

长沙“新商潮”

◀(上接1版)

起源于长沙的一家新中式茶饮“头部”品牌,十几年来还只是一家30平方米的小门店,如今在五一商圈核心地带几乎“十步一店”,以高密度覆盖抢占客流入口。

今年2月,另一家号称“全国最大”、占地1600平方米的奶茶品牌旗舰店在长沙开业,把即取即走的奶茶店变成游乐园,与本土企业同场竞技。

恰如武侠小说,全国各路茶饮巨头来长沙“华山论剑”:有的聚焦柠檬茶、鲜果茶等单品,靠极致细分赛道突围;有的打造多品牌矩阵,覆盖不同消费层级;有的把战线从核心商圈黄金点位,延伸到社区场景。

“吃喝”赛道硝烟未散,主打“玩乐”的商场领域,竞争早已迭代升级。

30余年前“名扬长沙”的商场“五虎”,如今命运殊途:有的早已清盘退场,有的在低谷徘徊,有的正蛰伏重生。斗转星移间,长沙商场的竞争从未停歇,反而随着消费需求的变迁,不断催生新场景、新业态。

2012年4月,悦方IDMALL落子坡子街与黄兴路步行街交会处,占据长沙人气最旺、“商业浓度”最高的核心地段之一。

新的竞争对手很快出现。2018年,长沙国金中心横空出世,爱马仕等顶奢品牌云集,体验式业态让人眼前一亮。人文学艺术和商业深度融合,国金中心迅速跻身城市新地标,直接分流区域内众多竞争对手的核心客群。

此后,高品质商业综合体密集入局长沙,一批老牌购物中心渐显疲态,客流下滑、品牌流失等难题接踵而至。

转型,迫在眉睫。

一度举步维艰的悦方IDMALL重振旗鼓。它将目光锁定“Z世代”,并跳出传统“盒子商场”思维,打造二次元街区、国风市集,陆续投入沉浸式剧本杀、电竞馆、室内攀岩等多元体验业态。

如今,长沙面积超过5万平方米的商业综合体已达77座。一场围绕定位、体验与格局的较量,仍在上演。

新在颠覆

价格战、规模论、流量经——那些曾被奉为圭臬的策略,在新竞争格局中,似乎不再奏效。

那么,究竟谁能穿越周期,在“新商潮”的大洗牌中突围?

带着这一疑问,记者走访数十家新老品牌,采访行业协会、政府主管部门,研究机构与不同圈层的消费者,试图拆解当下商业竞争的底层逻辑——如何颠覆向“新”?

——第一重颠覆:告别“大而全”,消费者爱上“小确幸”。

走访中,不少消费者表示,在做消费决策时,他们在乎的不是店规模有多大,名声有多显赫,而是“能否懂我”。比起“大而全”,他们如今更愿意为场景买单、为情绪复购。消费者需求在极度细化,涉及情绪、审美、精确场景的非标准化需求逐渐显现。

“市场的核心逻辑,已经彻底从供给驱动转向了需求驱动。”长沙新消费研究院产业研究负责人黄德表示,传统竞争靠大规模、标准化生产做大行业蛋糕,拼的是“多生产、多卖货”的渠道优势;时下,品牌竞争的胜负手在于能否找到一块蛋糕,然后精雕细琢,在存量市场中挖掘细分领域的增量。

这种“指尖式”精准突围,让长沙一众本土品牌跳出同质化竞争,快速成长为细分领域的绝对“头部”。与其广撒网、盲目铺规模拼价格,不如做小众品类的霸主。

——第二重颠覆:击碎地理“护城河”,比拼无处不在。

“以前喜欢囤货,现在,需要什么手机随时下单,不一会儿就能到家门口。”长沙市民彭利君说,如今消费变得更灵活、轻量、碎片化。

数字化浪潮的席卷下,直播电商、短视频电商、即时零售等新业态、新模式蓬勃发展,地段优势不再是品牌的“避风港”,竞争对手可能不再是隔壁商场,而是千里之外的云端直播间、线上店。

在这场“去中心化”的竞争中,品牌能否打破地域边界、练就全场景全域渗透的生存本领,愈发重要。

——第三重颠覆:戳破流量泡沫,回归商品本质。

“在信息过载的当下,消费者越来越不喜欢推销,单纯的营销‘种草’,也很容易引起他们反感。去营销味、‘活人感’强的内容型推荐,才是年轻人喜欢的。”探店博主李梅告诉记者。

随着大众的消费认知与决策愈发成熟理性,对品质消费的需求远胜以往。“流量为王、吆喝制胜”的幻象被打破,商业竞争正在回归产品与服务的本质,不再看“谁叫得响、流量多”,而是看“谁钻得深、产品硬”。

终极比拼在于“人”

当流量红利逐渐退潮,商业竞争的外



游客在长沙市天心区太平老街游玩。

湖南日报全媒体记者 董臻熙 摄

部坐标全面重构,一个更核心的命题也随之浮现:当竞争回归本质,真正能穿越周期、保持胜出的品牌,拼的究竟是什么?

多位受访的行业专家、企业负责人一致认为:供应链、产品、渠道、营销都是必要条件,但终极比拼,拼的是“人”。

一拼读懂“人心”,洞察新时期的消费者刚需。

“消费者的需求,已从功能性需求升级为情绪共鸣、文化共鸣及精神共振的价值需求,性价比转向价值比。”长沙新消费研究院院长张丹丹认为。

在黄德看来,大众的消费观念正朝着“极致务实”与“极致务虚”两个方向同步演进。

“务实,是针对高频刚需的日常消费品,呈现出对性价比、质价比更高要求的要求,决策更趋理性;务虚,是针对兴趣、体验、精神满足相关的品类,对情绪价值、文化认同的需求更加强烈,并愿意为之买单。”黄德说,用一句通俗的话来说,就是“该省省,该花花”。

这种看似矛盾的消费心理错位,恰恰折射出当下所比拼的,要么把供应链效率做到极致,精准匹配消费者的理性需求;要么把用户共情做到极致,精准满足消费者的情绪需求。

二拼激发创意,跳出“内卷”重围。

尽管市场竞争呈现出理性回归的一面,但“内卷”仍是挥之不去的高频词。一旦某个赛道释放红利,不少只想捷径的商家就蜂拥而至,市场很快被长得差不多、卖点没区别的同质化产品填满。最后,多数商家被逼着打“价格战”,靠压缩成本、甚至牺牲产品质量换取市场份额。这种情形注定没有赢家:企业利润下降没钱创新,消费者买不到好产品,整个行业只能在低水平里打转。

“‘内卷’的本质是同质化。破解的唯一途径,就是创新。”黄德说,只有摸准了消费者的需求,不断自我进化与迭代,才能用创新打破“内卷”。这种创新性,不光能让品牌在竞争中站稳脚跟,更带着长沙整个消费市场,从过去靠流量吸睛的“网红打卡地”,变成了靠品质、靠价值留人的“长红高地”。

为什么是长沙?

这场席卷长沙的“新商潮”,诞生了一大批活力四射的新消费品牌,也重构了一套全新的商业竞争逻辑。

随着采访深入,一个核心问题引发记者思考:为何长沙能成为全国新消费领域公认的“试验场”,甚至在部分从业者中形成了“新消费要想做起来,先到长沙做实验”的共识?这一问题的答案,也在后续走访中逐步浮出水面。

一边是“无形的手”的力量,深植城市基因的消费文化、相对低生活成本带来的

消费底气、开放包容的市场环境;另一边是“有形的手”的托举,地方政府精准有度的引导、扶持与护航。

——烟火气滋养消费力。

“长沙的新消费,是从烟火气里长出来的。”黄德说,长沙人爱消费、懂生活、会玩乐,是刻在骨子里的天性——哪怕兜里只剩10块钱,也要先花9块钱嗦一碗米粉——这是新消费品牌生长的第一养分。

而敢于消费的底气,离不开这座城市的托举。统计数据显示,2025年长沙市居民人均可支配收入达6.63万元,稳居中部地区第一位;在全国GDP万亿城市中,长沙始终保持着相对较低的房价水平。近10年,长沙累计人口净流入超300万,其中八成均为年轻群体。

“长沙人愿意为热爱买单、为体验付费,勇于尝试新鲜事物、追逐潮流趋势。”黄德说,“敢消费、愿消费、会消费”的群体特质,恰恰是新消费品牌验证商业模式的核心土壤。

——文化基因赋能创新活力。

互联网上,不少网民感慨:“长沙真是太‘会’了!”

为什么长沙能让消费者心动,把消费意愿转化为消费行为?深植城市血脉的文化基因,是不可或缺的核心驱动力。

多位新消费创业者介绍,在长沙,做品牌和做节目的可能是同一拨人:长沙新消费的崛起,与“广电湘军”约30年的行业沉淀密不可分,不少突围的长沙新消费品牌,核心团队都带着文化传媒领域的基因。

更深层的创新动力,则来自湖湘文化“敢为人先、经世致用”的精神内核。中南大学商学院副教授刘佳刚认为,“敢为人先”让长沙创业者不惧试错,“经世致用”则让品牌始终锚定消费者真实需求,把创新落到消费实处,不搞脱离市场的虚浮炒作。

——“放水养鱼”耐心呵护品牌成长。

如果说市场“无形的手”让长沙新消费有了生长的底气,那政府“有形的手”,则以“放水养鱼”的耐心,为这份生长提供了全周期保驾护航。

从解决具体痛点的精准服务,到系统完善顶层政策体系,长沙对消费经济发展的支持层层递进。

2019年,湖南省首个“夜间经济服务中心”在长沙天心区成立,将行政服务延伸至烟火升腾的夜间,各部门主动带领企业对接目标市场的商务部门,争取政策支持,实实在在地帮助企业破解发展难题。

2022年,长沙新消费研究院成立,从行业研究、战略咨询、投资孵化等方面,为新消费企业提供从初创到成熟的全生命周期服务。

2025年,湖南省商务厅、财政厅发布促进湖南首发经济高质量发展的若干政

策措施,创新性提出“支持本土新消费品牌的培育孵化”,通过奖补政策,鼓励本土新消费品牌在新产品、新业态、新模式、新服务、新技术上加大创新力度,让新消费的创新活力进一步释放。

新商潮“竞”出了什么?

近年来,悦己消费、文化消费、体验式消费等新兴业态,如春笋破土,成为消费市场新的增长动力。

在消费市场结构分化特征凸显的背景下,长沙“新商潮”愈演愈烈。多名创业者和研究专家认为,这场竞争绝非传统的“零和博弈”,而是一场重构产业生态、凝聚市场信心的蝶变,不仅激活了本地消费市场的蓬勃活力,更为全国商业升级与消费提质提供了一份火辣真实的实践样本。

——“新商潮”竟出了消费市场“满天星”格局,催生本土实力品牌集群。

2025年,长沙社会消费品零售总额5738.93亿元,同比增长3.9%,增速高于全国平均水平。

过去多年,长沙本土消费市场的竞争,多为外来品牌的渠道争夺和价格比拼,本土商家难成市场主角;而如今,一大批本土新消费企业快速崛起,成为消费市场的新力量。长沙新消费研究院数据显示,目前长沙已有140余个具备影响力与活跃度的新消费品牌,覆盖餐饮零售、美妆体育、原创设计、跨境电商等多个领域,年贡献产值超1500亿元,带动百万级就业。

——“新商潮”竟出了企业适配市场、政府精准服务的真本领。

在湖南省社会科学院研究员郑自立看来,这场“新商潮”,既是企业打磨核心竞争力“练兵场”,更是地方政府把握新的消费经济规律、提升治理服务能力的“试金石”。

“不必为旧业态的自然退出过度焦虑,只有淘汰落后的无效供给,才能为优质创新供给腾出市场空间。”郑自立说,许多企业在市场倒逼中摸清了新时期消费市场的底层逻辑,学会以创新突破僵局;政府则在实践中学会吃透消费经济发展规律,提升精准服务经营主体的能力。

——“新商潮”竟出了行业发展的坚定信心,厘清了消费转型的底层逻辑。

“现在的消费玩法和供给品质,正在全面升级。”有自媒体博主在探店后感慨,比如过去臭豆腐多在烟火缭绕、卫生难有保障的街边小摊,单次消费在五六十元不等。如今一批新锐品牌聚焦对食品安全、消费体验、文化价值的升级需求,不仅打造了精致旗舰店、升级线下体验,更推出半成品、真空包装、礼盒装等多元产品形态,打破了街头小吃的场景限制,撕掉了“低端”的刻板标签,让这道特色小吃成为亮眼的城市名片。

从粗放式的同质化竞争,到以用户需求为核心的品牌自觉,长沙这场“新商潮”,正是消费领域供给侧结构性改革的生动实践,也藏着中国消费市场自我优化、持续向上的希望与生机。

“要让人们敢于消费、乐于消费。”郑自立说,促进消费提质升级,核心是要回归消费本质,聚焦人的真实需求,让消费真正成为承载美好生活、提升生活品质的载体。

长沙这场“新商潮”,表面看是一场品牌之间的短期博弈,实际是一场伴随中国消费升级的长期比拼。大浪淘沙,奋楫者先。这片热土上沉淀的实践,将持续为中国消费市场的高质量发展,提供鲜活可鉴的样本与生生不息的活力。

(载3月27日《新华每日电讯》1版作者:新华每日电讯记者 陈俊 周楠 张裕 常竣斐 本文有删节)



长沙渔人码头夜景。

湖南日报全媒体记者 郭立亮 摄

一城春色,书香醉人

湖南日报全媒体记者 黄煌 通讯员 肖铨倩

春风作伴,开卷有益。3月27日,2026岳麓书会暨第三十三届长沙图书交易会暨湖南国际会展中心开幕。

2月1日,《全民阅读促进条例》正式施行,标志着全民阅读从“政策推动”迈入“法治保障”新阶段。作为“条例”施行后的国内首个大型书展,本届岳麓书会以“春暖三湘 阅启新程”为主题,推动岳麓书会与长沙图书交易会两大品牌实现历史性融合,服务“书香湖南”与文化强省建设。

步入展区,首先映入眼帘的是岳麓书会展区。坐镇主场,湖南出版集团、中南传媒携11家出版发行单位参展,集中推介展示数千种新书好书,涵盖主题出版、人文社科、科普生活、少儿读物等获奖佳作、畅销精品、重点新书,并通过线上线下营销活动、抖音直播、编辑荐书短视频等形式,全面展示湖南“出版大省”风采。

据了解,本届展会主会场展览面积超3万平方米,汇聚来自全国各地的500多家出版发行单位参展,共设置八大核心展区。除岳麓书会展区外,现场还有全国重点品牌图书展区、全国民营出版精品图书展区、全国优秀出版单位展销专区、文创活动区、数智阅读展区、网上直播展区和“书香长沙”全民阅读购书节专区等。

书会友友,为期三天的展会期间,40余场现场活动构成一场密集而多元的思想盛宴。

27日开幕当天举办的第三届“中南好书阅读盛典”以“致敬中南好书,阅览字里山河”为主题,邀请写书人、出书人、评书人、读书人汇

聚一堂。接下来的两天,书会还将迎来多场名家开讲和思想交锋。

“寻访红色山河 感知峥嵘岁月”《望山河》新书发布会,将邀请作者陈晋、黄如军开展创作分享,与读者一同回溯峥嵘岁月,以文字丈量山河辽阔;畅销书作家马伯庸携《历史中的大与小》与读者见面,在宏大叙事之外打捞被忽略的人性微光;第二届全国漓江文学奖获奖作品《泥潭》作者刘楚昕分享创作心路,共话文学与故事;复旦大学哲学教授陈果带来《好的自己》新书分享会,在哲学温暖中引导读者向内探索。湖南大学法学院副院长张海松带来《西游记》人性密码与法律智慧的主题分享,与读者共探古典名著中蕴含的现代性思考;资深历史地理学专家、复旦大学资深教授葛剑雄也将来到书会现场进行专题授课,解读中华文明的时空密码。

作为岳麓书会的经典IP,“书山有麓”阅读市集在现场再次开市,精心构建新时代阅读阵地、图书精选区、少儿创意阅读区、“中南好书”分享区、文学游戏打卡区等分区,咖啡市集、文创市集同步呈现,让读者在书香之外感受生活的丰盈与美好。

2026岳麓书会暨第三十三届长沙图书交易会由湖南出版投资控股集团、中南出版传媒集团、湖南省作家协会、湖南省出版发行行业协会主办,长沙市出版发行行业协会、湖南省新华书店有限责任公司、湖南中南国际会展有限公司承办。

活动将持续至3月29日,市民可趁周末前往逛展购书。

郴州获批国家加工贸易产业园 系我省第二家

湖南日报3月27日讯(全媒体记者 彭可心 通讯员 向娟)3月27日,商务部公布第二批国家加工贸易产业园名单,郴州市入选,成为我省第二家国家加工贸易产业园,为湖南加工贸易高质量发展再添国家重要载体。

郴州市国家加工贸易产业园按照“一园三区”布局,涵盖湖南自贸试验区郴州片区、郴州经开区、永兴经开区,总体规划面积41.66平方公里,重点发展有色金属新材料和电子信息两大主导产业。其中,有色金属产业将依托郴州丰厚的资源禀赋、技术优势及伦敦金银市场协会白银交割品牌等优势,重点发展金、银等稀贵金属精深加工、综合回收利用及贵金属珠宝首饰加工等产业链;电子信息制造方面,园区汇聚了以台达电子为代表的电子信息制造企业,拟重点发展电子元器件与核心部件、消费类整机与智能终端产品,推动电子信息与有色金属、

特别是锂电新能源产业的协同发展。

郴州市商务局局长黄琴表示,郴州将充分发挥国家加工贸易产业园的平台效应,积极主动承接粤港澳大湾区加工贸易产业转移,优化营商环境,持续做强有色金属及电子信息产业链,推动加工贸易转型升级,为全市乃至全省打造内陆地区改革开放高地注入新动能。

郴州地处湖南“南大门”,是我省对接粤港澳大湾区的“桥头堡”。郴州陆港在全省率先推行湘粤港“跨境一锁”快速通关,开通覆盖6国8条海铁联运全程提单线路。“十四五”期间,郴州加工贸易额从114.65亿元增长至362.2亿元,年均增长18.8%,占全省加工贸易比重从16.12%提升至40%以上,自2024年起稳居全省首位。

2021年9月,长沙市加工贸易产业园成为全国首批13家国家加工贸易产业园之一。

智慧监管+制度集成

娄底全链条监管煤矿安全生产

湖南日报3月27日讯(全媒体记者 李梅花 通讯员 陈攀 彭诗琦)近日,在娄底市应急管理局应急指挥中心,值班人员通过煤矿安全生产信息监管平台,实时查看各煤矿井下生产情况。大屏幕上,瓦斯浓度、人员轨迹、工作面作业等数据清晰呈现,数据异常波动就会触发安全预警。

娄底煤矿煤层赋存条件差、灾害因素重,煤与瓦斯突出矿井数量占全省一半。面对这一严峻现实,娄底依托信息化手段,从安全信息监控、领导“包保”责任、风险分级管控等方面精准发力,构建煤矿安全生产全链条监管闭环。

娄底整合煤矿多类独立系统,建成集虹膜识别、人员精准定位、超时智能报警和视频实时管控于一体的煤矿安全监管信息平台,推动安全监管从“被动应对”向“主动预防”转变。平台实行24小时动态监测,实时捕捉井下各工作面生产情况及有毒有害气体

参数指标,精准预警风险隐患。所有报警信息全程留痕,可追溯、可倒查,为风险研判和监管执法提供数据支撑。自去年12月运行以来,平台共发出瓦斯超限等各类报警预警20余次,发现问题隐患15处,执法精准度和响应效率提升30%以上。

娄底坚持“以停促改、严管稳进”的思路,制定煤矿安全监管五项刚性制度。建立煤矿从业人员登记制度,严格核对下井人员矿灯发放记录、出入井登记、人员定位监测检测数据,严防违规下井、违规作业;实行24小时应急值班值守,及时报告处置各类报警信息;明确县级领导、县级应急部门领导、乡镇领导、驻矿安监员四级包保责任,层层传导压力;逐矿列出重大风险管控清单,实行挂牌督办;在压实企业主体责任上,明确关闭、停产、整改、追责四种情形,形成有力震慑。这套“娄底经验”已获国家矿山安全监察局湖南局在全省推广。