

“荷”其浪漫，中式美学带火夏日消费

与“荷花”相关的消费在长沙升温，涌现出不少新业态、新场景

● 长沙晚报全媒体记者 范宏欢

或红或白的花骨朵，细长无叶的枝干，自然延展中透着婀娜，往瓶子里随手一插就颇具美感……时值盛夏，清新雅致的荷花带着独属中式美学的浪漫，在长沙鲜花市场里受到“热捧”。荷香四溢，沁人心脾。连日来记者注意到，在长沙，各式各样的荷花、莲蓬花束在商超、花店里热卖，与此同时，与“荷花”相关的浪漫消费也同步升温，涌现出不少新业态、新场景。



自带国风气质，“书法荷花”成爆款

“这种国风花束很受顾客欢迎，现在荷花正当季，再加上这个印有《兰亭序》的书法纸，营造出新中式氛围感，年轻人很喜欢。”15日上午，记者在芙蓉区一家花店看到，店主正在用印有书法的包装纸打包花束。她告诉记者，这些花束都有一个美好的名称，例如“荷其有幸”“荷荷美美”等，经过精心设计后变成了一束国风花束，卖得非常好。

在盒马河西王府井门店，一朵朵荷花含苞待放、雅致温柔，也引得不少消费者驻足选购。“这种季节限定，买的就是一个夏天的情绪价值。”市民小桃捧着一束“荷运连连”说道，她打算回去用青瓷瓶插好放在办公室，给工作带来一个好心情。据悉，“荷运连连”由5支荷花和莲蓬组合，价格为19.9元/扎，此外，门店内还售卖单独的荷花和荷花混搭花束，价格分别为9.9元/3支和29.9元/束。

从古至今，荷花“出淤泥而不染，濯清涟而不妖”的品格，被很多人喜爱和追求。记者了解到，鲜切荷花是季节性花材，一般出现在七至八月份，只有两个月的时间。在这两个月中，七月是荷花花期最好的时候，鲜切荷花供应更充足；八月份荷花陆续续会开败。

“荷花唯一的问题就是离水后不好养，因此在销售时我们都会提前告知顾客。”花店工作人员表示，即便如此，仍有不少年轻人愿意购买鲜切荷花，只为欣赏其短暂且美丽的花期。



荷花含苞待放、雅致温柔，引得不少消费者驻足选购。长沙晚报全媒体记者 范宏欢 摄

夏日专属浪漫，“荷花经济”绽放消费新业态

荷花的清香不仅飘进寻常百姓家，更浸润了长沙的餐饮江湖。走进长沙岳麓区老许家鱼市，门口摇曳的荷花与莲叶瞬间将人带入一片清凉的荷塘意境。这是餐厅精心打造的“荷花节”主题场景。

“荷花节不仅仅是几道菜，而是一整套体验。”品牌负责人武亚斌介绍，门店推出了湘莲煮雄鱼、酥炸荷花、菠萝荷塘三鲜、紫苏藕带等菜品以及荷花桃桃饮品，将荷塘中的荷花、莲子、藕带等巧妙融入，既保留传统风味，又加入夏日果蔬等清爽元素，且颜值高，适合拍照分享。

在食鉴家·新派湘菜(浏阳河店)，酸汤荷鱼、荷塘小炒、荷花冰等创意荷花宴引得食客们纷纷拍照打卡。“没想到荷花入菜能这么好吃，颜值还高，发朋友圈都被问爆了地址。”一位食客边说边展示手机里的九宫格美食图。

值得一提的是，“荷花经济”还蔓延到了文旅场景中，为夏日出游增添了别样的中式浪漫。在宁乡道林古镇，为期一个多月的“荷花音乐季”正热闹开演。在这里，市民既可以去荷花池石亭，寻找古风韵味十足的“荷花仙子”；还可以坐上小火车，赏荷打卡拍照；更有千人荷唱音乐会，感受沉浸式的音乐现场。

从观赏荷花到荷花经济，近几年来，清新脱俗、寓意极佳的荷花越来越受到大众喜爱，每年到了盛花期，不仅采荷、观荷成为长沙市民热衷的项目，连带一些周边消费也相当火爆。业内人士表示，荷花自带的高颜值、国风气质，以及花期集中的特点，使得相关消费比较容易被集中引爆，形成风潮。随着荷花经济向全链条、多维度、可持续的方向深度发展，有望形成更具生命力和商业价值的产业生态。

新中式消费彰显文化自信

● 陈登辉 谢雨欣

夏日的长沙街头正悄然变化。年轻人手中的冰激凌不再只是巧克力的香，芒果酥山、五常稻香冰激凌这些国风冷饮开始走红；情侣约会时捧着的也不只是红玫瑰，而多了一束束清雅的荷花。这些变化看似平常，却藏着耐人寻味的深意。

新中式冷饮的兴起，不是简单的复古。它把古人笔下的冰品从诗词里请出来，用现代工艺重新演绎。更难得的是，这些糖水铺子不靠进口原料堆砌身价，而是用莲子、绿豆这些朴素食材，靠真材实料和亲民价格赢得人心。当青瓷碗里盛着晶莹的冰酪，竹柄小勺碰着碗沿叮当作响，吃的是清凉，品的是文化记忆。

荷花玫瑰交相辉映，更透着一股文化自信。中国人自古爱荷，周

敦颐赞它“出淤泥而不染”，民间婚俗常用并蒂莲象征百年好合。如今年轻人选择荷花传情，不是跟风，而是找回属于我们自己的情感表达。当女孩抱着荷花走过太平老街，花瓣上的露珠映着青砖黛瓦，这份东方式的浪漫，更懂中国心。

新中式消费的生命力，终究要落在实处。我们看到有些店铺把古法酸梅汤装进奶茶杯，还有老字号在保留老味道的时候，推出低糖版适应新需求。这些探索证明，真正的文化自信，不是把老物件供在神坛，而是让传统活在当下。就像潮牌的荷风，既带着千年清气，也吹拂着今人的衣角。

当越来越多的消费者用舌尖投票，用手里的荷花表达心声，这何尝不是最生动的文化传承？新中式消费能走多远，还需看我们能否守住这份真诚——对得起老传统，也配得上新期待。

从冰杯到袋装冰，暑热升温“冰”生意

长沙各大商超、便利店、茶饮店纷纷抢滩市场

● 长沙晚报全媒体记者 刘捷萍

今夏“解暑神器”之争中，市场上出现的一款“农夫山泉纯透食用冰”异军突起。近日，这款2公斤装售价22.8元的新品强势冲上热搜，受大批消费者追捧。在家用冰箱就能轻松自制的冰块，如今竟成了香饽饽，引得商家们纷纷入局——为何普通冰块能掀起消费热潮？

价格争议，自制与售卖价差明显

“2公斤冰卖22.8元？这价钱能买3斤鸡蛋了！”家住雨花区的市民李女士在山姆超市看到“农夫山泉纯透食用冰”的标价时直言离谱。她算了笔账：自家冰箱制冰，5升桶装水成本不到10元，能冻出5公斤冰，折算下来每公斤才2元。

对此，山姆会员店客服人员回应：“这款是农夫山泉专供的定制款，采用慢冻工艺，成本比普通冰块高不少。”据介绍，这款冰块采用24至32小时超低速缓慢冻结工艺，能让冰块结晶更均匀，在相同环境下融化速度降低20%。

该款商品6月上架以来，线上收获评价超过900条，好评率96.4%。记者在现场走访时，也遇到消费者正在购买袋装冰，市民张先生表示，自己是买了威士忌，看到有食用冰顺手买几包，“夏天在家喝酒，放点冰块口感更好。”市民陈女士则表示，自驾出游带冰块，放车载冰箱里，一路都能喝上冰凉的饮料。

需求升温，多方商家纷纷入局

事实上，随着夏日气温的升高，冰块市场需求大增。不仅是各大商超，便利店也纷纷加入竞争。

“冰杯卖得不错，这两天天热，一天要卖七八十杯。”五一广场711便利店的冰杯迎来了销售高峰，工作人员告诉记者。在便利店，冰杯多与饮料、咖啡、气泡酒等搭配推荐。“公司楼下便利店顺手买个饮料加个冰杯，可以喝一上午冷饮。”市民李女士表示，自制DIY冷饮比直接点十几元的奶茶要便宜得多。

中百罗森、新佳宜等上架的160克冰杯有食用冰块、食用冰球两种，售价在3元~6.8元不

等。这些便利店的冰杯凭借便捷的购买渠道，吸引了不少即时需要冰块的消费者。

随着冰品生意被多方看好，茶饮店也纷纷推出了冰杯。蜜雪冰城、古茗、书亦烧仙草等都推出了售价1元的冰杯。

冰品热销，消费场景与情绪价值驱动

冰杯的热销并非偶然。《2025中国都市消费行为白皮书》显示，冰杯品类连续两年超300%的消费增长，一线城市人均年消耗达48杯，冰杯的市场渗透率正在不断攀升。

业内人士表示，从冰杯的流行，到袋装冰块热销，体现的是年轻一代消费者的生活方式，饮品饮用方式的变化带来的是产品的转型。冰杯经济的本质，是消费场景创新与情绪溢价。它既满足了年轻人对“仪式感DIY”的追求，又承接了“拒绝30元奶茶”的性价比需求。

市民周女士则认为，自制冷饮便捷、安全，而且具有社交属性。年轻人买冰杯不是为了解渴，而是为了在社交媒体晒图获得认同感，这满足了他们的情感需求。



冰杯在便利店已普遍铺货。长沙晚报全媒体记者 刘捷萍 摄

《上接1版②》

长沙空港型国家物流枢纽位于长沙自贸临空区，是中部地区航空货运核心节点，形成了中部地区航空物流功能齐全、辐射带动强、服务产业发展的国际物流枢纽。

长沙的两基地建设同样成果丰硕。长沙国家骨干冷链物流基地以协同模式构建冷链物流网络，基地建成投产冷库总容量将达到200万立方米，各类生鲜农产品年周转量可达2000万吨，将进一步带动农产品交易与经济增长。城郊大仓基地则是通过科学布局，采取“1+3+2+N”、一片区一重点功能定位的模式，在全市布局6个城郊大仓基地，提升城市应急物资调运能力与物流体系韧性。

值得一提的是，2025年1月，长沙成为全国14个中欧班列集结中心之一。目前，中欧班列(长沙)已连续4年保持千列规模，连续6年稳居全国第一方阵，累计开行班列近6000列。近年来，中欧班列(长沙)培育了“长沙—莫斯科”“长沙—明

斯克”等中欧班列精品线路以及汽车班列、工程机械班列等制造业特色专列，进一步畅通湖南省国际物流通道，有效降低全社会物流成本。

市发展改革委相关负责人介绍，“1支点3枢纽2基地1中心”现代流通网络的建立，不仅是流通基础设施的整合，更是提升长沙区域经济竞争力的重要引擎，是长沙落实国家“大循环、双循环”战略的有力举措。通过充分发挥“1支点3枢纽2基地1中心”现代流通网络的市场链接和产业组织作用，推动了一大批本土企业更好地“走出去”，有力支撑了长沙制造业高质量发展。2025年1—5月，全市实现社会消费品零售总额2271.34亿元，同比增长4.8%。全市进出口总额(海关口径)为1090.95亿元，占全省外贸比重达52%，其中出口额为731.31亿元，增长7.2%。长沙将坚定不移服务“双循环”，加快构建支撑中部地区崛起的综合型现代流通战略支点，持续完善流通领域“硬基础”和“软环境”，助力打造开放层次更高、营商环境更优、辐射作用更强的对外开放高地。

《上接1版③》

7月29日8:00—17:00，填报本科批普通类、体育类和职高对口类第二次征集志愿，8月1日，进行本科批普通类、体育类和职高对口类第二次征集志愿投档录取。

省教育考试院特别提示，要注意本科批普通类、体育类和职高对口类两次征集志愿的填报时间分别为7月24日和7月29日的8:00—17:00，相关考生须在规定时间内完成志愿填报并提交，同时及时通过省教育考试院公布的官方查询渠道查询自己的最新录取状态，勿信不实消息，谨防上当受骗。

高温酷暑“热”了西瓜

毛家桥水果批发市场西瓜日销200吨

长沙晚报7月16日讯(全媒体记者 贺文兵)连日来，长沙气温居高不下，市民对清凉解暑水果的需求激增。16日，记者从毛家桥水果批发市场获悉，受高温天气影响，西瓜日交易量突破200吨，创入夏以来新高，“清凉经济”持续升温。

清晨5时，毛家桥水果批发市场已是一片繁忙景象。数十辆满载西瓜的货车有序停靠在交易区，来自海南、新疆、宁夏、云南等地的西瓜品种齐聚于此，翠绿色的瓜皮带着新鲜的泥土气息。批发商们忙着卸货、过磅、分装，叉车穿梭往来，商贩们则忙着挑选、议价，整个市场人声鼎沸，充满活力。

“最近气温高，西瓜成了抢手货，每天销量都在上涨。”市场4栋101号三和水果经营部的胡老板告诉记者，他每天从宁夏、新疆等

地调运西瓜，平均一天能卖出10多吨，销售量比前段时间增加了近三成。为了保证供应，他还增加了调运频次，确保每天都有新鲜西瓜供应市场。

除了传统的批发业务，不少商户还拓展了线上销售渠道。市民通过手机APP下单后，市场的配送团队会在短时间内将新鲜西瓜送到家门口，这种便捷的购物方式受到不少市民的青睐。部分商家表示，目前线上销售额已占总销售额的两成左右，且呈不断上升趋势。

“随着高温天气持续，市场将进一步加强货源组织和调度，确保西瓜等解暑水果的供应充足、价格稳定，满足市民的消费需求。”毛家桥水果批发市场负责人李文博介绍，在西瓜热销的同时，市场将加强服务和管理，让市民买得开心、吃得放心。

《上接1版①》

“五个转变”，格外鲜明：转变城市发展理念、转变城市发展方式、转变城市发展动力、转变城市工作重心、转变城市工作方法。

“一个优化、六个建设”，十分明确：着力优化现代化城市体系、着力建设富有活力的创新城市、着力建设舒适便利的宜居城市、着力建设绿色低碳的美丽城市、着力建设安全可靠的韧性城市、着力建设崇德向善的文明城市、着力建设便捷高效的智慧城市。

理念是行动的先导，认识论决定方法论。

“我说的都是‘转变’”

“这里强调的是更加注重‘治理投入’，而不是其他投入”

“‘内涵式发展’，要重点把握”……习近平总书记点明其中要义，“对这些重大变化，要深刻把握、主动适应。”

一个例子很能反映问题。“我国已成为世界上高层

建筑最多的国家，要严格限制超高层建筑，增强高空消防能力，全面提升房屋安全保障水平。”

“已经可以平视这个世界”，这是时代之变，也是人心之变。需要从建设“上与浮云齐”的大楼中证明自己、找到自信，那页历史已经悄然翻过去了。

坚持因地制宜、分类指导，这是一个大原则，不是千城一面，而是百花齐放。

城市规模不是越大越好。“优化现代化城市体系，首先要着眼于提高城市对人口和经济社会发展的综合承载力，发展组团式、网络化的现代化城市群和都市圈。”

从“加强停车位、充电桩等便民设施建设”，到“为广

大市民建设安全、舒适、绿色、智慧的好房子”，再到“高度关注‘一老一小’，健全养老服务体系，发展托幼一体服务”……此次会议的一项

具体部署，充分体现“人民城市为人民”的价值旨归。

“凡是涉及人民群众切身利益的事，都要从最大努

力彰显社会公平正义出发，在政策上系统设计，不能顾此失彼。”“老百姓的感受在

哪方面最强烈，大家一定不能忽视了。”“些小吾曹州县吏，一枝一叶总关情”。

循着城市治理的脉络，秉持人民至上的初心。

2023年，习近平总书记在上海考察时指出：“城市不仅要有高度，更要有温度。我们的社会主义就是要走共同富裕的路子。”

今天，习近平总书记一席话掷地有声：“我国是社会主义国家，城市治理的一切工作都必须把牢社会主义大方向，充分体现社会主义制度的优越性。”

新华社北京7月16日电