



在上海开店，要小心客户年龄跑得比时间还快

一

两年前，我们在彭浦的85°C 骤雨时，遇到一位80多岁的阿婆，一个人坐在店里，一杯饮料，从早上坐到下午。

当时店里所有的椅子都坐着爷叔阿姨，一派老龄化城市的样貌。在过去几年的采访中，我们总能在上海的各大85°C看到这样的场景。

2年后，我们再回到了这家店。

上午10点半，已经很难找到一个位子。

“10点前都是上班的，买了面包就走。”营业员早已熟悉了情况。

等到“上班高峰”过去以后，店内恢复安静，椅子上陆续长满人。

店内最靠里的座椅上，一位爷叔睡着了。四人座上，几位阿姨围成一桌，各自在刷手机。

进门口的三个两人座上，分别坐着3位阿姨，都面朝店门坐着。她们就像自习室的学霸抢位子一样，占据了这家店的最佳景观位，可以看街景，不局促，不用拼桌。

学霸的装备相似。人均一杯85°C的饮料，外加一只自带的保温杯or浮着茶叶的随行杯。

身上斜挎小包，随身携带贵重物品，如果对面上公共厕所，背着小包即可。另外一只放着非贵重物品的购物袋，用来占座位。

座位边靠着一只自带塑料袋，放置当天自己产生的垃圾，临走时直接一口气扔掉。

为了便于称呼，我们称这三位“学霸”为1号、2号、3号阿姨。她们三位彼此处于脸熟的状态，都是在店里长期“自习”后的结果。

她们没有坐在一张桌子边，是因为还没有熟到那个程度，但她们对彼此的情况又一副了如指掌的样子。

2号阿姨姓谢，今年67岁，开朗健谈，她给我们科普了一下阿姨们的交际分寸学：谈得来多讲讲，谈不来打声招呼。如果更要好，就可以约着一起出去吃饭，AA制。

亲疏远近，全在自我掌控，这也是85°C胜于小区公共空间的地方。“小区里（聊天）我不欢喜。这里出去大家都不认识，个人走个人的路。”

2号阿姨就住在旁边，5年前成为这里的常客。“我养儿子，年轻时肯定要奋斗的。我做生活做到62岁。”

62岁这一年，她左腿做半月板手术，这才退休。当时儿子的结婚大事也办好了，第三代出生后，是亲家在带，她负责贴补一点。“要拎得清对仗。剩下就是阿拉自己的辰光了。”

相比其他退休阿姨，2号阿姨

的休闲选择不多。

左腿做了手术，右腿的关节也不好，她旅行的可选范围很少——“关节好的朋友欢喜爬山，我只好农家乐去去。”整天待在家里也不科学，“阿拉这个年纪总归要出来走走，待在家里两个人大眼瞪小眼，有啥好讲头。”

每天上午在家做完事后，她就来85°C喝咖啡，买了一张2年年卡68元，就可以9.9元喝大杯咖啡。她会自己带蒸好的红薯或买店内的面包做午餐，在店里待到下午两三点才回去。

“我家住5楼，下来一趟不方便。”下午回去时她顺路去菜市场买菜，之后就不出来了。

除了下雨天不出门，其他日子，她像上班一样来85°C打卡，和店里的营业员也都熟了。“她们态度都蛮好的。”店里会有新品试吃活动，营业员端着盘子给大家试吃当天的新品，鸡肉披萨面包。

2号阿姨试吃之后买了两只，一只送给了3号阿姨。“大家天天看到熟的，她对人可以的，上次买过面包给我，那有新品了，我也买一只给人家。”

3号阿姨不是“咖啡星”人，她买的会员卡用来喝饮料，“芝麻糊，阳光果粒橙，红豆奶茶，调换着喝。”

3号阿姨住在临汾路，一个月有20天在85°C“上班”，每天来回都是走路，半个小时。

每次来，她基本上都坐在3号位。坐在室内她还是戴着墨镜，是因为眼睛不好。“睁不开，老难过的，视网膜痛。”

她还有糖尿病，每次点饮料会提醒店员少放点糖。“伊拉认得我，说晓得我晓得。”

家里就她一个人，女儿出嫁了，假期会带着孩子回来，叫上钟点工给妈妈家打扫卫生。所以说起女儿，3号阿姨很骄傲，“女儿绝对孝顺的。”

除了各种病痛——肾脏不好、糖尿病、眼睛不好，“要吃关药”，她对生活比较满意：“退休工资加到5000多，吃不光呢。”

每天，她也是坐到3点左右回去。“烧夜饭，一家头，也吃不多，有菜么热一热吃。”

今天我们要写一家面包店。

吸引我们注意的是工作日下午，85°C店内一派生机勃勃的中老年下午茶时光。

然而这个品牌刚来上海开店的2007年，管理方指出：“我们的消费者比较多的是些社会中间者和中产阶级，25到35岁左右”。时间跑了16年，客户年龄奔跑加速度。这是上海特色吗？

文/晨报记者 姜天涯 顾 筝 图/晨报记者 姜天涯 顾 筝 画图/二 黑



二

和3号阿姨一样“一家头”的是1号阿姨，虽然已经82岁了，但她的桌上也有一大杯咖啡。中午11点多，她走出了85°C。

过了一会儿，她回来后，和2号阿姨报告“新闻”：边上菜市场在打88折。

“她住在大场，要乘110过来。”2号阿姨对她的情况很了解，“蛮稀奇也蛮坚强的。她来这里，和小青年合得来，人也很随和。虽然年纪大，但她每次都是消费的。阿拉坐进来，都是消费的，否则坐不住，难为情的，这点消费么也消费得起。”

85°C确实是阿姨爷叔友好，一张“随心饮”卡+9.9元一杯咖啡饮料的价格，真是精准地落在他们消费心疼的区域内。

星巴克30多元一杯的咖啡，他们会“肉麻（上海话，心痛）”的，2号阿姨说：“像阿拉这个岁数，不舍得的。难般和老要好的朋友去一趟，怎么可能天天去。”

“这里服务态度蛮好，基本上每天来，下雨天不出来，像我们这个岁数的，来消磨时间。”

论为什么阿姨含量高于爷叔？2号阿姨给出了自家的答案：“老头子不大欢喜到这种场地，他就公园跑跑。”

她们依旧称呼她们为1、2、3号阿姨。

“格就是阿拉格代人的乐趣。”3号阿姨穿着一件自己织的宝蓝色连衣裙说道。

她们一周一次，在这里聚会。“兴趣小组”平常有5个人，“啥人有空啥人来”。她们选中这家

店，是因为2号阿姨住在附近。

“比较宽适，也比较亮堂。伊拉（指店员）也蛮好的。”3号阿姨所补充的她们选择此地的原因，也是大多数阿姨提到的点——营业员态度还不错。

绒线组身后一桌也有三位阿姨，据2号3号阿姨说，是一直来的“熟面孔”。

彭浦2号阿姨觉得，在85°C坐着，“是属于中年人的自由时光”。

但“绒线小组”的阿姨们，还没有到彻底拥有“自由时光”的时候。“没噶空。阿拉有交关事体做的呀。”

“格地坐2个钟头多点。3点多钟，阿拉烧夜饭去了。”

这三位阿姨是十几年前，买绒线的时候认识的。而当初相识的绒线店，已经不在了。

“眼看伊拉兴旺到关门。”1号阿姨总结道。

“诶，十几年了，眼睛一眨哦。”3号阿姨一句感慨之后，三人陷入了对过往的回忆。

这样姐妹般的对话，一直在85°C上演：谁谁离婚了，要不要约谁一起去吃98元的自助餐……

有人买买菜，在这里买袋面包，坐着歇会儿脚。

有人为第二天的旅游买完熟菜之后，顺便在这里吃早餐。

而在十多年前，作为城中热店被采访时，85°C的管理层可没有料想到，客户群的年龄会跑得这么快。



吴江路的店2020年我们采访的时候还是85°C，有户外座椅，现在是另一家面包店 drunk baker



上市10天订单破8000辆 别克ELECTRA E5从价格向价值升维



不久前以20.89万元的起售价上市并在2023上海车展重磅登场的别克ELECTRA E5，可谓是风头正盛。据别克官方公布的数据，ELECTRA E5上市10天订单破8000辆，或许这组数字对于新势力来说并不鲜见，但ELECTRA E5作为主流合资品牌出品的智能纯电SUV，能取得如此不俗的订单成绩已然超出了市场预期，同时也为别克持续加码电动化布局开了个好头。

支持整车多模块OTA并行刷新，让智电出行始终与时代同步。ELECTRA E5搭载的全新一代VCS智能座舱也深受用户好评，同级唯一的EYEMAX 30吋一体弧面6K屏分辨率高达6008*934，显示效果逼真细腻。12.6吋全彩宽幅HUD平视系统，让驾驶员更轻松自如地掌控车辆信息。ELECTRA E5还配备了eCruise智能辅助驾驶系统，其中HOLCA智能车道居中辅助配合FSRACC全速域自适应巡航，可在0-80km/h车速范围内主动保持车道居中行驶，大幅减轻驾驶疲劳。ELECTRA E5还将开启全新一代Super Cruise超级辅助驾驶系统，全方位保障每一次出行安全。

三电技术方面，ELECTRA E5采用通用汽车自研的三电系统，具备技术成熟、性能稳定、品质可靠等诸多优点。动力方面，ELECTRA E5提供多样化的动力组合，其中前驱单电机车型最大扭矩可达330N·m；

四

2007年12月，85°C在上海开出了其大陆第一家店。

最初的选址在福州路、威海路、吴江路、静安寺这样的商业地段。

“不管什么时间点，路过85°C，总能看到排着长龙等候结账的人群，‘一次比一次人多’是最直观的感受。”

这是2008年《上海星期三》对85°C威海路店的描述。在这份为上海年轻人提供消费指南的报纸中，85°C常被提到，出现在

“上海情调咖啡馆不完全地图”、“上海蛋糕地图”等专题中。

杭晓树记得2008年，85°C确实给了她这种，可以体验新生活方式的感觉。“它刚开的时候让我眼前一亮。商业模式和星巴克相似又不一样，蛋糕那么多，价格又那么便宜。选址洋气，店铺也洋气，威海路店24小时营业，吴江路的店还有户外位置，很贴合小白领。”

杭晓树当时在财经媒体上班，每次二号线从南京西路出来，一定会去85°C买面包蛋糕，“中午会看到很多白领排队买东西。”

她写了一篇有关星巴克竞争者的分析文章，把85°C看作是它的一个“狙击者”。确实，在85°C亮相内地市场的自我介绍中，曾着重提到自己在台湾打败了星巴克。

“我们的消费者比较多的是些社会中间者和中产阶级，25到35岁左右。”当时85°C的负责人曾介绍说。

当时的报纸喜欢拿老派面包店和85°C比，那时80后、90后喜欢的是巴黎贝甜、85°C这样的新式面包房。

但2023年再上报纸的时候，它却出现在了《一些烘焙老品牌遭遇“滑铁卢”》的文章里。

10多年过去，它的客户群还未初老，它却一下子老龄化了。杭晓树想起来，她已经有好多年没买过85°C的东西了，“好像也不大看到它了。”

当时专门跑进连锁线的她知

道85°C有一个品牌策略调整。“它的老龄化有客观原因，时代车轮跑得太快，拉也拉不住；还有主观上它自己的变化，当时他们为了加快开分店，在大卖场和社区开店，把品牌调性往下降了，年轻顾客流失了。”

这一点上，1989年出生的蔡壳（化名）深有体会。“以前我一直去85°C买凯撒大帝和蓝莓乳酪面包，现在它是我妈喜欢去的店。”

2008年，她第一次走进静安寺附近的85°C。“那会对面包店的认知还是一——高级的么可颂坊，普通的么苹果园。85°C这种‘外来和尚’，总归是好念经的。”

现在她觉得85°C不再能踩中年轻人的“痛点”，“但对老年人来说刚刚好，视觉看起来好像是高级面包房，但价格没太离谱。”

“也许是中老年人对网红热度慢半拍，就好像我妈现在肯定不会知道FASCINO那种店一样。”

平均10元左右一个面包，买卡9.9元的饮料，沙发座椅，开在成熟型社区的定位，使得85°C和社区的融合度越来越高。

时间是漫长的季节，要把一个年轻小伙熬成买汰烧的爷叔，需要几十年。但在上海开店，时间就是不断提速的火车，时代的眼泪流了一波又一波。

不过值得庆幸的是，在上海，抓住了老年人，就依然可以拥有旺盛的生命力。

在定价上走的是务实路线，通过锚定20万元-28万元价位段，基本做到了“油电同价”，是合资纯电SUV市场中少有的诚意之作。再结合领先同级的产品实力和超越期待的品质，ELECTRA E5已经树立起20万级合资纯电SUV的价值新标杆，为主流消费群体带来了更智能、更安全、更性能的高品质出行体验。

此外，ELECTRA E5还采用线上、线下闭环式服务模式，为消费者提供便捷、统一、透明的新能源车购车和服务体验。目前，首批别克纯电空间与专区已正式投入运营，到2023年底，别克纯电空间预计达到约60家，纯电专区预计超过600个。同时，别克也在不断完善补能体系建设，希望为用户带来更便捷、更高效的用车生活。

就现阶段而言，别克无论是制造、销售还是服务模式、补能体系都做好了万全准备，这也将进一步筑牢ELECTRA E5作为主流用户安心之选的底层逻辑。

在智电出行时代，如何为用户创造更丰富的核心价值，是各大厂商需要考虑的问题。深耕中国市场25年的别克品牌，始终秉持以用户为中心的理念，致力于为消费者打造更优质的产品 and 更多元的出行体验。ELECTRA E5的上市，以20万元出头的价格以及越级产品力和优异品质精准触达市场痛点，势必会成为整个纯电SUV市场中的一个强力搅局者，并扭转消费者对于合资纯电产品竞争力不强的刻板印象。上市10天订单破8000的成绩已经说明了一切。在6月30日之前，用户可下载iBuick App或微信搜索别克Buick小程序支付3000元定金完成大定，并享受丰富的车主权益，等等党们抓紧时

间，心动不如行动！（于大卫）

