

潮店



格调

悦动

味道

买手

影音

流连

意无涯

说到咖啡，可能大家最先想到的就是星巴克的经典“小绿杯”，或者是luckin coffee的“小蓝杯”。在这个湿漉漉的早春，“小红杯”却悄悄来到了魔都，开出了全中国第一家分店，给寒冷的天气带来一丝红火。手里捧着一杯，你就是整条街上最潮的人！

加拿大国民级咖啡店 Tims Hortons，相信加拿大“老铁们”都不会陌生，记者也在现场看到不少在上海旅游、工作的加拿大人排队购买 Tims 咖啡，能在异国他乡看到家乡的饮品和食物，他们都非常激动。



门口“小红杯”模型

申之魅

柜台

布艺枫叶装饰画
本版图片均由任天宝摄

『小红杯』等你去赏 枫叶国咖啡『来袭』

每年卖出20亿杯

1964年，传奇冰球运动员 Tim Horton 在加拿大开设了第一家咖啡馆，55年间，Tims Hortons 咖啡馆如雨后春笋般开遍了全加拿大，拥有超过 4000 家的门店。因为 Tims Hortons 的存在，加拿大人喝了很多咖啡，比美国人、法国人和意大利人都多，每年在全球卖出 20 亿杯！

2月26日，Tims Hortons 在魔都的中区广场一楼开业。为了消费者更好记，店名更改为 Tims coffee house。连加拿大大使馆的官方微博也转发了新店开张的喜讯。消息传来，加国人和留学生们都沸腾了，纷纷结伴前往购买，以解思乡愁绪。

变身情调咖啡厅

让人意想不到的，漂洋过海的 Tims coffee house 来到中国后竟变得“小资”起来。巨型“小红杯”矗立在店门口，“杯身”开了一片枫叶缺口，夜晚灯光一打，顿时变得璀璨起来。

新店一改加拿大门店略显拥挤的点餐台，竟出奇的宽敞，墙上的红色布艺枫叶装饰画让消费者感受到了浓浓的加拿大元素，相比加拿大快餐店式的装修风格，这里更适合喝下午茶，聊聊天，随手一拍，就是一张异域风情的壁纸。

“小红杯”和“天趣球”

“小红杯”是 Tims 咖啡店的招牌咖啡，红色的杯身，印着一片白色的枫叶，现磨现煮。深受喜爱的“Double-double”（双奶双糖）是“小红杯”最经典的搭配。记者在现场排了一个小时的队才拿到手，一杯 17 元的标准杯价格相比星巴克着实便宜不少，据店员介绍，Tims 的成本控制非常严格，食物和咖啡的价格都在 40 元以下，在加国更是十年间没怎么涨价。

除了咖啡，Tims coffee house 的小吃也是一绝。Timbits 在中国被翻译成“天趣球”，4元1个，一盒6个仅需21元，为了迎合中国消费者的口味，魔都店特别加入了咸蛋黄味的天趣球，与草莓味的天趣球咸甜交融，滋味曼妙。

蒙特利尔风味牛肉恰巴塔最近刚升级为消费者的“心头好”，“恰巴塔”是面包(Ciabatta)的直译，实际上是一块长方形的三明治，新鲜的风味牛肉搭配蔬菜，口感很厚实。

Tims coffee house 的“枫叶小红杯”是加拿大特有的符号，也是陪伴一代代加拿大人一起成长的伙伴。一杯 Double-double 配上一盒天趣球，已经逐渐成为了加拿大人生活中的日常习惯。对加拿大文化感兴趣的朋友不妨走进店里坐下喝杯咖啡，感受国民级“小红杯”的魅力。

在加拿大有一句很流行的话：“不管你是衣着考究的商界精英，还是穿着最廉价 T 恤衫的无业游民，手握 Tims Hortons 的咖啡杯，不会有任何违和感。”这或许就是 Tims Hortons 传递给我们的理念——Sharing our love（分享爱），也是它 55 年屹立不倒的秘诀吧！

行有迹



店外景

营业时间：7:00-22:00
地址：黄陂北路 227 号中区广场 1 层 02 号
交通便捷指数：★★★★★ 可乘坐轨交 1 号线、2 号线、8 号线至人民广场站，步行不远即可到达。
价格亲民指数：★★★★★ Tims coffee house 主打价廉物美的消费体验，店里的饮品和食物都在十几到三十几元。
服务亲和指数：★★★★★ 在排队时，店员会发放人手一本的购买手册，以便顾客提前挑选。顾客点完单后会拿到一个到号震动的取单机，到时去取即可。

潮资讯

首店品牌“落沪” 爱选哪些地方？

越来越多商业品牌来上海开华东首店乃至全国首店，那么，根据大数据分析，这些上海首店品牌都偏爱挑选哪些地方呢？

有关数据显示，2018 年，835 家上海首店品牌遍布全市商圈，其中，705 家首店分布于各大商场中，109 家首店选择落户于 63 条街道上（包含两大园区项目），21 家首店则选址于 8 家星级宾馆和两家大型乐园内。上海首店与多商圈、多类型商业地产“伴飞”扩张，首店选址可谓各大商圈与各大商场角逐发力的风向标。

具体到各区来说，拥有南京东路、淮海中路、豫园三大市级商圈的黄浦区蝉联榜首。居于第一梯队的黄浦、浦东、静安三区“抢”去了全市六成数量的首店。第二梯队中，徐汇、长宁分列第四、第五。近郊“黑马”的闵行受益于七宝、莘庄、吴中路、大虹桥的多点开花，位列第六。第三梯队中，普陀依托于长风大悦城与环球港位列第七，杨浦、虹口列第八、第九。第四梯队中，郊区吸引首店能力仍然显得薄弱，不过宝山共康、嘉定新城、青浦徐泾的表现令人惊喜。

按首店业态来看，零售业态全国首店依然集中于市级核心商圈重点购物中心，餐饮业态全国首店散布于核心商圈与内环、中环间的高人气购物中心，娱乐业态知名首店则集中于中环、外环间的大型购物中心内，服务配套业态首店更偏好落户市区商场。

郭歆 钱文婷



小红杯

店里的点心

视觉设计：黄娟
本版编辑：刘珍华



扫描二维码
看精彩视频