

从小鱼干、辣条再到豆干， 休闲食品如何闯出百亿级市场？

探究辣味休闲食品的成功秘诀，长沙银行
千企万户大走访·平江专场活动举行

● 吴鑫矾

在岳阳市平江县，普通的休闲食品成为财富密码，成就了普通人的创业梦，更引领产业升级，成为县域经济发展的强劲动能。从小鱼干、辣条再到豆干，休闲食品如何闯出百亿级市场？日前，在长沙银行千企万户大走访·平江专场活动举行之际，笔者走进平江县休闲食品产业一探究竟。

坚持品质标杆 走差异化路线

在平江县，“麻辣王子”把0.5元的辣条卖到数十亿元销售额，“劲仔”依靠小鱼干成为“鱼类零食第一股”。相比之下，同处这个小县城的企业“原本记忆”要低调不少。但在消费市场，“原本记忆”的热度并不差。打开盒马App发现，在盒马休闲零食回购榜中，“原本记忆”香辣豆干稳居榜首。

豆干的原材料是黄豆。从一颗黄豆到一块豆干，要经历浸泡、磨浆、滤浆、点浆等多道工序，如同“原本记忆”的发展之路一样，并非一帆风顺。

“当时回乡创业时，平江辣条产业早已如火如荼，我们选择了平江酱干这条相对冷门的赛道。”“原本记忆”相关负责人表示，2015年，创始团队回乡创业，在经历数次项目失败后，他们将目光投向了平江酱干，“平江酱干有着悠久历史，但一直处于有名气无品牌的状态，当时在平江多为家庭作坊生产。”

2017年，“原本记忆”团队秉持着推

广、传承、深耕平江酱干品牌的初心，建立酱干工厂，“原本记忆”品牌由此诞生。

与当时市面上的平江酱干不同，团队不仅在原材料选择、产品卤制等方面格外讲究，还创新使用乳酸菌点浆工艺替代传统石膏工艺，使得产品口感实现质的飞跃，在平江当地得到了好评。

不过，这也带来了另一个挑战——保质期短、价格高昂。当平江酱干价格普遍在20元/公斤至30元/公斤时，“原本记忆”的定价要高于60元/公斤，而保质期只有40多天，该如何叩开长沙等城市的市场大门？

于是，“原本记忆”团队又在长沙等地一家家跑水果店、社区夫妻店、超市等，开展试吃、赠品等活动。另一方面，他们直接对接终端，在盒马、绿叶水果等中高端渠道上架，省去中间环节。最终，“原本记忆”产品的品质加上短保质期的差异化路线，让其在当下健康趋势的消费市场上受到欢迎。

金融活水赋能 精准滴灌产业

2022年，随着生意越来越有起色，“原本记忆”筹划增资建厂。长沙银行平江支行上门考察后，针对其特点提出了相应的融资方案，很快批下贷款。随后几年公司一路成长为年产值亿元的现代化企业。长沙银行平江支行成为其重要的成长伙伴，随着企业生产规模从3000万元增长到1亿元，给予的授信支持也从200万元提升到800万元。

其实，这只是金融活水对平江休闲食品产业精准滴灌的一个缩影。

以长沙银行为例，自长沙银行岳阳分行成立以来，已累计投放各项贷款超1000亿元，服务个人客户超26万人、企业超10000户，纳税近4亿元。聚焦岳阳县域特色产业需求，长沙银行创新推出“一县一特”金融定制服务方案，有力支持平江休闲食品、华容芥菜产业等重点产业茁壮成长，为岳阳乡村产业发展注入了澎湃的金融活水，累计投放县域贷款超300亿元。

比如针对平江县休闲食品产业，长沙银行发布《平江休闲食品产业金融服务方案》，并推出休闲食品贷融资专案，通过灵活的核额模式、线上为主的资料简化、协会名单批量导入等方式，形成标准化服务机制。通过综合金融服务，长沙银行岳阳分行已累计向该区域食品类企业投放贷款超过2亿元，服务客户100余人。

数据显示，近三年来平江县休闲食品产业保持两位数增长，2024年平江县食品行业规上工业企业产值达498.04亿元，同比增长22.17%。目前，平江拥有725家休闲食品企业，其中15家省级专精特新企业、26家国家高新技术企业与1家国家级绿色工厂，获评“全国食品工业强县”。

据介绍，长沙银行全年计划新增投放20亿元，围绕平江休闲食品、高山有机茶叶、生态旅游等特色产业，创新推动湘农快贷、湘村快贷“两湘”产品，力争年内实现特色产业授信覆盖率超80%，助力打造更多千亿级县域产业集群。

● 长沙晚报全媒体记者 范宏欢 实习生 龙敏婕

7日是二十四节气中的立秋。作为近年来兴起的社交文化现象，“秋天的第一杯奶茶”已成为年轻人迎接季节更替的仪式感符号。

在外卖大战的热度之下，今年的“第一杯”之争，显得更加火热。平台和商家打出铺天盖地的广告，推出诱人的折扣、补贴、新品和联名活动，茶饮店纷纷“爆单”，消费者大排长队，骑手和商家们更是忙个不停。

线上线下奶茶热销

7日下午，在五一商圈的好几家奶茶店门口，一群外卖小哥正忙着取单配送。“今天立秋，很多顾客都在买秋天的第一杯奶茶，从早上10点多开始订单就没断过。”一名外卖小哥告诉记者。

“今天实在太忙了！你看订单都摆满了！”这是国金中心“奈雪的茶”的店员感慨。尽管店员们早已对“秋天的第一杯奶茶”这个网络热梗可能带来的大客流有所准备，但瞬间涌进店里的订单，还是让他们忙到“起飞”。

“来商场吃饭，看到好多人买奶茶，才想起今天立秋，刚好平台给的券也多，力度比较大。”一对正在逛商场的小情侣对记者说，“我们准备一会儿去看电影，晚上再吃个夜宵，借着立秋建立点仪式感嘛，我们都很开心。”

记者注意到，社交媒体和朋友圈里，大家纷纷热情高涨地分享着自己“秋天的第一杯奶茶”。有博主展示了不同品牌奶茶的立秋限定包装，对比口感差异；也有上班族拍下同事们一起喝奶茶的场景，配文“办公室的立秋仪式，从一杯奶茶开始”；还有人分享了自己DIY奶茶的过程，“外面排队太久，自己在家用桂花和牛奶做了一杯，味道超赞，仪式感拉满”。

秋天的第一杯奶茶 今年0.1元能买到

奶茶花束成表达心意新选择

趁着立秋，各大茶饮品牌也开启了营销大战。例如喜茶与chiikawa的联名活动上线，并推出chiikawa贴纸包、亚克力立牌、陶瓷杯、金属徽章等周边，与饮品捆绑销售；茶百道打出了0.1元抢奶茶券和隐藏限定套餐，还推出抽取“奶茶车”活动；蜜雪冰城推出限时免单券和雪王周边；一点点推出秋季限定款桂香乌龙茶饮。

值得一提的是，今年，一种融合了鲜花与奶茶的创新礼品——立秋的第一杯奶茶花束正悄然走红，成为不少市民表达心意的新选择。长沙一家花店的老板钱女士介

绍，奶茶花束是她们店刚刚推出的新品，顾客可以根据喜好选择奶茶品牌，也可以搭配祝福小卡片，目前奶茶花束的预订量已超过30单。

而在立秋仪式感消费方面，除了奶茶，也衍生出了新花样。一些甜品店推出了“立秋限定”蛋糕，造型多以秋天的元素如枫叶、银杏、南瓜等为主，口感也融入了栗子、桂花等秋日风味，受到不少消费者的青睐。还有部分餐厅推出了“立秋套餐”，包含秋季时令食材制作的菜品，满足消费者在饮食上对季节更替的仪式感需求。

“仪式感消费”受年轻人欢迎

立秋要喝“秋天的第一杯奶茶”，初雪时要吃一顿啤酒配炸鸡，过生日时要有生日快乐投影灯做装饰……记者采访多位市民发现，仪式感已经融入越来越多年轻人的生活场景，成为一种新的消费习惯。

新京报旗下贝壳财经发布的《2025年轻人生活方式报告》调研结果显示，在采访的1018位18至35岁的青年中，99.9%的受访者均会为情绪价值付费。在情绪价值消费所列的选项中，所有的勾选占比都超过了40%，情绪价值消

费正在成为主流消费动机之一。

无论是“秋天的第一杯奶茶”，还是“初雪的炸鸡啤酒”，本质都是一种“仪式感消费”，也是商家的“种草行为”和噱头。有业内专家表示，“仪式感经济”体现了人们对于精致生活的追求，也是经济快速发展的产物。但需要注意的是，消费者应量入而出，理性选择，用适合自己的方式感受季节的变换、生活的美好，才能让这份仪式感更具温度与意义。

2秒精准扑灭锂电池明火

长沙晚报8月7日讯(全媒体记者 匡小娟 通讯员 陈琪)一根170℃的热敏线，瞬间掐灭锂电池的“怒火”……一场震撼的演示在湖南防灾科技有限公司进行。6日，长沙经开区“我为企业找订单”产业链供需集市走进该公司，广汽埃安、上汽大众、北汽福田等主机厂，三一锂电、盈旺科技等储能企业，以及中南汽车世界等后市场企业齐聚现场。现场，湖南防灾科技有限公司最新防灾科技成果以硬核科技实力“圈粉”。

演示中，随着实验指令下达，锂电池包(锂电池汽车及储能电池)突然爆燃，火焰急速蔓延。安装在电池PACK内部的感温自动灭火模块在170±5℃的触发温度下瞬间自动启动，仅用2秒便精准扑灭锂电池明

火，并将有毒氟化氢气体生成量降低86%，为储能安全提供PACK级防护保障。

近年来，锂电池热失控已成为制约新能源规模应用的关键瓶颈。湖南防灾科技有限公司依托电网防灾减灾全国重点实验室的强大研发实力，直击锂电池安全“灭火延迟、毒性气体、防护精准度不足”三大痛点，创新推出“电池包感温自动灭火模块”技术产品。

“产品具备模组级、舱级、站级等多层级高效灭火及快速排气防爆能力，已通过应急管理部天津消防研究所、上海消防研究所及欧盟CE认证。”湖南防灾科技有限公司相关负责人介绍，产品已在湖南、广东等地实现示范应用，为锂电池安全防护树立全新标杆。

湖南防灾科技 硬核成果“圈粉”

记者了解到，截至目前，长沙经开区已经开展“我为企业+”系列服务活动超140场，以大型主导产业专场与小而精、小而美专场供需对接活动相结合，通过同步配套市场拓展、问题纾困等多元化服务矩阵，着力破解企业订单获取难题，全面激活园区产业发展新动能。

据悉，作为湖南省高新技术企业，湖南防灾科技有限公司成立于2020年6月，是国网湖南电力有限公司全资子公司，同时也是国家级研究平台——电网防灾减灾全国重点实验室创办的科技成果转化平台，主营业务为安全储能电池、电力防灾减灾新材料与装备的技术研发、生产、销售和技术服务。

有困难找**志愿者**
有时间当**志愿者**



中共长沙市委宣传部
长沙市文明办

宣