。

上海积极推动高校开设咖啡专业。上海卢米家居有限公司与职业院校合作，将SCA认证纳入课程体系；云南农业大学开设全国首个本科咖啡专业，为产业输送“科班人才”。“我们鼓励‘咖啡+教育’模式，让年轻人既懂咖啡技艺，又懂文化营销。”市教委相关负责人表示。

在瑞金二路的一家精品咖啡馆，咖啡师小李展示着拉花技艺：“我通过SCA中级认证后，不仅提升了制作水平，更学会了用咖啡讲述文化故事。”这种人才成长路径，正是上海咖啡产业高质量发展的缩影。

## “原味”与“创新”交融： 构建海派咖啡文化新生态

“非洲是咖啡的起源地，上海应引入更多原生态的咖啡文化，丰富市场供给。”侯丹华建议借力“一带一路”合作，引进非洲传统日晒法处理的咖啡豆、陶壶煮制工艺等，为消费者提供多元选择。

本土创新同样不可或缺。一些咖啡馆将龙井茶、桂花酿等江南元素融入咖啡，推出“茶咖”“黄酒拿铁”等创意饮品；外滩某品牌与非遗传承人合作，以咖啡渣制作海派剪纸艺术杯垫，实现文化跨界。“上海咖啡产业的未来，在于将文化软实力转化为品牌硬实力。”侯丹华总结道。

咖啡文化已成为上海城市精神的一部分。从永康路的市井烟火到陆家嘴的摩登风情，从外卖骑手手中的便携杯到独立咖啡馆里的手冲仪式，咖啡正以千姿百态融入这座城市的肌理。可以预见，当“海派咖啡”真正形成品牌效应时，上海将不仅是全球咖啡馆最多的城市，更将成为世界咖啡文化的高地。

代表风采

## 沈佳慧：为民服务谋发展，乡村振兴显担当

青浦人大供稿

走进青浦区练塘镇东柳村，提及沈佳慧的名字，无人不知，无人不晓。作为一名村干部、非遗传承人，她扎根基层十余载，践行初心促发展；身作为一名区人大代表，她积极建言献策，潜心为民谋福祉。她曾被评为区三八红旗手，入选全国2023年度乡村文化和旅游带头人。

当选青浦区六届人大代表后，沈佳慧一直密切关注美丽乡村发展，充分发挥代表的桥梁纽带、示范引领作用，主动参与到农村人居环境整治、乡村建设等工作中。通过示范带动，激发村民“主人翁”意识，从“要我做”到“我要做”，共建共治共享和美家园。

随着农村地区老年人口和高龄人口较快增长，养老服务存在一些亟待重视和解决的问题。针对这些问题，她深入基层调研，倾听群众心声，积极向区人

大提交了《关于鼓励农村独居老人集中养老的建议》并被采纳。之后，区民政局研究出台了促进农村养老服务发展的政策措施《青浦区“颐美乡村”养老服务提升计划》，重点在村级层面强化多功能养老服务设施布局，提供适合农村养老习惯、适应农村老年人实际需求的集中照护服务和自治互助服务，切实打造农村老年人“不离乡土、不离乡邻、不离乡音、不离乡情”的颐美乡村。

“土布，在过去是市郊农村最大众化、最实用的衣料，是儿时记忆里绕不开的话题。”回顾往昔，沈佳慧在一次走访时，来到该村的一位老奶奶家，惊喜见到传统织布机之余，却得知因占地方，村民过段时间要把织布机处理掉。顿感可惜的她，便开始思考如何为传统织布机找一个“家”。了解到东柳村还保留着传统的土布染织技艺，她信心满满地跟着家人、村里老人学习织布、染

布等传统技艺。

在她的努力下，2021年8月，“土布染织技艺青浦区练塘镇东柳村传习所”在东柳村成立，纺纱机、织布机有了新家，传统土布也有了新产品。同时，作为该传习所负责人，沈佳慧定期组织村民一起学习制作土布手工艺品。2022年11月，沈佳慧经推荐参加了“中国非物质文化遗产传承人研修培训计划”，这为她今后的传承推广工作起到了重要作用。2023年，在中国邮政上海市青浦区分公司的邀约下，沈佳慧接到了来自“进博”的订单。2024年11月，进博会上，她卖力“推销”的非遗宝贝——土布“进宝”走进了向往已久的“更大市场”。如今，通过与专业高校、知名企业“联姻”，融入巧妙设计的旗袍、大襟衣服、中式装、包、布鞋、玩偶等各种土布衍生品受到市民们的青睐。搭上乡村振兴和国潮文

化的快车道，练塘土布也走进了练塘茭白节、进博会、国际民俗礼品时尚创新大赛、阿特麦文化创意产业园等重要节日、活动和热门地标。让土布生“花”的同时，沈佳慧也为这些非遗传承人找到了新市场。

在密切代表与群众联系的生动实践中，她常常呼吁：“东柳村地域生态、历史文化等资源丰厚，希望更多的‘能人’能够返乡创业，为家乡发展贡献力量。”为加快推动东柳村“美丽资源”向“美丽经济”转化，走出一条文旅农融合、宜居宜业的乡村振兴新路，她坚持为乡村振兴“代言发声”，提出了《关于练塘镇东柳村打造长三角非遗村的建议》。同时，她带领团队结合《中小学义务教育劳动课程标准（2022年版）》打造乡村游学体验基地，为乡村振兴、文化赋能进行探索实践，努力让村民有更多获得感。