

# 新消费圈粉年轻人

刚过去的“五一”假期，小长假带来的消费热情在湖南长沙升温。4月29日，长沙黄兴南路步行街商业管理有限公司副经理谢启智说，为更好升级消费体验，步行街业态也在谋求变化。密室逃脱、剧本杀等体验式娱乐已逐渐成为步行街业态也在谋求变化。密室逃脱、剧本杀等体验式娱乐已逐渐成为步行街业态也在谋求变化。

本报记者 刘麟谢瑶

天心区是长沙人气旺盛的商业中心区。近年来，天心区构建“两商圈一中心”产业布局，各类商业网点突破2万户，五一商圈日均客流量达50万人次，培育了文和友、茶颜悦色等一批新消费品牌，获评第一批“国家级夜间文化和旅游消费集聚区”，其太平历史文化街入选“首批国家级旅游休闲街区”。

天心区的新消费得益于年轻人的助力。美团发布的《中国餐饮大数据2021》研究的10个重点城市中，长沙25岁以下线上餐饮消费群体占比高达32.9%，位列10座城市之首。目前，天心区正努力将五一商圈打造成湖南首个千亿级国际化商圈，通过建生态、做场景、降成本、优服务、搭平台等构建高质量发展的新消费产业体系，用年轻、活力、富有创造力的新消费品牌实力圈粉“Z世代”，引领新消费潮流。

## “场景力”激活潜力

近年来，短行程、慢休闲、高品质的“微度假”逐渐成为出游热点。“小长假不想出远门，抱着试一试的想法，带着我家‘吞金兽’打卡了被安利很久的网红室内动物园，优质的体验让我轻松了一天。”说起地处天心区五一商圈、占地4000平方米的Zoolung Zoolung主题动物园，长沙市民王磊意犹未尽，“除了孩子，我和妻子也觉得特别新奇，没想到市中心的商业大楼里能建这么大的动物园。室外动物园去过不少，但是这种做成场景式的动物园，我还是第一次见”。

5月9日，记者来到Zoolung Zoolung主题动物园。在这里，根据不同动物的生活习性和生活环境打造的20多个主题各异的场馆，入住了来自世界各地的上百种可爱小动物，吸引了不少游客前来观赏打卡。行至动物互动体验区，游客们还能领取食物与小动物零距离亲密接触。“Zoolung Zoolung是长沙首家室内动物主题公园，在园内游客们不仅能看到、摸到这些动物，还可通过我们开设的科普课堂更加深入地了

解这些动物的知识。我们的消费群体不仅有小朋友，还有很多年轻人。”动物园负责人刘婉婧告诉记者，主题动物园与商业综合体融为一体，形成了可让消费者一边打卡赏景、一边购物的新消费场景，颇受年轻消费者欢迎。

“在新消费时代，场景即消费，渠道即产品，需要的是爆款IP引流。为激发消费潜力，助力消费升级，我们积极支持、引导商家发展多元融合业态，打造多元融合新消费场景。”天心区商务局副局长、局长彭明霞说，随着新消费的蓬勃发展，天心区正涌现出一波以年轻消费者为中心、自带话题传播的新消费场景。4月29日，该区对外发布将打造湖湘文化与湖湘商贸融合发展会客厅的“前行·太平粮仓”，以夜店、新能源、餐饮新型业态组合的“云玺潮汇”，以及集产、研、品、创、推、销、投于一体的“盘古新潮直播城”三大自带流量的新消费场景，以“场景力”赋能新消费产业的蓬勃发展。

## “数字化”提升体验

夜幕降临，黄兴南路步行街街头处的茶颜悦色、炊烟小炒黄牛肉休闲餐饮品牌门前陆续排起了长队。人群中，不少是慕名而来的年轻游客。作为来长沙旅游必到的打卡地之一，黄兴南路步行街每日车水马龙，人流如织。

庞大的客流量为这里带来巨大经济效益的同时，也面临着新的挑战和变局。2020年7月，黄兴南路步行街入选第二批国家级改造提升试点步行街名单。为加快业态升级，天心区利用新一代信息技术以及先进设备打造数字化街区，构建有智慧、有体验的新型智慧商圈。

“智慧”的商圈是什么样的？走在黄兴南路商业步行街，随处可见的路灯杆看似不起眼，却大有用处：它以智慧物联网设备为基础，能查看设备是否在线、路灯的平均亮度、电源温度、是否故障等信息，并监控安全状态、交通状态等；同时，每个智慧灯杆上还留有USB接口，为游客提供移动设备供电，保障游客的出行体验。在步行街管委会内，黄兴南路文旅商务区服务管理平台的大屏幕上，可通过定位时间、锁定游客位置形成步行街内的实时客流人数和客流热力分布动态图，并关联移动大数据

据获取客流来源、驻留时长等内容，直观量化展示步行街范围内游客数据，辅助管理单位完成街区客流分析、游客引流。此外，黄兴南路步行街在全省商业街区率先实现5G网络全覆盖。并与百度、喜马拉雅、九次方等互联网、大数据企业探讨合作，打造全国第一条有声步行街，不管走到哪里，只要扫码就能收听长沙的人文历史、自然景观介绍，让游客获得“走过一条街 了解一座城”的享受。

“年轻化、有创意、有创新，要有硬实力，才能让步行街保持长红。”长沙黄兴南路步行街商业管理有限公司副经理谢启智说，为更好升级消费体验，步行街业态也在谋求变化。密室逃脱、剧本杀等体验式娱乐已逐渐成为步行街业态也在谋求变化。密室逃脱、剧本杀等体验式娱乐已逐渐成为步行街业态也在谋求变化。

## “新环境”提振信心

五一商圈作为网红长沙的流量高地、新消费的主战场，近年来，催生了一批又一批新消费生力军。“长沙的新消费品牌有一种现象：抱团发展。品牌创始人互相都很熟悉，经常也会有品牌联动，这是一个很好的氛围，有不同于一线城市的包容性，也有更多可能性。”新消费品牌墨菜点心局副总裁李杨说，不同行业、不同赛道的新消费企业在五一商圈抱团共生，形成了独具特色的产业生态圈。

4月29日，由文和友、茶颜悦色、黑色经典等百余家新消费模式企业联合组建的“长株潭新消费联盟”在天心区成立。“长株潭新消费联盟”将通过资源整合培育、带动一批新消费企业，激活一批新业态，加速企业抱团成长。作为在天心区成长起来的新消费企业，我们很幸运，对企业发展更有信心。“长株潭新消费联盟”首任盟主——“黑色经典”CEO卢路成说，底气和信心来源于天心区政府营造的新环境和出台的新政策。

《天心区关于促进新消费产业发展十条措施》正式发布，从支持新消费企业集聚发展、创新发展到示范引领，鼓励传统企业转型发展等10个方面推出“真金白银”助企措施。其中，“鼓励有影响力



的新消费品牌在天心区开设首店，一次性给予1万元至200万元奖励”“每年定期评选具有突出贡献或重要创新的新消费经济人才，可享受租房、购房补贴、子女入学等综合服务”“鼓励传统品牌与区域文化结合开发产品、创新品牌，给予最高不超过30万元的奖励”等措施为企业纾困解难、持续健康发展提供了有力支持。

同时，天心区还成立湖南天鑫优服企业服务有限公司，上线“长株潭新消费企业服务平台”，在降本增效、信贷融资、人力资源等方面为新消费企业提供精准服务。

图① 长沙市天心区海信广场。

(资料图片)

图② 长沙一家新消费品牌门店前经常可见排队的人。

本报记者 谢瑶摄

# “风口”过后更稳健

谢瑶

## 市场瞭望

近年来，新消费品牌如雨后春笋般涌现。长沙凭借着茶颜悦色、文和友、墨菜点心局等新消费品牌的出圈，在新消费行业里声名鹊起，红遍全国，称得上是消费新势力中的“网红”，2021年长沙新消费赛道融资呈现井喷式增长，仅上半年融资金额就达236.5亿元，相当于之前5年来长沙新消费融资总额的68%，远超2020年。

然而这股新消费的热浪在进入2021年下半年之后，随着投资数量与融资金额下降开始出现遇冷迹象；进入2022年，长沙新消费市场明显降

温。“之前热度太高了，经过市场的沉淀，投资者和消费者逐渐趋于理性。”业内人士认为，新消费企业在经过快速发展期之后，市场竞争程度日趋激烈，产品创新速度有所减缓，产品质量体系还不够完善，消费者的新鲜感逐步降低。此外，新冠肺炎疫情进一步加剧了外部环境的不确定性，人流、物流受到较大制约，使得新消费品牌无法获得更多曝光，这也是遇冷的原因之一。

市场不缺新赛道，新消费也不缺新创意。长沙在市场热潮散去回归理性后，该何去何从？新消费企业如何走过风口，保持品牌的可持续发展？

后疫情时代，新消费面临新一

轮升级。优化提升品牌的同时，还应提升真正促进消费升级的产品服务。一方面，优化软硬件设施，根据企业自身属性，打造不同的新消费场景挖掘消费潜力。比如，在露营场景下，企业可开发相关的周边产品与服务；民宿品牌、新能源品牌可举办主题活动，创造新的消费场景等，从消费场景的市场存量中获取品牌增长的机会，持续提升新消费购买力。另一方面，围绕消费者需求，优化供给内容和结构，通过多品牌、多商场甚至多街区联合，取长补短，推动首店、首发经济集聚，共同壮大市场，不断强化新消费购买力。

新消费是四位一体的，政府、企

业、市场、社会缺一不可。只有四位一体的框架一起做起来，新消费潜力才能得到最好的释放。今年2月份，长沙发布《关于创建国际性消费中心城市的实施意见》，明确到2026年，要培育形成1个具有国际影响力的千亿级核心商圈和10个以上百亿级重点商圈等。作为长沙新消费品牌聚集地的天心区，可通过编制发展规划、出台专项政策、加大招引力度、搭建服务公司、打造新消费场景、举办品牌活动、强化人才培养、成立新消费联盟等举措，加强对新消费企业的服务和政策支持，在多方面助力长沙创建国际消费中心城市的过程中，引导新消费企业走过风口，稳健前行。



图③ 在长沙室内动物园Zoolung Zoolung互动体验区，游客在与小动物亲密接触。

图④ 位于五一商圈的黄兴南路步行街各色潮店一应俱全。

本报记者 谢瑶摄

本报记者 谢瑶摄

# 时令野菜站“C位”

本报记者 雷婷

随着气温节节攀升，关中平原绿意盎然。市民用舌尖品味、用脚步丈量春天，尝时鲜、踏青游兴致渐浓。记者走访发现，槐花、香椿、荠菜、芦笋、蚕豆……时令野菜琳琅满目，占据了西安多个商超、社区菜市场的“C位”。

近日，在西安碑林区小南门便民市场，记者看到时令野菜品种丰富，其中，堆成“小雪山”的槐花最引人注目。“槐花咋卖？”“8元一斤。”“来两斤槐花，我回去做麦饭。”西安市民王阿姨经验老到地买了两斤似开非开、含苞欲放的槐花。

“吃槐花就是找寻儿时春天的味道，最好的做法就是槐花麦饭。”西安市民王梅梅告诉记者，“将槐花和面粉、玉米面拌匀，蒸锅上放蒸笼布，上锅蒸10分钟到15分钟，出锅加入辣椒面、蒜泥、

芝麻、热油淋上去，那滋味美得很。”在多个摊位，除了槐花，还有香椿、苜蓿、芥菜、荠菜、白蒿等野菜。有野菜售卖的摊位备受青睐，不少市民都在购买，价格从几元到十几元不等。在采访中，记者了解到，3月底、4月初时，野菜价格高些，再之后上市，品种多了，量也大了，价格就下来了。

随着春夏之交的到来，城市里菜市场的时令野菜逐渐减少，可清凉的山里还是“美味天堂”。“小时候，老家的房前屋后都种着槐树，比起菜市场买现成的，父母更喜欢打槐花、挖野菜。”西安市民吴菲菲的父母今年60多岁，近期每到周末就喜欢全家一起去秦岭北麓一线的乡村或者老家铜川踏青会友。和吴菲菲一家一样，“五一”假期，

西安不少市民选择就近旅游，到城市周边赏花、住民宿、露营等。“近一段时间来住宿和吃饭的游客特别爱点野菜，做法主要是凉拌和炒鸡蛋，像春季菜单里32元的松仁野菜、45元的外婆菜炒鸡蛋基本每桌都点。”西安市引镇街道龙渠村的“陌上花栖”民宿管家韩宵告诉记者，民宿主打秦岭生态菜，野菜由镇上专门的农产品供货超市供货，种类不少，香椿、芥菜、荠菜、仁菠菜……节假日每天要接待40桌，每桌6人到8人。

当下，时令菜受到消费者追捧，商家们认真研究大众消费心理和消费习惯，商品和销售方式的多样性不仅满足了消费者需求，更提高了“限定”时令菜的经济价值。

记者5月5日在西安市碑林区的一家盒马春菜售卖点，看到杨凌生产的200克香椿净菜售价是14.9元。工作人员告诉记者，因为保质期短，超过一半的春菜都选取本地周边基地供应。今年2月底，陕西渭南生产的本地绿香椿，每100克售价是10元左右，荠菜、香椿这些本地供应的春菜都能提前两周上市。为了让消费者吃到更多种类，还增加了空运外地春菜，像宁夏的枸杞芽、苏浙沪地区的马兰头和草头、云南的茉莉花等，都是通过空运来到西安，陕西的槐花和榆钱也将卖到全国各地。时令蔬菜补充本地供应，极大地拉长了供应时间，也增加了供应品类，春菜供应可以从2月一直延续到5月。