

从卖商品到卖IP,总有一种激活你的情绪

长沙首家名创优品“乐园系”特色店开业,70种IP打造沉浸式消费乐园

● 长沙晚报全媒体记者 贾凯清

“这一家店里就有几十种IP,简直是我这种毛绒挂件爱好者的福音!”19日下午,前来国金街“探店”的小琪拿着一只米奇玩偶惊喜地说道。

近日,长沙首家名创优品“乐园系”特色店——MINISO FRIENDS在国金街正式开门迎客。门店以“迷你IP乐园”为核心定位,依托70种热门IP形象,通过模块化与策展式设计,打造出“在迷你乐园中探索”的沉浸式消费场景,为市民带来全新购物体验。

从“卖商品”到“卖IP”,这场业态升级背后藏着怎样的布局考量?19日,记者走进门店一探究竟。

打造“沉浸式乐园”,70种IP周边一站购齐

从古灵精怪的史迪奇,到甜美可爱的HelloKitty,再到时下最热门的疯狂动物城、哈利·波特……一走进MINISO FRIENDS,就仿佛掉进了一个“二次元空间”。70个IP打造的小型沉浸式空间令人应接不暇,各式各样的毛绒挂件、玩偶等琳琅满目。

“以前想买不同IP的周边要跑好几家店,现在来这一家就能‘一网打尽’!”史迪奇粉丝王女士得知新店开业,第一时间赶来选购。除了心仪的史迪奇挂件,她还入手了多款其他IP周边,“这些小物件设计得太精致,实在忍不住‘剁手’。”

记者注意到,门店分为上下两层,分区明确且功能清晰:地下一层主打IP类、盲盒类产品,精准对接粉丝收藏与打卡需求;地下二层则涵盖生活百货、出行用品、美妆个护等日常品类,兼顾实用消费场景。

在服饰区域,两位年轻顾客正专注比对三丽鸥主题T恤。“我们都是三丽鸥粉丝,看到专属联名服饰就走不动路了。”顾客小董笑着说道。店内除了挂件、玩偶,还同步販售IP联名包包、T恤等周边,丰富消费选择。

原创形象表现亮眼,IP战略成增长新引擎

值得关注的是,除迪士尼、三丽鸥等全球热门IP外,门店还引入了名创优品自营原创IP“右右酱”——这个歪着脑袋、梳着“南瓜头”的小女孩形象,以“用美好放大镜捕捉生活温暖”的治愈系设定,自今年7月上线以来圈粉



70个IP打造的小型沉浸式空间令人应接不暇。长沙晚报全媒体记者 贾凯清 摄

无数。

“‘右右酱’盲盒上线就卖爆了,开店十几天已经补货一次,很快又被抢空了。”店员的话语,直观印证了这款原创IP的火爆程度。

MINISO FRIENDS的开业,正是名创优品新店态加速落地的缩影。从曾经的“十元精品店”到如今聚焦IP运营,这个零售品牌正通过创新突围实现持续扩张。

当下消费市场中,品牌不仅要“卖得出货”,更要“留得住客”,IP已成为名创优品增长的核心新引擎。数据显示,名创优品目前已与超150个全球顶级IP开展合作,每年上新超1万款IP产品,历史累计销售IP产品超8亿件,

全球IP产品销售规模突破100亿元。

新店态加速扩张,锚定兴趣消费新趋势

记者梳理发现,作为名创优品创新店态,囊括MINISO LAND、MINISO SPACE、MINISO FRIENDS在内的“城市乐园系”店态正在加速扩张,年内有望扩展到25至30家,形成覆盖核心城市的战略布局。

凭借超大型的沉浸式空间、超百款IP产品、一步一景的打卡场景,名创优品的新型大店正成为一、二线核心商圈的潮流引力场。

为何众多品牌纷纷聚焦IP运营?从市场数据来看,艾媒咨询报告显示,2024年中国

情绪经济市场规模达23077.67亿元,预计2029年将突破4.5万亿元。这一趋势表明,兴趣与体验感已成为消费决策的核心要素。名创优品CEO叶国富曾明确表示,未来品牌将“把IP这件事情做足、做透、做深”,不仅要深耕中国市场,更要打造全球影响力。

业内专家分析认为,名创优品的成功关键在于精准把握“兴趣消费”本质。在新消费市场环境下,产品功能价值正逐步让位于情感价值与社交价值,这也正是未来零售业进化的重要方向。



星邦智能墨西哥工厂投产

长沙晚报11月19日讯(全媒体记者周斌 通讯员 宋思静)19日(墨西哥当地时间11月18日),星邦智能墨西哥项目产线投产。星邦智能这座占地280亩、总投资13亿元的海外制造基地,从2024年8月奠基到投产就绪仅用15个月,成为继波兰工厂后企业第二大海外制造中心。

该项目分两期建设,全面投产后,预计每年可生产剪叉式、臂式、越野剪叉及叉装车等高空作业平台近2万台。该项目既能让星邦智能高效响应北美市场需求,为当地客户提供更便捷、高效的一站式产品与解决方案,大幅提升“湖南制造”在北美高端市场的服务能力与核心竞争力,更是我省工程机械产业做强国内大循环、畅通国内国际双循环,深度融入全球供应链的重要新动能。

“墨西哥工厂是集团全球化战略中的关键布局,对星邦智能在全球市场的发展具有深远意义。”星邦智能董事长刘国良表示。未来,星邦智能将以墨西哥工厂为支点,带动更多省内核心零部件企业抱团“走出去”,一方面将湖南工程机械的产业优势转化为国际市场竞争优势,畅通国际循环通道;另一方面通过海外市场反馈反哺省内产业升级,助力夯实国内大循环的产业根基,推动湖南工程机械产业从“产品出口”向“产业链输出”转型升级。星邦智能力争三年内实现拉美市场份额迅速提升,助力“湖南制造”品牌走向全球。



星邦智能墨西哥项目产线投产仪式现场。受访者供图

◀ 上接1版①

顶尖学科:中南大学矿业工程全球夺魁

在核心竞争力层面,湖南高校的顶尖学科表现尤为突出,全省共有5个学科跻身全球前十。

其中,中南大学的矿业工程成功斩获全球冠军,彰显了该学科在国际上的绝对领先地位与底蕴传承:该学科在2019年至2023年间曾稳坐全球头把交椅,2024年位列第二,今年则再度实力登顶。

同时,中南大学的冶金工程位列全球第二、土木工程排名全球第九,湖南大学的土木工程位居全球第六,国防科技大学的航空航天工程排名全球第七,多个优势学科在国际舞台上站稳脚跟。

这五个进入全球前十的学科,不仅代表了湖南高校的顶尖学术水平,更与国家和区域的

◀ 上接1版②

湘德往来密切,有博世、大众、西门子等一大批德国高端制造业“巨无霸”企业在长沙投资兴业。但庞哲深知,这座城市的潜力远不止于此。

“沿海城市外资布局已趋饱和,长沙的制造业基础、开放姿态与成本优势,对德国中小企业而言是难得的机遇。”初到长沙,庞哲便敏锐捕捉到这片土地的魅力。

他走访湖南湘江新区,与政府部门对接政策,和本土企业畅谈合作。政府的高效务实和充满想象力的发展空间坚定了他“深耕长沙”的决心。

在庞哲的招商版图中,德国中小企业是他的重点关注对象。“长沙制造业基础雄厚,而德国拥有众多‘隐形冠军’企业,这种产业互补性意味着巨大的合作空间。”

如今,他将全部精力投入到湘德中小企业的对接中。“这是一片尚未被外资企业深度探索的‘处女地’,开放、热情的特质背后是巨大的发展潜力。来长沙,没错的!”在他看来,自己的工作不是推销,而是把真实的长沙、优质的机遇带到德国伙伴面前。

湘德合作还有很多“潜力股”

工作日上午,庞哲会将最新的湖南经济动态、行业发展趋势、相关法律法规及各类经贸活动信息整理成德语资料,发布至德国相关行业网站;下午到晚上,他又会坐在电脑前,利用时差与有意向的德国企业负

战略需求紧密相连。矿业工程、冶金工程的卓越实力,直接服务于湖南作为“有色金属之乡”的产业需求。

“双非”力量:长沙理工15个学科上榜

在非“双一流”高校阵营中,长沙理工大学以15个上榜学科的成绩表现亮眼,成为湖南地区“双非”高校的领头羊。

这一成绩在全国非“双一流”高校中也位居前列。全国范围内,深圳大学以38个上榜学科领跑非“双一流”高校,青岛大学、江苏大学、广州大学和浙江工业大学的上榜学科数也都超过20个。

长沙理工大学今年新增4个上榜学科,包括船舶与海洋工程、遥感技术、通信工程和地球科学,显示出学校在学科布局上的前瞻性

责人线上沟通,介绍长沙的投资环境、产业优势,分析其在湖南投资建厂的可行性并给出建议。

德国Zurpal系统门窗公司中国总部落地长沙,是庞哲精准“搭桥”的成果。这家有着深厚制造传统的企业,为开拓中国市场寻觅已久。两年前,庞哲团队开始为其选址,从政策查询、洽谈对接,到落户长沙可行性分析、税务厘清等各类事宜,他全程护航。

2025年4月,该公司正式入驻德国中小企业总部集聚区(湖南)卓伯根基地并启动运营,成为湘德智能制造合作典范。

一年多时间,庞哲在德国行业网站发布湖南资讯50余条,成功吸引3家德企落户长沙,推动14家德国企业与湖南建立合作关系。

在他看来,湘德合作还有很多“潜力股”,“长沙的工程机械、文化创意产业,德国的汽车制造、智能制造技术,都是各自的优势领域,只要找准结合点,一定能碰撞出更多火花。”

以心换心的真诚,让合作更有温度。一次,庞哲代为发布一家德国公司的产品研发需求,短短一天时间便收到20多家中方企业的积极回应,高效的执行力让德方伙伴惊叹不已。

2025年4月、6月,两批德国代表团先后到访长沙,亲身感受这里的投资环境后,纷纷盼着再度来访。“最让德国伙伴惊叹的是

和发展活力。

抢占先机:

湖南高校积极布局新兴学科

面对全球科技发展新趋势,湖南高校积极布局新兴学科领域。2025年软科排名新增人工智能、机器人科学与工程两个学科,而湖南高校在这两个新设学科中已有斩获。

国防科技大学的人工智能学科首次上榜便位列全球第32名,展现出在前沿领域的强劲实力。中南大学和湖南大学的人工智能学科也成功入围。

此外,湖南高校今年新增21个上榜学科,学科覆盖面进一步拓展。除前述三校在人工智能领域的进展外,湖南科技大学新增3个上榜学科,湖南师范大学新增2个,湘潭大学也有新增学科入账。

中国人的执行力,只要有想法,很快就能落地。”庞哲说。

未来有两个“小目标”

深耕中国近30年,庞哲笑称自己是凭“脚力”留在中国。

除了充当湘德企业间的桥梁,他也致力于搭建文化交流桥梁。

当下,“湘超”如火如荼。每有比赛,长沙卓伯根啤酒广场的“湘超第二现场”总是热闹非凡。进球时,庞哲总忍不住手持啤酒与身旁的长沙球迷举杯庆祝。兴起时,他还会教长沙球迷品鉴德国啤酒,细说慕尼黑啤酒节与足球的渊源。

回德国拜访亲友,庞哲会带上湖南的茶叶和辣椒酱,给好友讲述湘江边的烟火气,分享中国的发展变迁。“两边都是我的家,我想让德国朋友了解湖南,让更多湖南特色‘圈粉’欧洲。”在他看来,双向的“懂”,才是共赢的关键。

谈及未来,庞哲有两个“小目标”:一是推动更多德国中小企业来长沙扎根,让“隐形冠军”与本土企业碰撞出更多火花;二是推动中德(湖南)智能制造创新中心搭建创业孵化平台。“长沙高校众多,人才资源丰富,我希望能让中德年轻人分享创意、共同成长。”

如今,庞哲的“搭桥”之路还在继续。他用自己近30年的亲身经历证明:真正的合作,始于真诚,成于坚守,终于共赢。

三亿元“红太阳”设备发往海外成为长沙智造深耕全球光伏市场的重要里程碑

长沙晚报11月19日讯(全媒体记者 周斌 通讯员 傅泽豪)湖南红太阳光电科技有限公司(以下简称“中电科红太阳”)出口海外的6GW TOPCon电池项目设备18日从长沙出发,发往海外。这不仅标志着公司海外重点光伏装备项目进入落地攻坚阶段,更是“长沙智造”深耕全球光伏市场的重要里程碑。

中电科红太阳中标的海外某高效光电项目总金额近3亿元,本次发货包含中电科红太阳核心产品——大产能PECVD镀膜(管式)、LPCVD镀膜、低压磷扩散、硼扩散氧化等产品。

中电科红太阳相关负责人介绍,公司作为深耕光伏设备领域的国有企业,依托多年技术沉淀与成熟的设备

体系,已在亚非等多个区域构建起稳固的客户基础与市场口碑,而本次深度合作,突破性实现了“规模化项目落地+属地化生态服务”的双重跨越,标志着公司海外业务从“点状突破”迈入“系统性深耕”新阶段,彻底解决海外客户的售后顾虑。

“公司将以本次项目为起点,加快成熟装备在全球市场的推广落地,进一步提升在全球光伏装备市场的份额,让‘中国智造’的成熟装备成为海外新能源项目的优选方案。”中电科红太阳相关负责人表示。

2009年成立的中电科红太阳,已成功开发多系列光伏高端装备,其中PECVD镀膜设备蝉联行业单项冠军产品。

项目施工完成招投标

长沙奥体中心进入实质性建设阶段

长沙晚报11月19日讯(全媒体记者 黄能)11月19日,长沙奥体中心建设项目施工在长沙公共资源交易中心顺利完成交易,标志着作为2029年第十六届全国运动会主场馆的“一场两馆”进入实质性建设阶段。

第十六届全运会将是湖南承办的规格最高、规模最大、影响力最广的综合性体育盛会,长沙奥体中心作为本次全运会的核心赛事载体,建成后 will 填补湖南缺乏6万座以上大型专业体育场馆的空白,为承接国内外重大体育赛事打下坚实基础,更将成为驱动长株潭一体化发展的“核心引擎”,全面提升城市综合能级与区域价值。

本次完成招投标的“一场两馆”是奥体中心的核心组成部分,建设内容主要包括一座可容纳6.5万名观众的主体体育场、一座1.8万座

综合体育馆及一座4000座跳水游泳馆,以及媒体中心、配套用房、设备用房和停车场等相关配套设施。项目总建筑面积约54.17万平方米,总投资约67.47亿元,计划于2028年竣工交付。未来,这里将打造成集赛事举办、文艺演出、全民健身于一体的“7×24小时全城活力秀场”。

安全相伴,“可乐”同行

中粮可口可乐华中公司消防月邀你共筑平安

● 曹开阳

今年11月9日是第34个全国消防日,11月是全国消防宣传月,今年的主题是“全民消防、生命至上——安全用火用电”。作为一家将“安全”视为永恒主题的企业,中粮可口可乐华中公司向全体员工发出最“燃”的邀请——加入我们,一起解锁安全技能。

不止是“找茬”,更是一场“安全体检”与“技能拉练”。面对消防安全,中粮可口可乐华中公司绝不走过场,而是以扎实行动筑牢安全防线。定期开展隐患大排查,从办公区的插座线路到生产车间的设备开关,每一个可能的火险隐患都能被精准锁定、逐一清零,实现隐患排查无死角、整改落实全闭环。同时,持续组织干货满满的质量安全培训、专业消防知识课堂等活动,通过理论授课、实践培训、案例剖析等多元形式,让安全知识真正入脑入心,帮助员工从“要

我安全”转变为“我要安全”。公司认为,安全不仅是必须恪守的规章制度,更是每位同事都应具备的“超能力”。

当安全成为本能,员工每一次规范的操作、每一次及时的报告、每一次分享的经验,都是为企业这座大厦添砖加瓦。这不仅是对自己与同事生命的负责,更是为企业的高质量发展注入最稳定、最持久的动力。一个安全的环境,能让企业更专注地创造美味与快乐,更能让企业行稳致远,也让“安全第一”的理念,从墙上的标语,转化为流淌在每一位员工血液中的“工作DNA”。

消防安全,人人有责。这份“可口”又“可乐”的安全之约,不仅显著提升了全体员工的安全意识与风险辨识能力,更让大家熟练掌握了应急处置的关键技能,进而让每一位员工都成为安全问题的“终结者”,即便面对突发状况,也能沉着冷静、精准处置,为企业安全生产筑牢全员参与的坚实屏障。



中粮可口可乐华中公司组织员工进行消防演练。企业供图