



责编/张辉东 美编/吴志立 校读/欧艳

负责，待人热情，乐于助人，孝敬公婆，面对困境，从不退缩，积极进取，这都是您生命延续的象征。

清明，既是悼念的季节，更是重生的季节。我会带着母亲的期望，珍惜拥有，勇敢地面对生活上的每一个挑战。

母亲生前酷爱写日记，也爱好写作，但因为没有时间好好去写作，从未在报刊上发表过，还因没有发表过论文，未评上高级教师，是她的一件憾事。我评上的作文好，也是她的骄傲。记得读初一时，我的一篇作文被《中学生杂志》刊登，她眼角笑开了花，奖我吃了好几个红枣薄荷包蛋。要是现在她还活着，知道我常年有作品发表，不知该有多高兴。站在墓前，我突悟，我思念母亲，灵魂里的痛，是母亲生命的延续，我承载着她的希望与梦想。我要将她的爱与智慧，传递给下一代，让这份爱在时光的长河中，永远流淌。



另一个时空的爱

诗 燕

清明，是另一个时空的爱与我们相遇的时分。特别的日子里有特别的爱，我不仅祭奠母亲，更想与她心灵对话。

站在您的墓碑前，我仿佛能听到您的呼吸声，感受着您给予我生命中那么多的爱，依然存留在我的身体里。您的笑容、您温和的声音、您三十七年乡村教师的教诲，都深深地刻在我的记忆中，成为我生命中向上向善的传承精神。

清明，记忆的碎片拼凑成的一幅画在我眼前流动。每一片碎片，都是一段珍贵的回忆。

我记得，您在当医生的爷爷、当领导的父亲都备受打击，家庭条件不富裕的日子里，用伟大的母爱，拼尽全力让我们全家生活幸福，让我们吃好穿好。您白天上课，晚上又为我们兄弟姐妹处理家务，缝补衣裳。有一年“六一”儿童节要表演，家里爷爷生病住院用了一大笔钱，您不能为我买表演服，但您心灵手巧，用当裁缝师傅的小舅妈剩下的布条，为我赶制表演服，比买的更漂亮。您的一位叫芳芳的学生，家庭困难，母亲生下弟弟难产走了，您也同样给予她母爱。得知您参加“六一”表演，也没有表演服，您连夜乘船渡船，赶往浏河对岸的小舅妈家，我了一小布袋的布条，熬了一个通宵，帮她也赶制了一件表演服。她出色表演完节目，冲到您怀里，兴奋得哇哇大叫的场景我依稀记得。您过世时，她跪在灵堂前，边哭边诉，说得最多的是您从微薄的工资里，帮她代交学费，您比亲生母亲还要好，她伤心难过得无法呼吸。

我更难忘的是，我刚参加工作，也是在一所离家几百公里的中学教书。回家探亲时，手表落在家里，您知晓我已去长途汽车站，在没有手机、没有私家车的年代，您冒雨骑着自行车，踏着泥泞的土路，追赶几里，正好赶在班车启动时，您挥手叫停。停下的大声呼叫犹在耳边，您从窗口递进手表，汗水模糊了您的脸蛋，您依然笑得那样灿烂，嘴里不停地说：“赶上了就好，我怕你没手表，上课不好掌握教学时间……”

这些记忆，如同清明的细雨，滋润着我的心田，让我在岁月里，依然能够感受到爱的传递。我工作认真

春天的小懂兰里，鸝鸣声声。许是天空一碧如洗，带来许多遐思，……

我坐群山之中，赏鸟鸣，听风声，闻远处车声隆隆。许是寂寞，花开更加热烈，如春日送亲的烟火，櫟木花开深沉浓烈，白与红。小几惊呼，多像烟花。三月清酒一杯，挂山一串，香烛些许，供花果叩头，人始终还有来处，可追念，可前行。

一行人披麻戴孝，长子女子前列，鞭炮炸响里，一一跪谢。随风而逝的灵魂，借着儿女的孝心，深埋地底，长眠于后人内心。

这边的山，没有名贵树木，杉树、梧桐、香樟、青松、油茶……树下落叶，覆盖矮小灌木、荆棘、附生野藤蔓。乡野草木葱茏，虽杂乱，却不失蓬勃生机，年复一年。

心河起落

一可

总想匆匆结束这欲说还休的言语，奈何美景道不尽。比如春光，一首与春天有关的歌曲；空气中的松香和草花馨香；四脚欢快横过马路热情寻找伙伴的土狗；春日下干活的农民老伯，脱掉毛衣，擦干净闪烁着火光的汗珠。远处的青山黛蓝，多像儿时茅屋顶上烟卤里飘洒升腾的炊烟。山中素静，香樟树春分后经过惊雷与春风的呼唤，换下了旧衣，穿上了新绿，青翠欲滴，阳光下摇动，看着看着就走进了历史的影像里。那些择吉日、正衣冠、佩玉珥的文人手植新绿，一手扶锄，最后系上红色丝带，祈愿美好生生不息。

其实，我只是为你而来。走过书香之门，脚步跨过开元通宝，循山而上。这不巍峨的小山包，是你一生的蹉跎。

从来不是鼠辈，生来倔强，经历沧桑，哪怕曾坠落于林，也眼望苍穹，旷野不是你的归宿，心寄家乡，锦衣玉食不如魂归故土。

走了千年，活了千年，在我们的课本里，笔墨下，在我们奔涌的血液中，字如其人，书为心书。

唐朝的马，你的石马，陪伴你，驻守家乡。

而我们的心河，因为你们，多么璀璨！

几天后再来，天又冷了几分，细密的雨，洒在父亲的头发上，凝成一颗颗透明的小珠子，很快就顺着发丝流了下来。父亲固执不肯撑伞，我只有打开伞，尽量靠在他身边。山路没人打理，杂草将路湮没。进去时，水珠跳到我们的鞋面上、裤脚上，不会，寒意便从脚脖子蔓延上来。当年奶奶总说清明草沾了祖先灵气，蒸出的青团格外醒脾。如今超市冷柜里的成品青团碧绿得可疑，倒不如村头小超市老板自制的艾草糍粑实在——至少他蒸笼底下垫的还是粽叶，不像那些机器压制的，透着塑料薄膜的冷光。

供品摆开，山风袭来，树枝簌簌作响，半卷黄纸被吹得斜斜贴在墓侧围栏上。点着后，黄纸成灰，被风卷着盘旋向上，父亲一怔，喃喃自语，泪就涌了出来。不一会，山雾漫上来，父亲待香烛纸钱全部燃尽，在我的催促中离开。

下山后，邻居周三阿公见我裤脚尽湿，拉着父亲进了他家。灶房里，中间还留着以前那种方形土灶，里面柴火正旺。接过递来的茶水，将脚伸在火旁，湿气便升腾起来。柴火噼啪炸开一粒火星，正落在周三阿公的棉裤上。老人浑不在意地拍打两下，铁钳拨出灶膛里的灰烬，露出藏在柴灰中焦黑的糍粑，周三阿公夹出来，递给我，我心内嫌弃，父亲接过糍粑掰成两半，拿一半在手里，吃了起来。全身烤热了，我们才道谢离开。

回新宅取车，父亲执意要去阁楼看看。堆满杂物的阁楼像记忆的窗口，我本以为过去的痕迹都已经被抹去，没想到都藏在了这里。大到水车、扮禾桶，小到箩箕、筐箩，甚至还有以前雕花的窗棂。父亲挪开杂乱的物件，从里面找出一只上了锁的樟木箱，随便扫了几下灰尘，便将它抱到了车上。箱子里，大概藏着他的记忆，也许还有我的。

新房外面又种了一株果树，一直没有结果。离开之际，身后传来一声轻响，不知是迟归的鸟，还是穿越二十年光阴的枇杷落了下来。



清明帖

蒋华

春节没有下雪，清明前却下起了雪籽，虽然时间很短，总算是圆了对一场雪的期盼。对于清明这个节气来说，雪籽是意外，雨才是常态。南方本就雨水多，过完春节，没有几个晴天，雨就像小时候湿了线的毛衣，只要有个头，就可以一直扯下去。

二十年前，老宅换成了新宅，旧时一层土砖房变成了两层红砖房，外面贴了瓷砖，光鲜亮丽，但总觉得精致之中少了一些东西，可能是气韵，也可能是自己的某种念想。原来的旧宅中间有天井，天井里有个水池，池里原有几尾鲤鱼，后来不知去向。水池旁种了一棵枇杷树，枇杷成熟的时节，爷爷总会叫上附近的孩子，能摘多少是多少，要不是自己勾取下来，分给邻居。遗憾的是建新房时，把它移栽到新的庭院里，不知是否因为移栽时伤了根茎，竟没有活下来。这让父亲很是伤心，一棵植物，难道也懂得情义？

旧时食物匮乏，从前这时节，奶奶总要支起筐箩晒霉干菜，一根根长条的霉干菜抻开拉直，在筐箩上勾勒出一个个像是正在行走的人。爷爷在别的乡工作，周末才骑着自行车回来，他不会闲着，从村这头走到村那头，整修路面，砌修塘堤，村里第一口公用的水井，就是他带父亲一起挖的。爷爷奶奶没想到，他们先后早早离开了老宅，“走到”屋后的山坡上，“走进”那个小小的坟茔里。墓碑上，仅有他们的名字和生卒年，简单苍白。新房子一建，他们存在的痕迹也被抹了个干净。现在，连父亲都不会住在这里，家乡就成了故乡。

村口的木棉开得疯癫，猩红花瓣兜着雨帘子，像浸透了胭脂的酒金箋。前几天一阵风，将花瓣吹落下来，在村人来往的脚下，碾落成泥。那时，我开车送父亲来村里吃酒，他少年时的朋友“整寿”，仅邀请了几个好友。父亲喝得多了，欣喜之余，突然有些感伤，回城途中，他不住回忆起少年时的辛酸与快乐。说着说着便歪着头睡着了。我想借此机会，将爷爷奶奶的墓扫了，但父亲坚决不同意，吃酒和扫墓是两件事，不能图省事，一天做了。

不觉间夜已深，想起东坡先生的诗：“东风袅袅泛崇光，香雾空蒙月转廊。只恐夜深花睡去，故烧高烛照红妆。”我纵然没有烛，索性也优雅一回，特意留灯，就让楼上的灯光和楼下的海棠，一同厮守这春和景明吧。



楼下的海棠

袁道一

居梅溪湖久矣，诸多花团锦簇，独钟自家楼下之海棠。犹记初栖小区，一众绿植中有三棵银杏和五棵海棠。想必是地下空旷，下有停车场，屋垒之土扎根浅薄，银杏树先后凋谢，园丁齐地锯走，它们很快被遗忘。一丛绿色拥裹中，没有一丝余影，好像从没有来过。许是情深，海棠也随之“走”了两棵。剩下的三棵、两端各一棵，居中的一棵。目睹此状，我甚是忧虑，这三棵海棠只怕时日艰难。不过，犹思纯属多余，楼下的海棠花开花谢，一晃十年光阴绰绰。

春至，寒未全消，海棠已绽。初时，枝间孕蕾，小巧玲珑，如赤玉珠，隐于叶底，若有羞涩意。未几，渐次舒展，瓣尖微粉，似胭脂轻染。及盛，繁蕊满树。其瓣五出，质若薄绢，温润有光。粉白相间，或深或浅，色韵天然。花态各异，有半开者，犹抱琵琶，娇柔欲语；有盛放者，肆意舒展，明媚照人。

上下班经过，总不由在树下驻足稍许。观其花状，虽无莲花纤直，但比莲花婀娜；不及牡丹雍容，但比牡丹灵秀。察其花色，虽无梅花素净，但比梅花丰满；不及桃花娇艳，但比桃花淡雅。闻其花香，虽无丹桂浓烈，但比丹桂清幽；不及丁香馥郁，但比丁香隽永。于是，一日中数次拍摄，留其影于朋友圈，恨不得呼朋引伴同来赏花。

每值风雨，花虽飘零，却无萎靡之态。瓣落缤纷，如蝶飞舞，零落成泥，亦留香痕。海棠之美，不媚不俗。不与桃李争艳于早芳，独守其时，从容绽放。其开也，绚烂而不张扬；其落也，优雅而无怨尤。此坚韧勃然之性，实可赞也，常观之，心亦得悟，处世当如海棠，守正而抱真，自得风流。一春一放，无须伤怀，试问卷帘人，却道海棠依旧。

于是，趁春光正好，趁海棠正盛，闲暇之余在阳台上喝茶读书。冰心先生在《一日的春光》里素淡地写她对海棠的痴爱：“所以有香的花中，我只爱兰花、桂花、香豆花和玫瑰，无香的花中，海棠要算我最喜欢的了。”而邓颖超在《从西花厅海棠花忆起》深情描述：周总理一生喜爱海棠花，抽暇在庭院里散步，站在甬道旁的海棠树前，总是抬头看了又看，兴致盎然。至此，海棠花似的馥郁温暖之情跃然纸上，撼人心魄。

不觉间夜已深，想起东坡先生的诗：“东风袅袅泛崇光，香雾空蒙月转廊。只恐夜深花睡去，故烧高烛照红妆。”我纵然没有烛，索性也优雅一回，特意留灯，就让楼上的灯光和楼下的海棠，一同厮守这春和景明吧。



上接1版

2025年，福布斯中国新零售产业创新与投融资活动将于4月17日至19日在长沙举办。届时，世界500强企业、国际知名零售品牌、顶级投融资机构及智库专家将汇聚一堂，共探新零售产业创新趋势与投资机遇，进一步强化长沙的消费创新影响力。

从坡子街的炸串摊到全球研发中心，从本土品牌到国际巨头，长沙新消费品牌的“青和力”，本质是青年与城市的共生共长。在这里，年轻创业者可以用5000元启动资金撬动百亿市场，城市用政策、文化、产业为他们搭建舞台。未来，随着“全球研发中心城市”建设的推进，长沙或将诞生更多“现象级”品牌，继续书写“青春与城市”的传奇。

双轮驱动的“创新力” 文创+科创激活品牌进阶密码

让每个异想天开都找到生长的缝隙，让所有特立独行都绽放应有的光芒——安克创新每个品类的研发时间平均是6个月；水羊股份建立“中国皮肤大数据平台”，以科技赋能美妆个性化定制；鸣鸣很忙在卖零食进阶到卖生活方式，“零食+N”模式引领零售新风尚……

从长沙众多新消费品牌的成长史，发展里细数众多，由“一”而“千”、从“一”到“万”的背后，我们可以看到，这些品牌围绕着“文化解码”，通过文化创意的碰撞、经营空间的重构，魅力生出“文化+商业”新生态，以独特的魅力撬动“大经济”，创造出消费升级的新场景。

2013年的长沙街头，绿底白字的“一点点”奶茶店，在热闹的市场中心随处可见。“地下铁”港式奶茶店透着的不羁和自我，如同Beyond乐队唱着的《海阔天空》一般，成为长沙众多中学校园周边中学生们交流的空间。

那时，35岁的吕良再次创业，在黄兴广场西南角一个不足30平方米的门店上，挂起一块招牌。因曾在广告公司当策划时接过几个古风的业务，他以妻子的形象为原型，设计了一个手持团扇、头盘发髻的仕女图，并以中国红作底色，八角窗为框，制作出门店标识，在奶茶界打响“国潮”奶茶第一枪。10年之后，“茶颜悦色”及其系列品牌的门店在长沙的数量已逾千家，显示其绝对的市场影响力。

文宾第一个创业平台是流动油炸摊。将仅有的几千元作为启动资金，他买了一台二手小推车。别人卖烧烤生意好，他偏不，主打产品是油炸排骨，美其名曰“犀利排骨”。小推车在坡子街街口一摆，几天时间就赚到过去一个月的收入。随后，他与合作伙伴租了间10平方米的门店，推出“老长沙油炸社”，擀面根般粗长的炸香肠让顾客惊讶。当门店的餐桌由5张增加到

50张时，他们转向倒腾小龙虾，开了间“文和友老长沙龙虾馆”，一口气推出七八种吃法，门前的顾客排起长队。2018年，文和友已强大到吸引资本力量的加持，文宾有了更新异的想法：将长沙老街区搬到餐馆里，包下海信广场7层高的排头门脸，四处搜罗来两万多件老物件，将“上个世纪80年代长沙社区”复刻在两万平方米的空间，成为长沙的城市地标之一。

新消费品牌的诞生，文化创新注入全新活力，科技赋能实现的则是能级跃升。安克创新便是其中的佼佼者。

安克创新在充电领域有个“强迫症”：哪怕数据线全球卖得最好，也要死磕每个细节。2013年他们造出能自动识别手机的PowerIQ芯片，让一个充电头能给手机、平板、笔记本同时快充，这个技术至今仍是行业标杆。2018年更玩出花样——把造火箭用的氮化镓材料塞进充电头，做出只有打火机大小的30W快充，不仅充电速度翻倍，还解决了传统快充烫手山芋的难题。到2024年，他们的充电器已经像贴心管家：插上手机自动匹配最佳充电模式，玩游戏时智能提速，临睡前切换涓流保护电池，甚至能通过App查看充电健康报告。

这些创新印证着安克创新的信念：充电不该是冰冷的技术堆砌，而应成为连接人与科技的温暖触点，让每个充电瞬间都闪耀人文关怀的微光。

“商业是一场持久战，一开始比拼的是灵感、勇猛和运气，接下来拼的是坚忍、格局和理性。”财经作家吴晓波在书中写道。

互联网时代的机遇和挑战，以及全球经济一体化的发展格局，新消费品牌如何从“网红”走向“长红”，保持长久旺盛的生命力？这是对长沙新消费品牌创新力的终极考验。

茶颜悦色回答——

在奶茶江湖的浮沉中，品质才是永不褪色的金字招牌。当同行们以“季度上新”的节奏制造消费新鲜感时，茶颜悦色创始人吕良却带着团队逆流而行——每年仅精研两款新品，却将80%的研发精力倾注在经典产品的“毫米级进化”上，通过不断完善产品质量，以特色去抓住细分市场。

这种近乎偏执的“慢功夫”，在追求快速迭代的行业里开辟出独特生存法则，当其他品牌的新品存活周期平均不足6个月时，茶颜悦色甚至六七家门店开在一块，整条街都是茶颜悦色的奶茶、零食、咖啡和酒，长沙人已被硬控进茶颜宇宙。

文和友回答——

从餐饮到文化平台的跃迁。在物质过剩的时代，唯有情感价值能穿透价格战的迷雾。文和友构建沉浸式市井美学，打造城市记忆的活态档案馆，用老物件复刻上

世纪80年代街景，细节精确到老式电表箱的锈迹纹理。从斑驳的搪瓷杯到生锈的自行车牌，甚至复刻老式录像厅的雪花屏效果，用视觉、听觉、嗅觉的立体冲击打造时空穿越感，将地域美食转化为文化符号，将湖湘文化元素植入消费场景，让消费者在臭豆腐的烟火气中完成情感投射。

安克创新回答——

技术迭代才是硬道理。这个由充电宝起家的品牌，硬是把研发做成了“肌肉记忆”——安克创新近5000人的团队里，有超过一半是从事研发相关工作，公司每年的研发投入超过10亿元人民币，硬生生把充电器这个不起眼的小配件，玩出了科技范儿。

他们的产品更新比手机换代还快：一个充电头从图纸到量产只要6个月，上市后还会根据用户反馈不断“打补丁”。当同行还在卷充电功率时，安克创新已悄悄布局未来，不断拓宽产品线，在影音、消费级储能、3D打印等赛道推进，在更多的细分领域拓展市场。

鸣鸣很忙回答——

强化供应链的韧性。这家零食店能开到全国15000家，秘密藏在物流仓库里。一座中国最大单体智慧零食仓库将于2025年底投运，日均处理50万件商品，475个立体库位可容纳200万件货物，为区域电商产业发展注入新动能。

水羊股份回答——

自有品牌与代理业务的协同进化。从“淘系面膜第一股”到全球高奢美妆品牌，以面膜起家的水羊股份以研发构筑技术壁垒、以文化重构品牌叙事，以全球化视野整合资源，不断加注自有品牌业务，将公司打造成一家“初步全球化的新晋高奢美妆品牌管理集团”，逐渐成为为中国美妆产业升级的标杆样本。

文化创新与科技创新的双轮驱动，叠加地域文化赋能，长沙新消费品牌迅速崛起。不进则退的商业竞争之下，长沙新消费品牌必将持续创新，在竞逐新消费的下半场走向“长红”。

背着双肩包来创业的“吸引力” 让创业“成则乘风破浪，败亦能东山再起”

从杭州湖畔学院派的“六小龙”，到长沙市井烟火气里闯出的“五小虎”，这些搅动新消费江湖的弄潮儿，大多带着草莽气息与书卷温度——或是摆摊少年在油烟中淬炼商业嗅觉，或是毕业生用毕业论文里的灵感点燃创业火种。他们身上跃动着相似的基因密码：既有初生牛犊的孤勇，更离不开城市母体给予的容错胸怀。

世纪之交的晨光里，刚跨出湖南师大校门的戴跃峰，还揣着“80后”的迷茫。国

企铁饭碗盛着的800元月薪，浇不灭这个邵阳伢子扎根星城的执念。2004年的某个深夜，他在河西城中村出租屋的二手电脑前按下创业快捷键，两年后与“御泥坊”邂逅，自此，这个曾在国企格子间数过秒针的年轻人，命运的齿轮开始转动，开启了用互联网改写千年美妆史的诗篇。

戴跃峰坦言，长沙这座城市给他最大的感觉就是包容。

“从最开始用两千多元创业，到后来公司成功上市，无论是在软件还是硬件方面，我们确实体会到了政府的支持。”戴跃峰说，一个年轻大学生在长沙创业，经过努力可以在这里做出一家属于自己的上市公司，每天可以干自己喜欢干的事情，这就是在长沙最好的感受。

一家企业的成功与否，更多取决于掌舵者的决策与布局。

一个产业的爆发，则与当地创新创业的阳光、雨露、土壤息息相关。

“让全国各地的大学生背了双肩包就可以到湖南来创业！”

继去年互联网岳麓峰会之后，在今年全国两会期间，湖南省委书记沈晓明再次热情邀约。

于长沙而言，这些年已吸引了不少年轻人。据统计，过去5年中，长沙的人口增长100万，平均每年增长20万。长沙这座巨型青春磁场，吸引“背着双肩包来创业”的年轻人纷至沓来，催生了新消费“小虎”们的批量出现。

长沙的吸引力，来自“低成本创业、高品质生活”的容错率。

长沙已连续17年蝉联“中国最具幸福感城市”。特别是长期以来的“房价洼地”，独特松弛感的生活方式，以及逐步跃升的城市能级，让创业“成则乘风破浪，败亦能东山再起”，降低了年轻人起步的门槛和负担，增加了年轻人创业的容错率，为他们开辟了一片创新创业的雨林。

在创立茶颜悦色之前，吕良做过文创、摆摊、画过画，开过卤肉店，加盟过茶饮店，甲方、乙方都干过，就是没赚到什么钱。这样一个“普通人”的剧本，却让他35岁后逆风翻盘，打造了茶饮行业的一个新的标杆。以南门村不足15平方米的小店为起点，顶着创业初期交不起房租的担心，“90后”安徽姑娘吴畏在茶饮市场竞争火热的长沙闯出了一片属于自己的天地，成为果呀呀创始人。用她的话说，“创业初期，长沙给我的感受是，永远有路可走，只要找准方向用力的往前走，就能一步步走出属于自己的天地。”

长沙的吸引力，来自“在长沙都实现”的包容度。

新消费是一个亟须新点子、新创意的

产业，长沙为各种奇思妙想落地落细营造成长环境，复古的、时尚的、人文的、抽象的，只要你“好吃”“好玩”“有意思”，就有机会实现创业梦、创富梦。

解放西路的“零食很大”用超现实主义的尺度再造街头剧场；当被子盖的大辣条化身行为艺术展品，半人高的奥利奥装置引发打卡风暴，怀抱式泡面桶更成为Z世代的社交货币……当商品突破货架的桎梏，消费便升维为一场全民参与的喜剧，激发了社交互动欲望，吸引了众多游客打卡。

当新奇的味觉实验还在舌尖萦绕，东茅街茶馆已用时光机将人拽入老长沙的慢镜头。铜壶煮茶的氤氲里，穿香云纱的老茶客与戴渔夫帽的文艺青年共享一桌，点上一杯热气腾腾的暖茶，就着长沙特色小吃，老长沙市井的松弛感瞬间拉满，不管是本地食客还是外地游客、老口子还是年轻潮人，都爱来这儿扎堆。这座复古风拉满的茶馆，已成为长沙人流织网的网红打卡地。这座茶馆最动人的商业密码，恰在于它从不刻意讨好某个群体——包容，本就是最好的待客之道。

白沙井旁的跳海酒馆，一边是汨汨细流、滋润长沙的古井，一边是涂鸭墙满盛满氛围的酒吧，点上一杯鸡尾酒或者咖啡，洗去一身“班味”，这样的烟火气与文艺范交织交融，深受年轻人的喜欢。

在互联网上，不少外地游客有这样的共识，长沙的一大好玩之处，在于其消费新模式、新业态、新场景、新产品的层出不穷。这背后，是长沙对每一个idea的尊重，让创业者勇于摆脱市场同质化运营，做到真正的“千店千面”，才能不断引领消费新潮流、新热点。

“首发经济”持续火热。据不完全统计，2019年至2023年，长沙开出了465家首店。2024年更是加速发展，湖南首个永旺梦乐城、湖南首座万象城，以及MIU MIU、句象书店、ILOVETOY、小米汽车等众多新开设的品牌首店、旗舰店、创新概念店，为长沙新消费注入新鲜血液，成为长沙市民生活中的“小幸福”“小确幸”。

“演绎”赛事”经济热辣滚烫。周杰伦四场演唱会拉动文旅消费超5亿元，李荣浩、张杰、华晨宇等歌手演出带动周边酒店、便利店、外卖订单激增，首届全国青少年三大球运动会、乒超联赛、长沙马拉松赛等赛事活动迸发活力，长沙持续书写“流量”变“留量”的新篇章。

“夜经济”越夜越精彩。焰火表演、渔人码头夜宵、解放西路酒吧街等夜间消费场景，为城市增添了独特魅力。天心阁光影公园、橘子洲·江天暮雪文化园等历史文化景点，经过“文化+科技”的赋能，在夜色中给人带来了不一样的体验。

“会展经济”搞活一座城。互联网岳麓

峰会、中国新媒体大会、“一带一路”青年创意与遗产论坛等国际性、全国性展会纷纷落户长沙，让全世界嘉宾零距离感受山水洲城的独特魅力，长沙城市会展竞争力指数位居全国第八，蝉联中部第一，连续12年被评为“中国最具竞争力会展城市”。

长沙的吸引力，来自对创新创业坚持长期主义的帮扶。

养了“六千条锦鲤”，才出了“六小龙”，这是杭州孕育“六小龙”的秘诀之一。于长沙而言，新消费“小虎”的批量出现，正是坚持长期主义的产物。

以政策支持为例，近年来，长沙市委、市政府陆续出台创建国际消费中心城市的实施意见和行动方案，明确提出实施“新兴消费业态培育工程”，引导新消费品牌发展；在全国首创“1+3”新消费产业服务模式，围绕产业研究、企业服务、资本加持等方面形成服务闭环，为新消费品牌在长沙生根开花、枝繁叶茂提供了土壤；持续通过节俭扩内需、促消费，连续举办中国（长沙）新消费城市峰会，精心策划“消费促进年”“福满星城”等系列活动，持续点燃消费热情……

不搞“鸡娃式”的内卷，只做创业者们背后长期的托举和兜底者，才让“小虎”们在湘江之畔经受了从初创期到成长期的拔节生长。

前不久，《夺金2025》热播，全网传播总量超15亿次，吸引了全国乃至全世界大学生来湖南、来长沙创业。未来，随着更多的“金种子”在这片沃土上扎根，越来越多的“小虎”必将在更多领域茁壮成长，为书写高质量发展篇章贡献力量。

尾声

天光渐晓，超级文和友的牌灯与岳麓书院的飞檐在晨雾中轮廓渐显，如同这座城市消费叙事的两面书页：一面写满“惟楚有材”的千年抱负，一面镌刻“敢为人先”的当代密码。此刻的五一商圈，提着国潮纸袋的潮人与推着货车的老匠人擦肩而过，他们共同完成着一场属于星城的新消费场景——

在这个时空交叠的剧场，你可以用晨光中的一碗米粉兑换乡愁，也能用深夜路边摊的麻辣烫温暖孤独；你可以用沉浸式戏剧的门票穿越秦汉，也可以用直播间抢到的国风香囊锁住此刻的月光。

这不是简单的买卖往来，而是一场关于新消费的宏大叙事，是一场传统与现代的深情对话：让国潮不再是橱窗里的标本，而是可触摸的市井日常；让科技不再是冰冷的参数，而是可感知的生活温度。

荡陶层云，湘江奔涌，长沙正将“美好生活”的宏大命题，从抽象概念具象为热气腾腾的人间烟火，激荡出中国新消费的黄金浪潮。