



全国每3份零食就有1份来自湖南

长沙又跑出消费新物种,开一家火一家

潇湘晨报·晨视频记者李轩子 报道

7月22日,湖南省商务厅三楼,全省休闲食品及休闲服务业企业座谈会召开。

鸣鸣很忙、盐津铺子、麻辣王子、金粒门、几多全(黑色经典)等知名休闲零食品牌悉数到场,政企面对面,一起为湖南休闲食品产业亮家底、找短板、定方向。

在这场座谈会上,几多全说起了一段往事:“黑色经典是大学生创业。2010年,我们当时在长沙摆摊,有幸获得了团省委、长沙市委、市政府的基金支持,才在步行街开了一家小店。”

“作为扎根湖南的企业,我们真正感受到,湖南是一个让梦想被接住的地方。”几多全联合创始人李宗文接受记者采访时说。

中国零食版图上,湖南已占据半壁江山。数据显示,2025年,全省休闲食品总营收突破1500亿元,稳居全国第一梯队。全国每卖出3份休闲食品,就有1份出自湖南。

如今,这个千亿产业又跑出了新物种——新鲜零食。

它和你印象里的零食店完全不一样,只卖保质期3—7天的现制零食,配料表干净到不用翻,操作间透明到看得见师傅操作。

以金粒门、几多全为代表的长沙新鲜零食,正在全国掀起近乎现象级的排队潮。金粒门华南首店落地深圳,开业当天货架被搬空;几多全合肥首店单月营业额突破600万元。

但真正让行业兴奋的,不是长沙跑出消费新物种,而是从茶颜悦色到文和友,从鸣鸣很忙再到金粒门、几多全,长沙正在反复验证一件事:这里拥有全国罕见的消费创新土壤。



有游客买行李箱“进货”。

游客买行李箱进货

7月23日,长沙国金街。金粒门收银台前排起长队,每个人手里拎着满满一筐。

香辣魔芋丝、酱板鸭、瑞士卷等短保质期零食在冰柜中一字排开,一侧的透明操作间里,鲜奶原叶茉莉等饮品正被现场制作。

饮品尤为火爆,刚摆上货架就被迅速拿空。补货员端着筐子来回穿梭,有人在旁等着补货。

来长沙旅游的小吴,当天返程广州,一大早特地买了两个空行李箱,想着趁上车前再多囤些长沙特产。

刚进金粒门她就挪不动脚,香辣魔芋丝、牙签牛腱肉塞了满满一筐,现制的鲜奶茉莉冰酿拿到手还是冰的。

几大袋刚拎出门,没走几步,她又被几多全门口的长队勾住了脚步,又装了一袋鲜卤鸭翅、锁鲜臭豆腐、黄油鸡蛋卷。最后,她买的两个行李箱全塞满还不够,还得额外拎几个袋子。

这种热闹,早就不只在长沙上演了。

2021年创立于长沙的金粒门,于今年5月走出湖南。南京首店开业首日,就被年轻人挤满,三天营业额破100万元。不到两个月又杀进华南,华南首店落地深圳开业当天,货架被抢空。截至7月中旬,金粒门全国直营门店已达30家,覆盖湖南、江苏、湖北、广东、江西等省。

长沙知名小吃品牌“黑色经典”的母公司伍爱集团孵化了几多全,于2025年3月开出首店。截至目前,全国门店已突破155家,覆盖湖南、重庆、四川、江西、浙江、广东、广西、贵州等14个省和直辖市。合肥首店单月营业额突破600万元。

从长沙走出的新鲜零食,几乎开一家火一家,成为各地商圈的标配。显然,这已经不是一个品牌的运气,而是新鲜零食这个赛道的爆发。



金粒门国金街门店。

金粒门员工在补货。

组图/记者李轩子

新鲜零食巨头,为什么纷纷从长沙长出

新物种从长沙长出来,不是偶然。

新鲜零食最重要的七个字是,短保、现制、少添加,这背后是一整条供应链的硬仗。

一方面,3至7天的短期保质期,决定了必须配套全程冷链、高频配送和本地化短链体系;另一方面,现制业态需要成熟食品加工产业支撑。不是每个城市都接得住这套打法。

数据显示,作为湖南特色优势产业,休闲食品行业历经多年深耕,拥有辣条、休闲鱼制品、卤制品三大优势品类,集聚企业超2000家。

“我们不是突然切入新鲜零食赛道,而是从2019年就开始探索。一开始,我们开过新鲜零食量贩店,后来也尝试过奶茶+零食、鲜茶+鲜零食等多种模式。”李宗文接受记者采访时说。

在他看来,长沙拥有深厚的食品产业链底蕴,为短保零食提供了强大的供应链支撑。几多全依托本地供应链实现

快速扩张,34家湖南工厂支撑上百个SKU,其中24家在长沙。

不过,产业基础只是一方面。真正让这个模式跑起来的,是湖南把“支持”两个字落在了真金白银上。

“作为扎根湖南的企业,我们真正感受到湖南是一个让梦想被接住的地方。”李宗文回忆。

团队初创时,几个刚毕业的大学生缺资金、缺资源、缺技术。“共青团省委批下来创业扶持资金6万元,长沙市政府也发放了大学生创业补贴。湖南不看出身,只看创业热情。因为有这笔钱,公司的业务才能顺利启动。”

当年被接住的人,如今也有能力托举别人了。

据悉,几多全已向湖南省青少年发展基金会捐赠1000万元,正式启动“几多全砺行基金”,专项支持青少年成长发展,希望能帮助到更多自强不息有梦想的青少年。

提振消费,湖南正在“造需”

新鲜零食的发展,从来不是单一品牌的突围。

几多全、金粒门已率先启动全国化试水,绝味食品、茶颜悦色等本土品牌也陆续开出新鲜零食首店,越来越多的玩家正争相涌入这条赛道。

一个细分品类,何以在短短时间里吸引如此多的人局者?

答案藏在长沙特殊的消费土壤里。

盘古智库高级研究员江瀚向记者表示,长沙作为“房价洼地”,年轻人的消费心理负担小,对吃喝宽容度高,让零食品牌得以在此完成早期的市场验证与模式打磨。

一个品牌在长沙跑通了,复制到全国几乎很少失手,茶颜悦色如此,鸣鸣很忙如此,今天的金粒门、几多全同样如此。

这背后所揭示的是,扩大内需,提振消费,湖

南不以简单的促销刺激“花钱”,而以优质的场景供给“造需”,打开消费新空间。

7月29日,湖南省商务厅召开2026年上半年全省商务和开放型经济形势分析会。记者从会上获悉,上半年,长沙作为全国新消费的标杆城市,涌现出新势力、新风尚。

比如,入选全国首批“电影+”消费综合试点城市,推出“票根双循环”机制促进观影消费;又比如,安克创新、鸣鸣很忙等4家本土商贸企业赴港上市,兴盛优选等3家企业入选2026中国独角兽企业榜单;还比如,引入首店175家,零食王国、TX长沙等新消费场景落地。

这些都是湖南新消费最值得被看见的叙事:不是靠政策刺激“花钱”,而是靠产业厚度、政策温度和城市包容度三者叠加,让新业态自己长出来,让新场景自己跑出来,让消费的新增长点一个一个冒出头来。

