

长沙新消费,总有新样子

2026 全国影响力新媒体总编辑长沙行打卡零食王国



长沙的确符合“青春长沙 引力之城”的称谓。
——深圳报业集团副总编辑肖颖



你们湖南人,特别长沙人,做生意还是霸得蛮,确实会做生意。
——大象新闻总督办李金锋



长沙是以快乐为主题的城市,我们永远都不能忘了快乐的内核。
——沈阳日报副社长、指尖新闻总编辑常玲



只有长沙在做这种新消费,能和她的基因、烟火气息息息相关。
——新快报副总编辑区健妍

潇湘晨报·晨视频记者李轩子

“这瓶饮料高达两米八。”6月14日,“青春长沙 引力之城”2026 全国影响力新媒体总编辑长沙行正式启动,来自全国各地十多家主流媒体的总编辑、资深媒体人与自媒体代表走进鸣鸣很忙旗下零食王国,现场拿尺测量巨型零食。

长沙从不缺出圈本土消费品牌,茶颜悦色、文和友、鸣鸣很忙、金粒门、几多全接连走红,形成持续输出爆款的品牌梯队。但一时火爆不足称道,长久保有热度才是长沙独特优势。

把零食店开成景区

7万余根棒棒糖拼制而成的周杰伦《范特西》封面,内部装填约50万颗真实糖果的糖果管道,3500多种泡面组成的“泡面之城”……

超1.3万平方米空间,6500+全球品牌、3.5万+款零食,凭借“超多零食、超大面积”,零食王国拿下“全球最大零食店”吉尼斯世界纪录认证。

开业首月运营数据显示,零食王国累计接待客流突破104.61万人次。按每天营业12小时算,几乎每1秒就有1个人走进来。

五一假期,这里涌进26.5万人次,单日最高客流达6万,日均客流5.3万,超过一场大型演唱会。而这是只开放参观、不售卖商品的成绩。

六一儿童节,排队时长一度达到2小时,保安甚至拿起喇叭大喊“千山万水总是情,下次再来行不行?”“哪天来都一样”试图“劝退”游客,呼吁错峰购物。即便如此,门口排队的人流依旧不减。

在空间打造上,零食王国把传统零食店的陈列逻辑,变成了可逛、可拍、可玩、可买的沉浸式体验空间。

鸣鸣很忙集团公关部工作人员梁笑告诉记者,他们更愿意把零食王国看作一个持续产出的内容平台,“要让消费者每次来,都能有不一样的感受”。

一个能逛一下午、能拍九宫格、能发朋友圈说“我来过了”的地方,本身就具备了超越商品的吸引力。

长沙向全国输送新特产

不仅是零食王国,来长沙的游客还惊喜发现另一个新变化,这座城市可以带走的特色伴手礼,上新了。

过去,游客来长沙,行李箱里少不了黑色经典和茶颜悦色。现在,在社交平台上,离开长沙必打卡与求代购的名单里,又多了像金粒门、几多全这样主打新鲜零食的新面孔。

为什么能出圈?表面看,是产品好吃、价格不贵。但往里看,是几多全踩中了一个被忽视的消费痛点。门店里,最抢眼的不是商品,而是随处可见“清洁配方”“确保0防腐剂检出”“无需查看配料表”等标识,还设置了0防腐抽检公示展示窗。

“像我们国金街店,日均客流能达到5000人次,光是魔芋干,几个口味一天就能卖出近千份。”几多全相关负责人介绍道,“游客花不到100块钱,就能拎走一大袋零食,所以特别受欢迎。”

有数据显示,超过六成的年轻群体愿意为“清洁标签”支付30%的溢价。无论是金粒门还是几多全的产品方向,基本上都是突出“新鲜”二字。长沙的新鲜零食,就是把配料表摊在桌面上,让消费者自己看、自己选。



活动嘉宾现场测量谁是最高的零食。图/主办方提供

因为懂人,所以长红

长沙市商务局数据显示,长沙已培育新消费品牌超150家,营收超10亿元的引领型品牌20余家,年贡献产值超1800亿元,89个项目获头部机构融资超740亿元。

“长沙新消费品牌之所以不断出圈,不是因为规模大、渠道广,而是因为懂人。”新消费研究院首席研究员黄偲认为。

茶颜悦色用“声声乌龙”“幽兰拿铁”等诗意命名和国风门店,让年轻人获得文化归属感;文和友还原80年代市井生活,满足怀旧情绪;零食王国用沉浸空间,让年轻人获得快乐;几多全把配料表摊在桌面上,回应年轻人对健康的焦虑……每一个爆款背后,都是对某一种情绪、某一种需求的精准捕捉。

而“懂人”的能力,不是品牌单方面能做到的。“这是城市与企业协同共建生态的成果。”黄偲说。一方面,城市提供了深植的消费文化、相对较低的生活成本、开放包容的市场环境,以及政府精准的扶持引导;另一方面,企业反哺城市,带来产业集聚、就业创造和文化升级。二者形成正反馈循环,让长沙成为一个越懂消费者,也越能长出好品牌的地方。

如今,这种生态还在持续进化。跨界融合正在加深,“新消费+”模式与文旅、体育、教育、康养等产业深度联动。供应链也在向上突围,本地品牌逐步完成从选品到造品、从代工到自有工厂的转型。出海同样在加速,从品牌走出去转向文化走出去。

懂人、重供应链、与城市共生,才是这座城市一步步走向长红的底气。

链接

品读长沙古韵新潮

2026 全国影响力新媒体总编辑长沙行打卡潮宗街

一街承千年,一眼见古今。6月14日,“青春长沙 引力之城”2026 全国影响力新媒体总编辑行活动走进长沙潮宗街历史文化街区。本次活动由中共长沙市委宣传部指导、中共长沙市委网信办主办,潇湘晨报融媒体中心承办,集结全国影响力新媒体总编辑,深入长沙文旅名城的城市肌理与烟火生机,借力全网传播势能,持续擦亮“青春长沙”城市名片。

潮宗街位于长沙市开福区,西起湘江路,东止黄兴北路,是长沙仅存的4条麻石路之一。原长511米,今存约400米,宽9米,是旧时长沙最宽的街道。“不入潮宗门,不进长沙城”,潮宗街地处五一商圈与万达商圈的交汇辐射区,在繁华都市腹地,这条千年古街沉淀出独有的慢生活格调,是市民游客溯源湖湘历史,感受潮流文化的城市坐标。

总编辑一行漫步百年麻石古街,深度品读街巷文脉。三贵街29号的时务学堂旧址,曾是梁启超、谭嗣同讲学之地,蔡锷等诸多名人皆求学于此。1920年,毛泽东在潮宗街56号租了三间房,创办了文化书社,传播新思想、新文化。这里也是韩国“国父”金九开展抗日救国活动的重要据点,他在此凝聚力量、坚守抗争。如今,这片承载着峥嵘过往的街巷,成为不少韩国游客到访长沙的热门打卡地。

老街之内,人文风貌多元共生。民国戏楼静静伫立,诉说着老长沙市井曲艺的繁盛过往;真耶稣教会堂、九如里公馆群等特色建筑错落排布,中西建筑美学交融碰撞,见证着长沙包容并蓄的城市品格。千年以来,历史文化、红色文化、民俗文化、外事文化在此交织沉淀,让潮宗街成为底蕴丰盈、独树一帜的湖湘人文高地。

如今的潮宗街立足“文艺+多元体验”定位,聚焦多元化业态差异化布局,吸引近300家特色品牌店铺入驻。新潮文创、特色餐饮、网红潮店、文艺空间等多元业态陆续入驻,老街街巷被赋予年轻化、时尚化、潮流化的全新表达。络绎不绝的市民游客漫步麻石古街,沉浸式感受古今交融的独特氛围,老街在烟火人气中焕发蓬勃生命力。

凭借深厚的文化底蕴与亮眼的城市更新成果,潮宗街先后获评国家级旅游休闲街区、湖南省历史文化保护示范片区。未来,潮宗街将持续深挖湖湘文化、激活文旅消费活力,全力打造长沙城市名片与湖湘文化对外交流的会客厅。

潇湘晨报·晨视频记者王丽姣