

约上好友来这里PK吃辣条

麻辣王子首家辣条体验店开业,迷你辣条车间一天可生产10万根辣条

潇湘晨报·晨视频记者李轩子 报道

长沙又添新网红打卡点!

这两天,如果你路过长沙万家丽商场,很难不被一楼那条长长的队伍吸引。一群年轻人不是为了奶茶,不是为了面包,而是排队参与“刺激闯关”。

7月10日,麻辣王子首家辣条体验店在长沙万家丽商圈正式开门营业。有别于传统货架式销售,这家店设置了一间亮堂堂的透明小车间、四道刺激挑战。

将8平方米的迷你车间搬进商场

走进麻辣王子首家辣条体验店,消费者首先可以参与各种刺激挑战。麻度挑战、辣度挑战、麻辣度挑战,以及穿越辣条火线挑战,四种玩法依次排开,充分调动消费者视觉、嗅觉、味觉等感官体验,让人跃跃欲试。

最吸睛的,是店内设置的“迷你辣条车间”。和面、挤压熟化、拌料调味……经过一台自动化生产设备,面粉迅速“化身”为一根根麻辣鲜香的辣条。通过透明的玻璃,消费者可以看到辣条制作的每一个环节,并吃到新鲜出炉的辣条。



迷你辣条生产车间。



麻辣王子周边产品。

据了解,该车间仅占地8平方米,按照制药级GMP洁净车间标准打造,车间内的辣条生产机器由辣条发明人耗时120天研发而成,2个平方米的设备每日最多可生产出10万根“麻辣王子”。

现场气氛火热,有人在迷你辣条车间前驻足拍照,有人组队展开吃辣条PK,也有挑战者被10万辣度的辣椒油辣得满脸通红,仍笑着直呼过瘾。

长沙市民袁先生感慨:“以前买辣条都是拿了就走,但在这里可以边逛边玩,挑战项目一个接一个,体验感完全不一样。”

不只卖辣条,更卖“情绪刺激”

作为麻辣王子品牌打造的首家沉浸式辣条体验空间,该体验店集品牌溯源、情绪释放等于一体,将辣度挑战区域与消费场景自然融合,让“吃”变成一场可玩、可感、可晒的全新体验。同时,门店还独家上线了多款麻辣王子产品和周边。

那么,这家辣条头部品牌,为何专门开设线下体验店,把生产线搬进商场?

麻辣王子线上营销总监张子龙接受记者采访时表示,首家线下体验店的开业是麻辣王子的一次全新尝试,线上消费与线下体验有本质不同,线下能直接触达消费者,让品牌更直观地理解他们的真实需求,也能真正实现“双向奔赴”。

换句话说,这里提供的远不止一包辣条,更是一场辣条体验之旅。消费者不仅是在为产品付费,更是在为体验、情绪和社交价值买单。

张子龙说:“以往,消费者购买辣条时,最常担忧的是原材料和卫生问题。而通过打造这间线下体验车间,我们希望让生产过程‘透明可感’,让产品更加贴近消费者。”



麻辣王子线下首店开业,吸引了大量消费者。



消费者PK吃辣条。组图/受访者提供

零食店正在变成“游乐场”,长沙又走在前头

事实上,麻辣王子的这一步,恰好踩中了行业变革的节拍。

当前,场景化、体验化升级是休闲零食市场的发展趋势,卤味、烘焙、量贩零食等品类头部品牌纷纷入局打造线下主题店。长沙作为新消费的策源地,场景创新活跃、年轻消费力集中,为零食业态升级提供了绝佳土壤。

与传统零食店的陈列式售卖不同,在长沙,零食消费正从“顺手购买”转变为“可逛、可拍、可玩、可买”的沉浸式体验,成为游客们心中可以打卡的“游乐场”。

越来越多新场景争相上线,为市民游客提供丰富的打卡选择。量贩零食巨

头鸣鸣很忙打造超1.3万平方米空间、汇集6500+全球品牌的零食王国;金粒门、几多全等新兴新鲜零食品牌聚焦健康需求,以开放式体验空间增强社交属性与消费黏性;长沙望城经开区旺旺Special体验馆计划年内启幕。可以说,零食正在被重新定义,从货架上的商品,变为一场可参与、可感知的现场体验。

“现在的零食早已超越了零食本身,越来越多人是在为情绪买单。”张子龙表示,未来麻辣王子将聚焦消费认知和消费体验提升,包括开展IP合作、联名,保持门店的新鲜感和吸引力,持续引领行业健康发展。

371人共享一个“家”

从长沙西二环辅路拐进栗树巷,繁华倏然褪去,换成老旧的平房与二层小楼。再行300米,右转入东升路,这里,藏着一个独一无二的“迷你”社区——望城坡街道望麓社区。这片仅22亩的土地上,生活着150余户居民,常住人口371名,其中半数都是年过六旬的老人,多数为残障人士。

54岁的社区工作人员彭自敏刚挂断电话,她应道:“刘爹爹家漏水啊,好,我马上就来。”她转身往里走。

筒子楼下,几位视障阿姨围坐纳凉,彭自敏挨个打招呼:“王姨,药恰了冒(吃了没)?”“刘姨,您这辣椒长得真好嘞”……老人们虽看不清她的脸,却听得出她的脚步声。

了没)?”“刘姨,您这辣椒长得真好嘞”……老人们虽看不清她的脸,却听得出她的脚步声。

这社区的根,要从1958年说起。

几位视障人士凑在一起,办起盲人教学工厂,自带伙食学织罗布手巾,只求自力更生。谁想竟真做出名堂,买下如今这块地,逐渐扩产,还吸引不少长沙及周边的残障人士前来就业谋生。

创始人之一、彭自敏的父亲彭运福记得清楚:“那时四成健全员工,六成残障员工,有的看不见,有的说不出话,有的腿脚不便,可没有一个人等靠要。我

们做过纱布手套、红砖、钉子、剪子……鼎盛时员工有两百多人。”

说书出身的胡玉梅,原先靠弹词糊口,后来手艺难以为继,便进了厂,从学徒做起。“工资虽不高,可同工同酬,有时还比普通员工高。”

后来,老厂停业改制,厂子没了,“工厂”还在。2002年,望麓社区成立。

老人们吃饭,有老年食堂;生病了,家庭医生上门,工作人员把每日药丸分装成小包;屋顶漏水、电器罢工,一声招呼,维修工就到。

2014年,长沙地铁2号线开通,彭自

敏冒出一个大胆念头:带老人们坐地铁去橘子洲。她挨家挨户问意愿,组织“一对一”志愿者,邀请子女同行,对接地铁站协助……前后忙了无数细节。

最终,三十多位老人第一次踏上地铁,第一次真正“出去玩”。

有人摸到车厢扶手激动得直抖,有人嗅到湘江的风湿了眼眶。“他们心里都渴望出去,更盼着和老同事聚一聚。”此后,春游秋游成了惯例,每年三到四次。

居民楚妮妮说得实在:“以前厂子是单位,也是家;现在社区就是单位,就是家。”

(湖南湘江新区)